

PATRÍCIA GUIMARÃES GIL

**A FORMAÇÃO ACADÊMICA DO JORNALISTA NA ERA DA
COMUNICAÇÃO DIGITAL**

CURITIBA

2000

PATRÍCIA GUIMARÃES GIL

**A FORMAÇÃO ACADÊMICA DO JORNALISTA NA ERA DA
COMUNICAÇÃO DIGITAL**

Monografia apresentada como requisito
parcial à conclusão do Curso de
Especialização em Novas Tecnologias da
Comunicação e Educação da Universidade
Federal do Paraná.
Orientador: Prof. Mário Messagi Júnior

CURITIBA
2000

SUMÁRIO

RESUMO	iii
1 O PROBLEMA	1
1.1 INTRODUÇÃO	1
1.2 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA.....	5
1.3 OBJETIVOS	11
1.3.1 Objetivo geral	11
1.3.2 Objetivos específicos.....	11
1.4 HIPÓTESES	17
1.5 JUSTIFICATIVA	21
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	26
2.1 CONTEXTO	27
2.2 UM NOVO ESPAÇO.....	31
2.3 AS RELAÇÕES PESSOAIS.....	35
2.4 OS MEIOS.....	41
2.5 INFOJORNALISMO	46
2.5.1 Ainda comunicação de massa?	47
2.5.2 A notícia hoje.....	49
2.5.3 Inversões.....	50
2.5.4 Hipertexto	51
2.5.5 Abertura de mercado	53
2.5.6 Exigências ao jornalista	59
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	64
4 REFORMA CURRICULAR	69
4.1 NOVAS DIRETRIZES	75
4.1.1 Perfil comum	76
4.1.2 Perfil específico para jornalistas	77
4.1.3 Competências	77
4.2 EXPERIÊNCIA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ.....	79
4.3 EXPERIÊNCIA NA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ.....	88
5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	97
5.1 QUESTIONÁRIO QUANTITATIVO.....	98
5.2 ENTREVISTA.....	104
6 CONCLUSÃO	113
ANEXOS	121
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	127

RESUMO

O homem descobriu uma nova forma de vivência e participação social em redes. Por meio de códigos alfanuméricos, ele assume nova identidade e encontra uma forma de interagir e influir nos sistemas de informação. Estas descobertas, que são consequências das inovações tecnológicas e da saturação do capitalismo, tendem a se expandir de forma a dispor ao homem duas alternativas: isolar-se cada vez mais atrás das máquinas ou usufruir delas para exercer uma interação verdadeira com o próximo e com as instituições.

Diante de tamanhas mudanças, questiona-se o preparo de profissionais que atuarão cada vez mais com novos modelos de comunicação. Jornalistas, em evidência, precisam compreender que a antiga forma de comunicação, claramente autoritária na imposição de mensagens ao receptor, cai por terra com o advento da Internet. O ritmo das mudanças é alucinante. Novas gerações nascem diante de computadores e neles passam a se reconhecer. O preparo dos jornalistas para enfrentar este mundo em transformação passa pela universidade. Estariam os cursos superiores de Jornalismo cumprindo devidamente o papel de formar profissionais com habilidades técnicas, intelectuais e éticas para enfrentar o mercado de trabalho? E como estes jovens jornalistas estão saindo das escolas na busca de emprego num mercado ainda muito confuso na mídia on line?

Questões como estas foram feitas com o foco sobre alunos egressos da Universidade Federal do Paraná e da Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Jovens que se graduaram nos últimos anos mostram que não puderam contar com os cursos superiores de Jornalismo para se garantirem no mercado. E que as escolas, embora estejam passando por momentos de profundas mudanças curriculares, parecem ainda não ter encontrado seu caminho. Não há ainda um claro direcionamento para a formação de profissionais com competência para se adequar às mudanças, da maneira mais ética e humana possível.

1. O PROBLEMA

1.1 INTRODUÇÃO

As novas tecnologias da comunicação convidaram o homem a uma conexão até então inimaginável. Por meio da Internet e de todo o universo das redes comunicacionais, ele passou a ter acesso a um espaço que não existe na realidade palpável. O homem passou a fazer parte também de um lugar que não está nos mapas, que não tem endereço, que não existe na sua antiga concepção de estar no mundo. A desmaterialização do ambiente de encontro entre pessoas e de troca de informações trouxe a inovação não só nos processos comerciais e comunicacionais, de uma forma geral, mas transformou a antiga e única concepção de identidade existente até então.

Os espaços que se criaram para discussões e para trocas (sejam elas comerciais, de informação ou confessionais) possibilitaram ao homem conectado às redes uma maior autonomia nos processos de comunicação. Eles lhe deram ainda a possibilidade de interagir com os meios transmissores da informação e ampliaram o campo de visão e percepção das coisas, retirando-o de um certo enclausuramento. ⁽¹⁾

Mas, ao mesmo tempo, estes espaços deslocaram de certa forma o homem do seu meio real e estabeleceram uma relação com o mundo num

espaço separado por uma tela. O homem conectado é um ponto na rede, posicionado não se sabe onde. Suas relações são mediadas pela tecnologia. E é neste aspecto que cabe uma discussão mais aprofundada sobre como as novas tecnologias midiáticas derrubaram por terra a visão estabelecida (e até cultuada) da comunicação, pela qual a informação parte do emissor em linha direta para o receptor. No meio das redes telemáticas, as informações vão e vêm, circulam entre muitos pontos de conexão e estimulam interação por onde passam. E se, em algum destes pontos, não houver mais o interesse em participar do processo, a conexão ali se interrompe, num exercício de autonomia até então não experimentado pelo homem. É neste espaço — batizado de ciberespaço, por sua desmaterialização, por ser multidirecional e por estar num novo espectro, o da conexão em rede — que circulam livremente informações, acabando com a idéia das transmissões verticais de dados, impostas pela indústria cultural. No ciberespaço, cria-se uma nova utopia: a da democracia em uma esfera possível. “Esta capacidade de fazer circular faz com que as novas tecnologias da comunicação assumam o centro da mediação cultural do saber.”⁽²⁾

Esta nova forma de mediação, ao surgir, provocou assombros em intelectuais e em uma diversidade de outros profissionais. O impacto das tecnologias recentes provocou perplexidade quanto ao amplo campo de atuação que se abria no mercado de trabalho.

Com o crescimento do mercado on line, com as trocas possibilitadas em tempo real — por meio de redes, principalmente da Internet — as adequações foram aos poucos se realizando, mas até agora ainda não conseguindo acompanhar a velocidade das transformações técnicas. A rede mundial de computadores transformou-se no principal ícone da sociedade pós-moderna na era da informação digital. E é por meio dela especialmente que se realizam as interações que são a experimentação nova para o homem.

Entretanto, foi a partir do uso mais sistematizado da Internet como meio de comunicação, que jornalistas (como profissionais da informação) descobriram na rede não apenas seu aspecto de mediação, como também de produção de notícias.

Neste ponto, as teorias da comunicação elaboradas até então foram postas em xeque. A tradicional forma de apuração dos fatos, elaboração da notícia e sua transmissão obriga o jornalista a repensar todo o seu trabalho. Sem que pudesse preparar-se previamente, ele se viu diante do meio mais rápido e versátil de comunicação hoje existente: a Internet. E enfrenta a necessidade de acompanhar as inovações tecnológicas.

Coube ao jornalista o papel de se conectar à rede e de utilizá-la em todo o processo de produção da notícia. As informações circulam pela rede, mesclando emissores e receptores; nela se tem conhecimento sobre fatos; por meio dela se produz a notícia; nela se transmite a notícia.

Mais do que muitos outros profissionais — que utilizam a Internet como meio de informação, para correspondências ou para entretenimento —, o jornalista tem na rede um meio de atuação completo. E, neste papel, tem como missão a de ser um dos alimentadores de informação da chamada Web; de torná-la atrativa para estimular a conexão ao site — e satisfazer assim seu interesse econômico (indispensável no exercício de qualquer profissão) —; de tratar a notícia com a velocidade determinada pela Internet, ao mesmo tempo em que respeita o rigor da apuração dos fatos e os limites éticos.

Para tudo isso, no entanto, o jornalista teve de se adaptar ao mesmo tempo em que as inovações tecnológicas iam surgindo. E assim continua sendo. Atônitos diante destas mudanças, os cursos de graduação de Jornalismo se viram diante de uma missão ainda mais complexa. Ao mesmo tempo em que estavam frente à necessidade de compreender as tecnologias em surgimento, estava em suas mãos a tarefa de formar jornalistas preparados para se adaptar às inovações; com firme senso ético; com conhecimento das teorias da comunicação e da prática da profissão; da clara divisão entre real e virtual.

Estão os cursos de graduação cumprindo devidamente esta tarefa? Como estão saindo estes profissionais do banco da universidade para um mercado de trabalho em transformação? Este trabalho tem, entre um de seus fins, o de responder a estas questões, voltadas especificamente para a realidade dos cursos de Jornalismo na Universidade Federal do Paraná e

na Pontifícia Universidade Católica do Paraná — as duas maiores instituições pública e privada de ensino superior do estado do Paraná, respectivamente.

O problema a ser abordado por esta monografia consiste no estudo com alunos egressos nos últimos dois anos destas duas universidades, sobre seu enfrentamento no mercado de trabalho, em função das recentes mudanças no cenário da comunicação de massa. As dificuldades — ou não — que estes jornalistas recém-formados tenham encontrado no começo do exercício da profissão serão relacionadas com a formação acadêmica deste público.

A própria formação acadêmica, na forma como vem sendo dirigida, deve ser questionada. A condução da relação entre teoria e prática será colocada em discussão, porque da boa interação entre ambas e de uma compreensão mais profunda dos meios de comunicação depende o aprendizado ético do que é verdadeiramente “fazer comunicação”.

1.2 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Foi distribuída por meio de uma lista de discussão sobre cibercultura a seguinte estória, intitulada “Vida digital”:

Um homem que estava desempregado entrou num concurso da Microsoft para ser faxineiro.

O Gerente de RH (Recursos Humanos) o entrevistou, fez um teste (varrer o chão) e lhe disse: “O serviço é seu. Me dê seu e-mail e eu lhe enviarei a ficha para preencher e a data e a hora em que deverá se apresentar para o serviço.”

O homem, desesperado, respondeu que não tinha computador, e muito menos e-mail. O Gerente de RH disse que lamentava, mas se não tivesse e-mail, queria dizer que virtualmente não existia e, como não existia, não podia ter o trabalho.

O homem saiu, desesperado, sem saber o que fazer; somente tinha US\$ 10,00 no bolso. Então decidiu ir ao supermercado e comprar uma caixa de 10 quilos de tomates. Bateu de porta em porta vendendo os tomates a quilo e, em menos de duas horas, tinha conseguido duplicar o capital. Repetiu a operação mais três vezes e voltou para casa com US\$ 60,00.

Então, ele verificou que podia sobreviver dessa maneira. Saía de casa cada dia mais cedo e voltava para casa mais tarde, e assim triplicava ou quadruplicava o dinheiro a cada dia. Pouco tempo depois, comprou uma Kombi, depois trocou por uma caminhão e pouco tempo depois chegou a ter uma pequena frota de veículos para distribuição.

Passados cinco anos, o homem era dono de uma das maiores distribuidoras de alimentos dos Estados Unidos. Pensando no futuro de sua família, decidiu tirar um seguro de vida. Chamou um corretor, acertou um plano e quando a conversa acabou, o corretor lhe pediu o e-mail para enviar a proposta.

O homem disse que não tinha e-mail.

Curioso, o corretor lhe disse: “Você não tem um e-mail e chegou a construir este império, imagine o que você seria se tivesse e-mail!”

O homem pensou e respondeu: “Seria faxineiro da Microsoft!”

Moral de estória 1: A Internet não soluciona sua vida.

Moral da estória 2: Se você quer ser faxineiro da Microsoft, procure ter um e-mail.

Moral da estória 3: Se você não tem e-mail e trabalha muito, pode ser milionário.

Moral da estória 4: Se você recebeu isto por e-mail, você está mais perto de ser faxineiro do que de ser milionário.

A curiosa estória provoca a reflexão sobre a importância de estar conectado à rede — ou não. Não se trata também de uma simples conexão ou da questão de se ter um e-mail, como prova de inclusão na telecidade — o espaço que integra os diversos pontos de conexão, no qual participam pessoas com suas identidades virtuais, seus códigos e no qual flutuam informações intercambiadas.

Fazer parte da telecidade, como parece acreditar o Gerente de RH, é assumir uma nova forma de cidadania, a virtual. “O conceito de telecidades significa ‘cidades’ construídas nas redes e que se ‘trocam’ a distância. Isso pressupõe uma nova ‘zona urbana’ num ‘hiperespaço’ eletrônico e

informático, bem como uma nova forma de urbanidade.” (TRIVINHO, 1996, p. 30).

O surgimento das redes telemáticas criaram dois novos segmentos sociais: conectados e não conectados. E o resultado disso já começa a ser, inegavelmente, a exclusão do segundo grupo não apenas num ambiente virtual, mas também na vida real. É impossível tratar o ambiente virtual como que separado por inteiro do real. Como aborda LEMOS, citado por CARDOSO, “mesmo sem ser uma entidade física concreta, pois ele é um espaço imaginário, o ciberespaço constitui-se em um espaço intermediário. Ele não é desconectado da realidade mas, ao contrário, parte fundamental da cultura contemporânea. O ciberespaço é assim um complexificador do real.”⁽³⁾

Estar conectado começa a ser, sim, uma condição para estar no mercado de trabalho em ebulição com a Internet e demais novas mídias de comunicação (pelo menos para jornalistas). Mas não basta ter uma identidade numérica, formada por um código, em algum ponto desta telecidade.

Estar conectado à rede e poder usufruir dela da melhor forma só será possível se o telecidadão conciliar esta experiência à vida real, saber usar a criatividade, ser maleável o suficiente para aprender a se adaptar ao novo. O homem que perdeu o emprego de faxineiro na Microsoft por não preencher o requisito básico de se ter um e-mail, não precisou da conexão à rede para vencer a exclusão social. E dificilmente seria faxineiro pelo resto

da vida se, com um e-mail, tivesse conseguido o emprego — ao contrário do que deixa a entender o desfecho da estória.

A exigência do mercado de trabalho, no entanto, tende a ser cada vez mais rigorosa quanto à inserção nas redes telemáticas. Mas é preciso compreender melhor o que significa esta inserção e de que forma ela pode ser produtiva e ética.

O crescimento da Internet no Brasil, como meio de negócios e sobretudo como o novo e surpreendente meio de comunicação, tem colocado muitas classes profissionais contra a parede. A velocidade com que este advento é explorado provoca um questionamento inevitável sobre a atual capacidade de determinadas carreiras para fazer o melhor uso da Internet.

Para os profissionais que já estão inseridos no mercado, é grande o desafio de acompanhar a velocidade das transformações tecnológicas em curso, que ampliam o campo de atuação das carreiras. Para os futuros profissionais — os que estão saindo da universidade, dos cursos de graduação — este desafio é maior ainda. A eles pesa a busca de um lugar no mercado de trabalho, em meio às constantes transformações que, do banco da universidade, muitas vezes não conseguem compreender e muitos menos fazer o bom uso delas.

Para o jornalista, a Internet representa a falência da antiga forma de fazer comunicação, baseada nas teorias e críticas dos estudiosos da área e no modelo de produção “de um para muitos” ⁽⁴⁾. Mas, no afã de ter de fazer

uso da rede — na tentativa de manter um dos princípios máximos do jornalismo, o “estar na frente” —, a arte de fazer notícia e transmiti-la é exercida muitas vezes às escuras. As redes telemáticas colocaram em questão uma série de princípios da profissão e ainda não foram formuladas outras teorias que dêem suporte a este momento.

No Brasil, onde o diploma de graduação é obrigatório para o exercício do Jornalismo, as universidades enfrentam a ausência de um fio condutor para direcionar a formação dos futuros jornalistas neste novo e especial mercado de trabalho.

Preparar o jornalista para a atividade profissional não é apenas ensinar a ele a ter um e-mail, possibilitando assim que ele exista na telecidade e seja um conectado. E lhe ensinar toda a técnica do manejo dos computadores conectados à rede seria, ainda que fosse possível, completamente em vão, já que a técnica que domina a sociedade pós-moderna nunca está pronta e acabada — é modificada, atualizada a cada instante.

O futuro jornalista, prestes a enfrentar este mutável mercado de trabalho, deve estar pronto para se adequar a estas transformações, para adquirir o dom da maleabilidade. Mas deve sim, também, entender da técnica e saber fazer uso dela. Acima de tudo, ele tem de compreender a separação entre real e virtual; os limites éticos nestas duas esferas; a formação de um novo espaço de conhecimento; a nova figura do repórter; e, fundamentalmente, seu papel social neste mundo em transformação.

As pressões sobre o acadêmico, que muitas vezes ainda não teve qualquer contato com o mercado de trabalho do Jornalismo, são grandes. É com os estudantes de graduação que a necessidade da descoberta cada vez mais profunda da rede mundial de computadores se faz mais constante. E neste contexto, os estudantes de jornalismo têm pela frente o desafio de sair de uma universidade prontos para estar frente a frente com o meio de comunicação mais rápido e versátil do mundo. Maior do que a cobrança de saber usar a Internet, está a necessidade de saber descobri-la; de aplicar nela tudo o que se aprende em relação aos meios de comunicação tradicionais ⁽⁵⁾ e mais ainda o que há de específico para a era digital; e, principalmente, de saber distingüir, no meio de todo este caminho, os princípios éticos que devem nortear as formas de comunicação de massa, independente de suas peculiaridades.

Para a grande maioria dos “navegantes”, o uso da Internet se baseia na procura deste imenso banco de dados e na procura de páginas que lhe interessem. Mas para os futuros jornalistas, a questão é muito mais complexa. Pesa sobre os seus ombros a tarefa extra de não só dar conta do uso da Internet, mas o de fazer dela um meio atrativo, confiável, rico em informações. E como estarão sendo preparados estes profissionais que têm tamanha responsabilidade pela frente?

Este é o principal questionamento que se pretende fazer nesta monografia de conclusão do curso de pós-graduação em comunicação e

educação, na Universidade Federal do Paraná, com o tema “A formação acadêmica do jornalista da era da comunicação digital”.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Ao abordar o tema central deste trabalho — que é a transformação provocada pela Internet nos sistemas de comunicação —, tem-se como objetivo geral saber como as faculdades de Jornalismo estão preparando os futuros profissionais para não só saberem encarar este novo meio, mas principalmente para conseguir enfrentar um mercado de trabalho recessivo, competitivo e que aponta para a comunicação on line uma possibilidade de alívio para o fantasma do desemprego que cerca esta carreira nos dias de hoje.

Com a resposta geral sobre a qualidade da formação acadêmica dos jornalistas atualmente, será possível detalhar este aprendizado, em diversos aspectos, relacionados a seguir.

1.3.2 Objetivos específicos

Ao se questionar a formação acadêmica dos jornalistas, pretende-se traçar um diagnóstico até então único sobre como estão os alunos recém-formados no mercado de trabalho. Num momento em que as escolas de

Jornalismo em questão passam por uma revisão completa de seus currículos, estudando hoje um novo direcionamento para a formação, se tem como um dos objetivos o de verificar melhor a posição dos alunos egressos na profissão e suas perspectivas.

Ao contrário de um diagnóstico um tanto quanto distanciado dos seus próprios “personagens”, o levantamento objetivado aqui é o mais próximo possível destes novos profissionais. Por meio da metodologia que será usada, um dos objetivos do trabalho é o de dar voz a este público. Isto significa possibilitar que o próprio grupo pesquisado forneça a grande parte dos dados a serem questionados.

Serão os próprios “focas” — como são já popularmente conhecidos os novos profissionais, recém-formados e que ainda tropeçam nos embates da profissão —, não apenas convidados a participar deste diagnóstico em conjunto com a pesquisadora, mas o de traçá-lo propriamente.

Além de realizar este levantamento e, por meio dele, dar voz aos jornalistas recém-formados, outro objetivo específico deste trabalho é o de aprofundar o estudo da formação acadêmica em relação à realidade da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR).

É bom ressaltar aqui que não é objetivo deste trabalho colocar estas duas instituições de ensino do Estado do Paraná (e as maiores entre as públicas e particulares, respectivamente) numa espécie de alvo de condenação. E, por outro lado, também não se tem a pretensão de apontar

soluções para as eventuais fragilidades que as escolas possam ter. O que se pretende, muito pelo contrário, é possibilitar que um diagnóstico real sobre o enfrentamento no mercado de trabalho dos jornalistas egressos destas duas instituições possa servir para uma análise aprofundada do ensino fornecido por elas. O que se quer é estimular o debate sobre os desafios que a sociedade da informação impõe ao novo jornalista e distinguir como as escolas de graduação estão participando deste processo.

Ao analisar os desafios presentes na era da informação — como já se costuma designar a época atual, centrada na produção e transmissão de dados —, o objetivo é abordar a inserção do jornalista nas novas redes telemáticas. Este foi relacionado como um dos objetivos específicos desta pesquisa porque é justamente sobre os novos profissionais que pesa cada vez mais a pressão para se adaptar à nova realidade da circulação de informações — muito mais rápida e interativa. Dos recém-formados que quiserem um lugar no mercado de trabalho, será exigida uma formação humanística ampla, conhecimentos técnicos suficientes para o trabalho em rede e versatilidade. E todos estes pontos são questões incluídas no diagnóstico objetivado neste trabalho.

Além disso, o levantamento tem como objetivo centralizar os estudos na realidade enfrentada pelos “focas” a partir de 1998, período em que a exploração da Internet como meio de comunicação se intensificou no campo do Jornalismo brasileiro, numa tendência crescente iniciada em 1995.

Neste aspecto, faz parte desta pesquisa descobrir qual a posição destes novos profissionais no mercado. Estão eles desempregados, trabalhando como autônomos, assalariados ou conseguiram encontrar alternativas de atuação? Há quanto tempo ocupam a atual posição no mercado? As respostas para estas perguntas poderão identificar quem são e onde estão as pessoas das quais estamos falando e que são tema da pesquisa.

Pretende-se ainda descobrir quais foram as dificuldades encontradas por estes profissionais no momento em que tentaram se inserir no mercado de trabalho. Esta questão está mais relacionada à preparação que tiveram na universidade. A formação acadêmica lhes garantiu uma maior facilidade no enfrentamento da realidade profissional? Trabalhar — ou não — durante o curso de graduação influenciou no momento de tentar se inserir no mercado? Perguntas como estas, quando respondidas mais detalhadamente, poderão nortear as universidades em questão nesta etapa de reforma dos cursos de Comunicação Social. Este trabalho pretende apontar, por meio dos próprios ex-alunos destas instituições, o que faltou na formação acadêmica, o que já poderia ser abolido dos currículos e se é dada a devida ênfase às transformações acadêmicas em curso.

Para que não se corra o risco de elaborar esta monografia sobre apenas um público como fonte — já que uma das primeiras lições do Jornalismo é a variedade de fontes num trabalho que se pretende o mais fiel possível à realidade —, é objetivo também saber de “informantes-chave”

sobre a atuação dos novos profissionais no mercado. Trata-se de profissionais encarregados da contratação destes jornalistas e até mesmo das chefias próximas, a quem cabe uma avaliação sobre o desempenho nas funções assumidas.

Aliado a um trabalho de pesquisa de campo, esta monografia ainda tem como objetivo fazer e provocar uma reflexão sobre como as transformações tecnológicas dos últimos tempos influíram em todo o processo de pauta, apuração, reportagem, produção e transmissão da notícia. Para tanto, se pretende fazer uma revisão de como as teorias da comunicação — vigentes até que a Internet provocasse uma verdadeira implosão nos conceitos em que se apoiavam os sistemas de comunicação — estão sendo aos poucos desmontadas. Com isso, se pretende destacar as novas demandas do Jornalismo na era da comunicação em rede, impulsionada pela transmissão digital de informações. E ressaltar também como muda o campo de atuação do jornalista num mundo em que as pessoas assumem uma identidade na esfera digital e passam a viver num mundo virtual, deslocando assim, em vários momentos, a tradicional figura do repórter — pretensão de grande parte dos jornalistas na saída da universidade.

Mas esta análise não poderá se restringir ao meio de produção e nem se limitar às questões técnicas que impõem uma nova visão de Jornalismo para o atual mercado. As mudanças na comunicação pessoal não podem ficar de fora. Tratando-se especialmente de pessoas que vivem e ditam as

regras deste momento de transformação ⁽⁶⁾, pretende-se focar também como as redes de informação têm influenciado no relacionamento do indivíduo com o mundo à sua volta e também com o mundo virtual.

Diante disso, este trabalho visa a apontar a importância de uma formação humanística forte, que possa dar suporte ao futuro jornalista para avaliar e trabalhar neste processo de mudanças.

Neste aspecto, se quer rever um pouco do processo de reformulação dos currículos dos cursos de Comunicação na UFPR e na PUC-PR, para abordar os principais entraves encontrados para a mudança; o direcionamento das propostas elaboradas; o conteúdo e a ênfase desta suposta reengenharia; seus principais avanços; e sua aplicação prática.

Não se trata apenas de descrever este processo todo de revisão curricular que vivenciaram não apenas a UFPR e a PUC-PR, mas o conjunto brasileiro dos cursos de Jornalismo, uns mais cedo que outros, uns mais profundamente que outros. O sentido deste questionamento é relacionar o que as mudanças recém-implementadas têm a contribuir com a inserção dos alunos no mercado de trabalho. E neste aspecto, não se trata apenas de uma relação academicamente importante. É, essencialmente, uma questão de sobrevivência destes profissionais. A eles está proposta a alternativa de se utilizar a Internet para o exercício diferenciado do Jornalismo e principalmente como saída para o desemprego e para os baixos salários nos setores tradicionais da profissão.

1.4 HIPÓTESES

O surgimento das novas mídias, representadas principalmente pela Internet, estabeleceu, de início, uma espécie de vácuo no mercado de comunicação e na comunidade acadêmica. Alguns podem entender aqui que o que se criou não foi propriamente um vázio, mas, ao contrário, abriu-se um leque imenso de possibilidades de se fazer comunicação. Correto. Mas a idéia de vácuo aqui utilizada tem mais a ver com a reação do mercado diante das mudanças. Houve um espanto geral e o mercado, atônito com a novidade, se viu em princípio sem saber muito bem para que lado se posicionar, que direcionamento dar à comunicação de massa, como se estivesse diante do vázio.

Com a comunidade acadêmica não foi diferente. Ainda hoje se pode observar uma reação contrária em alguns setores em aderir às mudanças tecnológicas, diante da ausência ainda hoje de um fio condutor teórico que possa reger a participação neste processo de transformações.

A rapidez com que novos mecanismos de comunicação foram aparecendo — e formando então o amplo leque de possibilidades de atuação mencionado acima — não deixou outra alternativa ao mercado e à universidade a não ser o de tentar fazer uso da nova tecnologia, ainda que não a compreendendo em profundidade. Após este *start* inicial, deu-se início então à corrida pela atualização.

Entre os intelectuais, a impressão que se tem é a de que, neste processo, dois grupos se formaram: o primeiro, composto por aqueles que se renderam totalmente às novas mídias e passaram a analisá-la numa espécie de endeusamento ou levando a crer de que o mundo cairia aos pés das tecnologias midiáticas; já o segundo grupo parece ser formado pelos mais desconfiados, ponderados e que preferem, muitas vezes, acompanhar o processo de longe a aderir a ele de olhos vendados, às escuras.

Neste contexto, as pressões para que as universidades não ficassem à margem da modernização tecnológica se tornaram insustentáveis. E a adesão às novas tecnologias passou a ser inevitável, já que a comunicação em rede é tratada como um caminho sem volta, que tende apenas a se aperfeiçoar e jamais deixar de existir.

Diante de tudo isso, uma das hipóteses deste trabalho é a de que, em relação aos cursos de graduação em Jornalismo (especificamente os da UFPR e da PUC-PR, que são o objeto desta pesquisa), não houve nenhum preparo para que eles se “aventurassem” às mudanças curriculares, em busca de adequação à nova realidade dos meios de comunicação. A revisão dos cursos, como já foi dito, era inevitável. No caso do Jornalismo — uma das áreas que mais sofreu o impacto tecnológico —, não havia como não iniciar o processo de reforma geral nos cursos de graduação.

O pontapé da mudança, portanto, foi dado com a reformulação curricular. Mas a principal questão deste trabalho ainda fica no ar: estão os jornalistas saindo da universidade preparados para enfrentar o mercado de

trabalho? A hipótese central, que motiva esta monografia, é a de que a resposta para esta questão seja “não”.

Esta hipótese se baseia em vários aspectos, que serão estudados no decorrer desta pesquisa. Uma suposição é a de que a lentidão no processo de rediscussão dos cursos de Jornalismo levou a reforma curricular a se restringir ao campo teórico, como se estivesse ainda apenas “no papel”. Acredita-se que tenha contribuído para isso também — no caso da UFPR, uma instituição pública — a falta de viabilização de recursos financeiros para a adequação de laboratórios técnicos. Além deste conjunto de empecilhos para a boa preparação dos cursos, estuda-se ainda a própria falta de novas teorias da comunicação que decodifiquem o atual contexto tecnológico e dêem suporte para uma formação mais humanística dentro da universidade. E como as universidades foram pegadas como “de surpresa” pelos avanços da informática e das redes de comunicação, outra hipótese é a de que não há ainda material humano disponível e preparado para o ensino da comunicação voltado para as novas mídias.

No caso específico da falta de equipamentos em laboratórios, acredita-se que a UFPR saia em desvantagem em relação à PUC-PR. Na Universidade Católica, a disponibilidade de materiais mais modernos é maior que na Federal, onde há hoje, no departamento de Comunicação Social, pouquíssimos computadores conectados à Internet, condição considerada hoje imprescindível para que qualquer escola e qualquer profissional estejam incluídos no mercado.

Diante dos problemas técnicos que rondam as escolas de Jornalismo, outra hipótese levantada desde já é a de que os novos currículos pouco vão resolver na prática a defasagem no programa de ensino se não houver condições materiais apropriadas para implementar novas disciplinas e novos conteúdos.

Em relação à formação humanística, a principal suposição é de que ela ainda não sustenta a base teórica suficiente para o exercício do Jornalismo, em tempo de transformação. Parto da hipótese de que uma boa formação humanística pode facilitar o entrosamento do jornalista em qualquer meio de comunicação, quando lhe faltar embasamento técnico. Mas neste sentido, acrescento ainda que inicio este trabalho com a impressão de que nem mesmo a base geral mínima para o aluno de Jornalismo está dando conta desta atual fase de desenvolvimento tecnológico.

Na fase de pesquisa de campo, imagino ouvir dos alunos egressos nos dois últimos anos da UFPR e da PUC-PR, respostas que mostrem a dificuldade com que eles enfrentaram o desafio na nova mídia, por falta de uma preparação acadêmica mais adequada. E ainda desconfio que aqueles que tiveram uma maior facilidade na fase da procura por um emprego, só o conseguiram por uma iniciativa própria de descoberta das novas tecnologias, em especial da Internet.

1.5 JUSTIFICATIVA

A necessidade desta pesquisa passa primeiramente pelo ineditismo. Embora hoje o debate sobre o impacto das novas tecnologias no Jornalismo seja cada vez mais freqüente e profundo, as idéias sobre o tema são levadas à mesa de discussão como numa espécie de “catarse” mental de seus participantes. Percebe-se, em grande parte destas análises, o clima geral de perplexidade com a mudança. E exercícios de futurologia não são nada raros. Estudiosos se aventuram a prever até que ponto a tecnologia vai influir na comunicação humana, fala-se em novos equipamentos para a interação entre os homens e do surgimento de uma nova linguagem. É preciso, sim, se preparar para o futuro, mas com os olhos no presente, no sentido de se tentar criar um campo sólido o suficiente sobre o qual atuarão as próximas inovações que virão.

Neste raciocínio, não se quer, de forma alguma, negar a importância do debate. Destaca-se aqui, no entanto, que na área do Jornalismo, é importante vincular esta discussão a um melhor preparo do profissional que estará atuando com as novas tecnologias. É isso que as discussões curriculares, inseridas num contexto mais amplo de uma reforma geral nos cursos de graduação, estão fazendo. Mas neste processo, especificamente sobre a Universidade Federal do Paraná e a Pontifícia Universidade Católica do Paraná, não se tem conhecimento sobre um diagnóstico prévio do problema, sobre o qual a reengenharia dos cursos deveria se basear.

Fala-se aqui sobre um levantamento específico sobre como os alunos estariam sendo preparados para enfrentar o mercado de trabalho.

Algo que se percebe nestes dois cursos de Jornalismo (na UFPR e na PUC-PR) é que uma análise sobre as condições de ensino tende a se limitar sobre a realidade interna da universidade, sem estender o campo de percepção às conseqüências desta formação. Ou seja, parece não haver uma espécie de acompanhamento dos alunos egressos destes cursos, para se levantar sua condição no mercado de trabalho; suas dificuldades ao deixar a universidade; suas próprias avaliações sobre desafios encontrados. É principalmente na intenção de preencher esta lacuna que o trabalho aqui apresentado se justifica. Além disso, uma diagnóstico, como o que se pretende, possibilitará uma análise independente nos dois últimos anos, período em que o uso da Internet no jornalismo como mídia ganhou mais adesão no Brasil — numa tendência observada desde 95 e crescente nos últimos anos.

O resultado desta pesquisa pode colaborar com a discussão de um novo direcionamento dos cursos de graduação, ao sugerir um novo instrumento de avaliação. Ao reunir uma série de estudos sobre as mudanças nas teorias da comunicação, novos pensamentos sobre a transmissão de informações e confrontar tudo isso com a realidade de alunos supostamente mal preparados para o mercado de trabalho, cria-se um apoio para a reforma curricular. Isto porque, embora a discussão teórica dos cursos de Jornalismo tenha envolvido uma série de pessoas

interessadas em descobrir e apontar soluções para falhas, o início deste debate esteve ancorado em princípios muito genéricos.

A reformulação dos cursos partiu principalmente da elaboração das Diretrizes Curriculares pelo Ministério da Educação (MEC) ⁽⁷⁾, que traçam objetivos, premissas, perfil, projeto acadêmico, etc. O conjunto de direcionamentos surgiu da nova concepção de ensino determinada pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação ⁽⁸⁾, que trouxe, como um de seus maiores avanços, mais liberdade para que cada curso elaborasse seus currículos de forma autônoma.

Apesar disso, as Diretrizes Curriculares apresentaram princípios a serem respeitados e deixou nas mãos dos chefes dos cursos de Comunicação o papel de torná-los aplicáveis. E diante de toda a estrutura burocrática para a implementação de mudanças na universidade (mais na pública que na particular), o processo de reformulação curricular foi lento, correndo o risco de se desatualizar rapidamente. Com um diagnóstico prévio das necessidades e do confronto novo profissional versus novo mercado, várias etapas dessa discussão poderiam — e ainda podem, já que tratamos de um debate permanente sobre a qualidade de ensino — ser vencidas rápido e eficazmente.

Quanto à necessidade de seu mudar os cursos, já há um consenso sobre isso. Não se trata apenas de um novo campo de atuação para jornalistas, com o surgimento da Internet, dos sites noticiosos e de um novo meio de transmissão de informações. Se assim fosse, bastaria aos jornais

lançarem seus conteúdos na nova mídia eletrônica, transpondo as matérias do meio impresso para a Web. Trata-se do surgimento de uma nova linguagem, para a qual o mercado da comunicação já despertou.

Mais do que isso: fala-se aqui do surgimento de um novo modelo de comunicação, para qual não bastam apenas conhecimentos técnicos de informática e de telefonia, por exemplo. A produção da notícia deixa de respeitar o antigo modelo vertical de transmissão de notícias. Não há apenas um produtor — de quem parte a notícia —, e sim vários alimentadores de informação. A possibilidade de interação das pessoas com os meios de comunicação não se trata apenas de um acréscimo ao sistema de produção. Todo o interesse por componentes da notícia está se mostrando em mudança, exigindo melhores conteúdos de informação.

É para esta mudança profunda que os cursos de graduação de Jornalismo parecem não atentar. Por isso, uma revisão da reviravolta que as novas tecnologias estão provocando no Jornalismo — que é o que se pretende aqui —, é necessária. Mas, destaca-se, sempre vinculando a teoria à realidade prática da formação acadêmica do jornalista.

Propor aqui uma revisão completa de toda a teoria da comunicação e resumir o conjunto das reflexões lançadas sobre as novas mídias, listando o total de novas perspectivas para o Jornalismo, seria algo demasiadamente pretensioso. A amplitude da análise da comunicação feita até então e das idéias novas que surgem não caberiam neste trabalho. Mas avaliar com profundidade alguns pontos específicos da produção da notícia que estão

sendo discutidos no momento de transformações tecnológicas é possível e necessário. E este material, além de servir como suporte para as discussões sobre a reforma dos cursos de Jornalismo — direcionado para uma melhor formação acadêmica de quem vai enfrentar o mundo da informação digital —, pode ainda ser utilizado pelos próprios acadêmicos e por profissionais dispostos a rever sua função, no sentido de compreender melhor o real impacto da nova tecnologia, já concretizado nos dias de hoje.

NOTAS

¹ A idéia de que as novas tecnologias, em especial a Internet, representam para o homem a possibilidade de sair de um enclausuramento proporcionado pelo tumulto das grandes cidades é desenvolvida em MORÁN, José Manuel. *Mudanças na Comunicação Pessoal* : gerenciamento integrado da comunicação pessoal, social e tecnológica. São Paulo : Paulinas, 1998.

² MARTINS, Francisco E. Menezes. *Cyberespace, Redes e Telas* : as superfícies da era do virtual. 1ª ed. 1999. Disponível na Internet. <http://www.pucrs.br/famecos/revista>.

³ CARDOSO, Cláudio. *Notas Sobre a Geografia do Ciberespaço*. 1ª ed. 1997. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br/pretextos>.

⁴ As mudanças na audiência dos meios de comunicação são parte fundamental do resultado de tantas transformações tecnológicas. A possibilidade de a audiência ter não apenas maior acesso às informações, mas também de produzir e disponibilizar suas próprias informações na Internet é abordada em MANTA, André. *Guia do Jornalismo*. 2000. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/guia/index.html>

⁵ Por meios tradicionais se entende a televisão, o rádio e veículos impressos (jornais, revistas e outros), que ainda adotam o antigo modelo de comunicação.

⁶ Importante refletir que as mudanças e as inovações tecnológicas não são fruto de uma suposta auto-reprodução do sistema econômico, mas sim ditadas e construídas por mãos e idéias humanas. Corroboram com esta idéia a obra DEJOURS, Christophe. *A Banalização da Injustiça Social*. 2. ed. São Paulo : Editora FGV, 1999.

⁷ O Ministério da Educação elaborou as Diretrizes Curriculares para cada curso superior, bem como para o ensino fundamental e o ensino médio, baseadas na Lei de Diretrizes e Bases da Educação.

⁸ Lei de Diretrizes e Bases da Educação, a LDB, é a de número 9394, promulgada no fim de 1996, após dez anos de discussão.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Ao iniciar esta pesquisa, buscou-se encontrar algum trabalho semelhante que tivesse proposto também um levantamento a respeito da formação acadêmica do jornalista para a era digital. Nada foi encontrado, nem mesmo nos cursos de graduação, que fizeram a revisão curricular. No entanto, vários jornalistas, especialmente norte-americanos, vêm traçando uma espécie de perfil do novo profissional requisitado no mercado. A totalidade deste material encontrado para dar suporte teórico a este trabalho está disponível na Internet.

O estudo sobre a reformulação do modelo de comunicação neste momento, apresentado aqui, está baseado na revisão de obras que abrangem o impacto das novas tecnologias no Jornalismo; teorias tradicionais e seus questionamentos práticos; a abordagem da comunicação pessoal; perspectivas imaginadas para o exercício da autonomia nos meios interativos; a nova mídia; e ensaios lançados na Internet.

Para organizar a revisão de teorias e novas demandas do mercado estabelecidas pelas novas tecnologias, se tentará aqui analisar as diversas etapas do processo de produção da notícia e de divulgação da informação, levando-se em conta, primeiramente, o contexto social e econômico em que

as novas tecnologias da comunicação se inseriram e sobre o qual atuam, e abordando também o novo público dos meios de comunicação.

2.1 CONTEXTO

Ao analisar o impacto da tecnologia no Jornalismo e no mundo acadêmico, é preciso primeiro analisar em que contexto todas estas mudanças surgem. Não há desenvolvimento tecnológico desvinculado de forças econômicas, sociais e políticas, que são, na verdade, seu motor principal. Diante da criação de um novo e diferente ambiente cultural, a partir das novas tecnologias ⁽⁹⁾, torna-se necessário rever a própria estrutura social em que são geradas redes, a partir das máquinas eletrônico-informáticas, principal objeto de análise de Eugênio Trivinho (1996).

O estudo do ambiente de rede, no qual as pessoas experimentam uma nova e diferente vivência — uma invenção da atualidade —, está todo direcionado ao surgimento de um novo espaço, o ciberespaço. Trivinho utiliza-se de uma metáfora para se referir ao nascimento deste ambiente, como de “máquinas hermafroditas [que] dão à luz ‘espaços’ imateriais de interação, numa espécie de parto técnico” (TRIVINHO, 1996, p. 17). Criadas num ambiente impalpável, estas redes jamais podem ser observadas de perto em todo o seu processo de produção. Sua existência só pode ser

comprovada pelos efeitos que causam. Suas características são de imaterialidade, efemeridade, multidireção e fragmentação.

O fenômeno que deu origem à criação deste complexo ambiente não tem nada de novo. Trata-se do velho e bom impulso das mudanças sociais, sejam elas de que natureza forem. TRIVINHO vê o surgimento das redes comunicacionais e do domínio invisível das máquinas eletrônico-informáticas como resultado da saturação do capitalismo, que se deparou com um mundo sem fronteiras, sem possibilidade para a tradicional expansão (1996, p. 26). Não havendo mais as bordas de limite e de defesa entre as nações, num momento em que as linhas territoriais perderam sua importância, o sistema⁽¹⁰⁾ precisou recriar mecanismos de colonização.

TRIVINHO resume a problemática da seguinte forma:

“a formação e a potencialização das redes se devem a um esgotamento das possibilidades de expansão do capitalismo pelos territórios. Asfixiado, ele se desloca para outro plano, com base na tecnologia avançada, visando assim, supostamente, perpetuar-se pelas redes (façanha que, no limite, é pouco provável, pois as redes, como os territórios, também são esgotáveis, por exemplo, pela saturação). Daí sua tendência imanente e estrutural de se tornar abstrato, espectral, imaginário, imaterial.” (1996, p. 26)

A expansão pressupõe colonização no sistema capitalista. Com as redes telemáticas não seria diferente. Mas na atualidade, a conquista de territórios não se faz mais por meio de guerras sangrentas. Vive-se agora uma colonização que TRIVINHO qualifica como branca, ao ser exercida não sobre corpos e mentes, mas sobre o domínio da tecnologia e dos bancos de dados. Neste processo, até a colonização se torna abstrata porque o próprio capitalismo se desmaterializa. O sistema se perpetua “na

invisibilidade dos fluxos eletromagnéticos e dos códigos informáticos” (TRIVINHO, 1996, p. 27).

Vale a pena fazer uma revisão rápida sobre o processo de colonização cultural, por meio dos sistemas de comunicação, verificados ainda na primeira metade do século XX. Naquele momento, coube ao rádio — que passou a ser utilizado comercialmente —, e à expansão da mídia impressa, a caracterização definitiva dos meios com fins mercadológicos. A partir dos anos 50, nota-se mais nitidamente o entrelaçamento de meios produtivos e meios de comunicação, de forma que os segundos serviam como promotores de mercadorias. Por outro lado, os meios começaram a adquirir características mais empresariais, tornando-se, eles próprios, “comerciantes” dos produtos culturais.

Mas a partir dos anos 70 muda-se a tônica desta relação. As empresas passaram a promover elas próprias suas marcas, tornando-se assim demasiadamente autocentradas. E neste ambiente, a comunicação por meio da informática ganha supremacia. A comunicação de massa começa a perder a característica como setor do capitalismo, graças ao desenvolvimento tecnológico. A partir deste momento, o sistema passa a ser mediado pela comunicação, especialmente na era da eletrônica.

Com a aceleração das descobertas técnicas, as tecnologias de comunicação dão um passo ainda à frente e, mais que mediar o sistema, passam a articular a cultura e a aglutinar em torno delas todos os processos da vida. “Aqui, os media produzem a cultura, criam e recriam o cotidiano, definem o atual, estabelecem e espargem os signos indicadores da vivência coletiva” (TRIVINHO, 1996, p. 49).

Daí porque TRIVINHO considera que “as máquinas eletrônico-informáticas de comunicação sãs as que vêm tendo, sem dúvida, maior peso na cultura” (1996, p. 17). No atual momento tecnológico, o sistema mediático pode ser considerado mais do que um sistema de comunicação. “Ele é, na verdade, uma lógica estrutural que vem se sobrepor ao sistema social” (1996, p. 49).

É interessante ainda se analisar como surgiu esta nova estrutura e como ela influi diretamente na imprensa. A ênfase do estudo de TRIVINHO é para o modo de distribuição da notícia. A imprensa escrita, desde o século passado, precisa do território para circular nas cidades, assim como as mercadorias. Desta forma, expande-se por uma malha social, completamente vinculada ao espaço físico. E todo o processo da produção da notícia pode ser acompanhada de perto, no meio impresso. Desde a elaboração da pauta, a apuração do fato, a redação da matéria, sua edição, a publicação do veículo e sua distribuição.

É com o surgimento de novos equipamentos de comunicação que a estrutura de malha social começa a mudar. Com o telégrafo, o telefone e o rádio, estabelecem-se linhas de comunicação. Mas as redes propriamente ditas só vão surgir mesmo com o desenvolvimento da informática. Não mais se pode acompanhar o caminho de uma matéria desde sua produção em uma agência de notícias até sua transmissão por fax ou por computador para as redações dos jornais. O mesmo se dá com as aparições televisivas ao vivo e as transmissões em tempo real pelo rádio. Diante disso, TRIVINHO diz que as redes só são conhecidas pelos seus efeitos (1996, p. 24).

Com o desenvolvimento tecnológico o Jornalismo ganhou principalmente velocidade. Assim, não há mais linhas de comunicação, nem uma malha social em torno da imprensa e sim completa circularidade de informações, a partir do momento em que o público deixa de ser o receptor da mensagem para ser um alimentador ⁽¹¹⁾ de informações na rede em que está conectado. TRIVINHO conclui a análise deste processo da seguinte forma:

“Não existem pólos de circularidade das redes; eles despojam desse estatuto rígido, embaralham-se, dissolvem-se, na medida em que impera somente o percurso, o durante, as rotas espirais velozes; o começo e o término da trajetória de uma mensagem são abolidos pelo avanço da eletrônica e da informática. O que existe são *suportes da circularidade indefinida* — e, nesse aspecto, todos os homens se encontram, pois é isso o que eles e as instituições são: suportes, ponto de passagem de imagens, informações, discursos, entretenimento, etc., capilaridades que alimentam redes.” (1996, p. 20)

2.2 UM NOVO ESPAÇO

O espaço em que as informações ganham circularidade, numa trajetória indefinida, já foi batizado como ciberespaço ⁽¹²⁾ e é o resultado direto do processo de independência do espaço físico, sobre o qual se apóia ainda hoje a imprensa escrita.

O pesquisador de cibercultura da Universidade Federal da Bahia, Cláudio Cardoso, lista algumas peculiaridades sobre o ambiente de Internet, principal referência para o estudo das redes telemáticas. Ele faz uma relação direta com a atual fase do capitalismo, na qual a expansão pelos territórios perdeu a justificativa. Segundo LEMOS, citado por CARDOSO, “o

ciberespaço faz parte do processo de desmaterialização do espaço e da instataneidade temporal contemporâneos”⁽¹³⁾. Esta é, para ele, a fase posterior à modernidade, quando os espaços físicos eram controlados, manipulados e organizados na era da industrialização que fragmentava o tempo.

E quando se fala em velocidade na transmissão de notícias, LEMOS expressa claramente como o espaço físico perdeu importância para a referência de tempo: “se na modernidade o tempo era uma forma de esculpir o espaço, com a cibercultura contemporânea nós assistimos a um processo onde o tempo real vai aos poucos exterminando o espaço”⁽¹⁴⁾.

As conexões à Internet — principal referência no estudo do ciberespaço — se dão no tempo e não nos lugares. Na pós-modernidade, os referenciais de endereço, de espaço, de percurso não mais exprimem na totalidade a identidade do homem. As pessoas assumem um lugar nas redes de comunicação, em torno das quais as relações sociais passam a se aglutinar, a partir do momento em que se conectam a elas. A idéia de ocupar um lugar no espaço passa então a ser vinculado ao ato da conexão. E ao se desconectar, desaparece o ponto que o indivíduo ocupava até então no ciberespaço.

E neste período de inserção voluntária na rede, forma-se um espaço onde se reproduz uma cultura complexa, diversificada, interativa, rápida. Como explicita CARDOSO, é no ciberespaço “onde fervilham agrupamentos sociais inéditos, práticas anônimas de interação, tribos cyberpunks, hackers (espiões das informações circulantes na rede), etc”⁽¹⁵⁾. E a interação está completamente vinculada à noção de tempo real. Ela é efêmera, descompromissada. A própria

identidade das pessoas, muitas vezes inventa as, so existe naquele momento específico em que os personagens estão interagindo em rede, durante a conexão.

É neste espaço também que se organizam debates, fóruns, estimulando a reflexão interativa. As discussões antes do desenvolvimento da tecnologia eram concentradas num espaço físico, onde as pessoas se reuniam para este propósito. Mas agora, “o espaço público [para discussões] cedeu lugar à partilha dos bancos de dados.”⁽¹⁶⁾.

Embora a Internet e demais redes de comunicação estejam aglutinando hoje, em torno de si, as trocas entre as pessoas, sejam elas de idéias ou comerciais, a existência nelas se dá apenas por meio da execução de um ato eletrônico para a conexão. E mesmo com a perda de uma série de referenciais físicos, a dimensão tradicional da vida não pode ser anulada. A realidade ainda é traduzida pela geografia das cidades, as diferenças sociais são inconfundíveis no aspecto urbano, e não é possível fingir características físicas na vida real. As distâncias entre lugares não deixaram de existir com a possibilidade de acessar pelo computador os bancos de dados de determinadas instituições. Embora a possibilidade de conexão evite a necessidade do deslocamento físico até as sedes das empresas, elas ainda estão lá e não sumiram simplesmente do cenário das ruas.

A idéia de lugar na Internet está muito mais relacionada à concentração de informações. Os usuários escolhem que “lugar” querem acessar, referindo-se à página onde encontram os dados que procuram. Já

se pode observar que as conexões em rede têm ganhado uma dimensão e uma importância no cotidiano das pessoas talvez mais importante do que sua própria localização no espaço real. No entanto, os ambientes interacionais informáticos não anulam a realidade. É por isso, que LEMOS define o ciberespaço como “complexificador do real”⁽¹⁷⁾.

Trivinho ainda aborda os conceitos de teleurbanismo e telecidades. As segundas são o próprio ciberespaço, expressando, no entanto, mais uma idéia de organização invisível das estruturas, transformando em dados as estruturas físicas da realidade palpável (1996, p. 28-35) E o teleurbanismo representa a prática de se estar na telecidade, ao se estabelecer pontos de conexão nas redes. A “vivência” nas telecidades são caracterizadas pelo autor em sete itens:

- 1) O primeiro deles seria a própria anulação do espaço físico, assunto já abordado anteriormente neste trabalho;
- 2) As interações sempre em tempo real alteram a percepção de tempo, como se o “telecidadão” vivesse constantemente no presente. Não há passado e nem futuro;
- 3) Surge um paradoxo quanto à convivência entre as pessoas. Ao mesmo tempo em que se aproximam numa troca de informações simultânea e interativa, esta prática cria o hábito do mínimo contato físico;
- 4) A política também é exercida no ciberespaço, uma vez que sua prática tradicional perde o sentido por não mais atrair as pessoas, ao mesmo tempo em que é expressada em shows para a TV;

- 5) Na economia, o dinheiro em papel e o talão de cheques são substituídos por cartão de crédito e o patrimônio se resume a dados informáticos;
- 6) As pessoas são levadas a optar pela alternativa eletrônica de consumo, pela Internet e até as operações em bolsa passam a ser feitas pela Web.
- 7) A imprensa tradicional perde lugar para sites noticiosos super rápidos.

Nesta nova “zona de existência”, as pessoas assumem uma identidade paralela à realidade. Mas neste espaço, atuam não os homens, mas suas representações em forma de texto. É por meio das palavras escritas que se ocupa um lugar na rede. E estas, por sua vez, são geradas por códigos numéricos informáticos.

2.3 AS RELAÇÕES PESSOAIS

A sociedade pós-moderna vive um clima de guerra sã, na opinião do psiquiatra francês Christophe Dejours (1998), para quem o mundo do trabalho se transformou no principal palco de sofrimento das pessoas. Com o clima de competição entre instituições e profissionais, a sensação de instabilidade cria uma relação de tolerância do homem com a sua condição de explorado. Uma tolerância que se confunde com o medo da exclusão social. Impera o discurso economicista no neoliberalismo e o ambiente de trabalho, disfarçado em sua aparência anti-séptica e informatizada, é precário tanto no aspecto subjetivo quanto físico. Diante desta realidade, as

peessoas se tornam reservadas e tendem a ver a exploração no mundo do trabalho como uma adversidade inevitável e justificada nos atuais tempos de guerra econômica.

“A sociedade pós-moderna está fragmentada, desiludida. A leitura das manifestações aparentes pode induzir ao niilismo, ao desespero”, escreve o professor de Comunicação da Universidade de São Paulo, José Manuel Morán. Para ele, este é o resultado “de tantas crises sociais e pessoais apontadas pela pós-modernidade, de tantas descrenças na evolução pessoal e institucional” (1998, p.39).

É nas grandes cidades que as pessoas tendem a viver enclausuradas e a intensificar as crises, geradas, nos dias de hoje, principalmente pela competição acirrada no sistema produtivo. A falta de tempo, o medo da desonestidade, da violência, da traição fazem com que o homem se reserve ao seu próprio ambiente. E “na falta de interações pessoais, muitos se relacionam com as mídias, principalmente com a televisão, num tipo de interação virtual, que se dá especialmente no imaginário de cada um. *Todos nos ‘encontramos’ na televisão, só que terminamos refletindo pedaços de nós nas várias telas*” (MORÁN, 1998, p. 34-35). A televisão (que tende a se fundir com o computador, o que já começa a acontecer), muitas vezes é assistida como um espaço para resolver conflitos. Os meios de comunicação, que há muito são mediadores da vida cotidiana, passam a ocupar mais espaço e a orientar o dia-a-dia das pessoas. O computador, ao

concentrar meios multmídia, tende a ser o principal aglutinador dos fragmentos dispersos do homem na pós-modernidade.

MORÁN (1998) acredita no entanto, que os meios podem ser usados, neste momento, tanto para o bem quanto para o mal. Por um lado, ele afirma que as pessoas, movidas pelo desencanto com a vida real, estão buscando de certa forma “juntar seus cacos”, se organizar, interagir com o próximo e sair do casulo. Este é um momento, na opinião dele, para a busca de novos referenciais porque a sociedade, desiludida, não quer mais se apoiar sobre os velhos mitos.

E o principal caminho para isso é a comunicação integrada, não superficial, por meio da qual se torna possível trocar experiências. Em síntese, “depois de ter acesso a tantas tecnologias de informação avançadas, sentimos que o caminho está na redescoberta das dimensões humanas mais profundas, utilizando todos os recursos, todas as tecnologias, acompanhando as mudanças, mas sem perder o foco pessoal, afetivo” (MORÁN, 1998, p. 127).

Mas, por outro lado, o autor também expressa sua desconfiança de que o convívio com as novas tecnologias possa desviar o homem totalmente deste caminho de redescoberta das dimensões humanas e da importância das relações próximas e sinceras com os outros.

Conforme Arnoldo Toynbee, citado por MORÁN, “tecnologicamente somos deuses, enquanto do ponto de vista humano, ainda somos primatas” (1998, p. 107). O receio de que se tem é o de que, com o advento das

novas tecnologias — especialmente do computador pessoal —, as pessoas se lancem a elas e, ao invés de promoverem a interação com os outros, a comunicação passe a se restringir ainda mais por meio de códigos e simulacros por trás das telas. Neste sentido, as tecnologias serviriam mais para isolar do que para promover comunicação interativa. Há, inegavelmente, “um novo reencantamento pelas tecnologias porque participamos de uma interação muito mais intensa entre o real e o virtual, [...] porque estamos numa fase de reorganização em todas as dimensões da sociedade” (MORÁN, 1998, p. 68).

MORÁN deixa clara sua preocupação com a tendência de uso das novas tecnologias e expressa a encruzilhada em que a sociedade está, da seguinte forma:

“poderemos comunicar-nos mais ou alienar-nos muito mais facilmente que antes. Se quisermos fugir, encontraremos muitas realidades virtuais, nos refugiaremos no imaginário, no isolamento. Creio que a maioria das pessoas vai utilizar estas tecnologias no que elas têm de mais superficial e previsível, como o faz com as suas vidas e com as tecnologias até agora disponíveis. Mas os que têm uma atitude mais ativa, confiante e criativa diante da vida continuarão utilizando as velhas e as novas tecnologias de comunicação de forma cada vez mais libertadora, mais criativa, para comunicar-se melhor, para aprender mais e tornar a nossa sociedade menos consumista e mais humana” (1998, p. 87).

No posto de vida da organização social, conseqüência do conjunto das relações pessoais, uma mudança estrutural tende a acontecer, de acordo com as análises de TRIVINHO (1996). O autor chega até mesmo a afirmar que, com a desmaterialização do capitalismo e a nova noção de espaço imposta pelas novas tecnologias, a estrutura social sofre um esvanecimento. Para ele, o social tem suas raízes no capitalismo tradicional, fundado nos limites territoriais. Mas, com a aceleração técnica e

o surgimento das redes, o homem deixa de viver como parte da estrutura social (basicamente dividida entre urbano e rural).

É no social que se desenvolvem os conflitos de classe. Há uma organização em torno do poder. O poder, da forma como se apresentava e se exercia no capitalismo industrial, se pulveriza com o surgimento das redes. Com as novas tecnologias, as pessoas passam a se organizar no seu ambiente doméstico, restringindo suas atividades em torno do computador, este conectado a uma quantidade variável de redes, conforme a necessidade de comunicação do indivíduo. É por isso que TRIVINHO acredita que se observa atualmente uma “obliteração do social”. E no momento em que as pessoas deixam de se reunir e de se organizar em torno de uma estrutura social, elas passam a se confinar no ambiente a partir do qual podem “entrar em rede”. “O confinamento é emanção tecnológica” (TRIVINHO, 1996, p. 39). Diante da velocidade com que são transmitidas as informações em rede, delimitando o tempo da vivência humana, pode-se dizer que o homem da atualidade é um “ser-velocidade” (TRIVINHO, 1996, p. 40).

O mesmo autor caracteriza o indivíduo que vive a atual mutação tecnológica de “eletrônico-informático” ⁽¹⁸⁾. Trata-se da “pessoa que se serve de máquinas fixas [...] para se ligar ao mundo”. ⁽¹⁹⁾ O que se tem hoje, continua ele, são “próteses eletrônicas capazes de redes funcionando como instrumentos de defesa contra a ameaça do sentir-se isolado e fora do mundo”. ⁽²⁰⁾.

TRIVINHO resume este momento de profundas mudanças para a vivência do homem em sociedade:

“À curva de declínio do social alinha-se o ocaso das grandes metanarrativas, o crepúsculo das utopias, do simbólico e do sentido modernos, a ossificação e espetacularização da política oficial, a desagregação da lógica das classes sociais em proveito dos grupos fragmentários, dos *lobbies*, das tribos, a vertigem dos parâmetros culturais e do referente/real, a obliteração da história e da memória social. Como se vê, o esvanecimento do social está vinculado à vertigem de toda uma ordem: o aumento da velocidade tecnológica é acompanhado da instalação de outra lógica estrutural, ainda não muito definida; transição da modernidade para a pós-modernidade” (1996, p. 54).

Mas para LÉVY (1994), há uma possibilidade para a renovação das formas do laço social, não no ambiente urbano das cidades, em seu aspecto físico e material, mas no de troca de conhecimento. Numa das mais complexas e otimistas análises sobre os novos tempos, o filósofo francês sugere que o surgimento do ciberespaço não seja estudado apenas a partir de seus efeitos na vida em sociedade, mas que se pense um projeto para que ele possa contribuir de alguma forma para a comunicação interativa.

LÉVY acredita que a multimídia traz aspectos civilizatórios possíveis, à medida que o homem deixa de se “comunicar por meio da mídia e a pensar em instituições separadas umas das outras, que organizam, além disso, o sufocamento e a divisão das inteligências” (1994, p. 16-17). O que ele propõe é um desbloqueio de uma comunicação confiscada pelos intermediadores da informação, os meios, e a constituição de uma inteligência coletiva. Isto seria a reinvenção da democracia. É uma utopia, reconhece o autor. Ele esclarece que o termo inteligência coletiva não é meramente cognitivo, mas deve ser compreendido como um “trabalhar em acordo”. E a recomposição do laço social, num momento em que a vida em

sociedade se desterritorializa, se daria por intercâmbio do conhecimento.

Em síntese, segundo o projeto de LÉVY,

“acontecimentos, decisões, ações e pessoas estariam *situados* nos mapas dinâmicos de um contexto comum e transformariam continuamente o universo virtual em que adquirem sentido. Nessa perspectiva, o *ciberespaço* tornar-se-ia o espaço móvel das interações entre conhecimentos e conhecedores de coletivos inteligentes desterritorializados” (1994, p. 29)

Seria a reinvenção da ordem social em rede virtual. Todos negociariam a estrutura de uma nova linguagem e o papel de cada um. O filósofo chega a prever que as profissões de tratamento da informação — jornalistas aí em primeiro plano — estariam fadadas ao desaparecimento, ao tornarem-se desnecessárias numa sociedade coletiva inteligente. Nesta proposta, as redes perdem a função de dominar e de organizar o fluxo das informações. Mas, condição citada por LÉVY para a consolidação do coletivo — este unido basicamente pelo saber interativo —, é o domínio das ferramentas de contemporâneas de comunicação. Sem este *know how*, não há como participar do ciberespaço, um ambiente de encontros e de trocas. Daí descaracterizar a existência das massas, as quais, na sociedade capitalista autoritária, submetem-se a uma organização externa e soberana.

2.4 OS MEIOS

Em 1964, Marshall McLuhan ⁽²¹⁾ já escreveu sobre os meios de comunicação como extensão do homem, numa análise ainda atual em

vários pontos. Algumas de suas idéias sobre o poder dos meios como formadores das associações humanas refletem exatamente o que temos atualmente, na era da informação digital. Daí a máxima de que “o meio é a mensagem”.

Talvez mais do que nunca, a teoria sobre o poder dos meios possa ser utilizada hoje em relação à Internet e às redes de comunicação, de forma geral, quando MCLUHAN afirma que

“nossa resposta aos meios e veículos de comunicação — ou seja, o que conta é o modo como são usados — tem muito da postura do alvar do idiota tecnológico. O ‘conteúdo’ de um meio é como a ‘bola’ de carne que o assaltante leva consigo para distrair o cão de guarda da mente. O efeito de um meio se torna mais forte e intenso justamente porque o seu ‘conteúdo’ é um outro meio” (1964, p. 33).

Este trabalho já abordou as mudanças que as tecnologias impuseram na organização humana, na sua concepção de espaço e nas relações pessoais. Crê-se que tamanhas transformações não são consequência do conteúdo das mensagens que foram trocadas pela Internet ou por meio das demais redes de comunicação. MCLUHAN já previa que a força propulsora destas mudanças pertence ao próprio meio. Para reforçar sua tese sobre o poder dos meios, pelas consequências e transformações que provocam e não pelo conteúdo apenas, o teórico da comunicação cita o papa PIO XII, que teria afirmado, em 1950: “Não é um exagero dizer-se que o futuro da sociedade moderna, bem como da estabilidade de sua vida interior, dependem em grande parte da manutenção de um equilíbrio entre a força das técnicas de comunicação e a capacidade de reação do indivíduo” (MCLUHAN, 1964, p. 36).

Na atualidade, a Internet ganhou a ênfase das análises sobre a reação das estruturas e das associações humanas. Como meio, a Web se caracteriza basicamente por uma circularidade da informação, na qual não há papéis definidos para emissores e receptores. É ainda com a Internet que estas informações conseguiram romper barreiras territoriais numa velocidade inédita. A Internet fez também com que os aspectos burocráticos da vida se aglutinassem em torno dela, eliminando deslocamentos físicos e traduzindo as estruturas em códigos. A própria identidade humana adotou forma de números. E a informática acabou por romper a estrutura do social, ao construir novas formas de vivência que não a real. Na Internet, nasceu um outro ambiente de socialização, não mais centrado na divisão de classes — perceptível visivelmente —, e sim na troca de informações. Seus mecanismos só são conhecidos pelos efeitos que causam.

Embora a Internet seja considerada, muitas vezes, como o grande acontecimento na comunicação no século XX, há que se considerar que, como meio, ela dificilmente teria existido não fosse a imprensa. De fato, MCLUHAN e TRIVINHO concordam em algo: as novas tecnologias não estariam hoje provocando as tremendas transformações não fosse a saturação do capitalismo, com a qual a imprensa certamente contribuiu.

Com os meios impressos — que se desenvolveram baseados numa malha social — surgiu o nacionalismo. A partir deles, na era industrial, acontece a alfabetização e a educação universal. “A imprensa apresentou uma imagem de precisão repetitiva que inspirou formas totalmente novas de

expansão das energias sociais [...], tirando o indivíduo de seu grupo tradicional e fornecendo-lhe um modelo de como adicionar indivíduos para formar uma poderosa aglomeração de massa” (MCLUHAN, 1964, p. 197). À medida que a imprensa se espalhava pelos territórios, ela conseguia unificar a nação em torno do idioma e daquela estrutura social. Mas não conseguiu costurar os fragmentos sociais, formados pelos processos industriais. Serão o rádio e a televisão a grande ameaça para o nacionalismo, mas também os elementos responsáveis pela colagem dos fragmentos sociais, ao criar uma massa de ouvintes e de telespectadores.

Com a nova tecnologia de redes, mais uma vez as estruturas se rompem e há uma nova saturação das instituições, no momento em que os espaços de organização deixam de existir no real e a vivência coletiva é substituída pelas experiências individuais interativas. A Internet é o principal meio para esta troca de experiências.

Com a Internet, cumpre-se a quase profecia de MCLUHAN, quando diz que “na medida em que aumenta a velocidade da informação, a tendência política é afastar-se da representação e delegação de poderes em direção ao envolvimento imediato de toda a comunidade nos atos centrais de decisão” (1964, p. 230-231). Diante disso, a Internet tem características opostas às do jornal, segundo a visão de MCLUHAN sobre a imprensa. Se a Internet estimula a participação individual e autônoma das pessoas no processo social, o jornal influi basicamente no coletivo. “Um jornal — disse Lênin em certa ocasião — não é apenas um propagandista e

um agitador coletivo'; é também um organizador coletivo. Stalin chamou-a [a imprensa] 'a mais poderosa arma de nosso Partido'. Para Krushev, ela é 'nossa principal arma ideológica.' (MCLUHAN, 1964, p. 243)

A Internet, por sua característica de provocar o esvanecimento do social, se opõe a todos os meios de comunicação de massa. Uma de suas principais peculiaridades é o fato de não promover a organização coletiva, uma vez que estabelece a conexão individual e autônoma. Mas o mesmo tempo, cria um novo ambiente de encontro social entre pessoas que se organizam em torno de assuntos comuns de interesse. Ela é, na verdade, o próprio ambiente. Mas em nenhum momento, a Internet se apresenta como uma força unificadora destes interesses.

O paradoxo, no entanto, é que, no meio profissional, a Internet seja utilizada de forma a despertar interesses, por meio de estratégias de marketing e apelo para o conteúdo. Caso contrário, sua razão comercial não se confirma, o que é imprescindível para seu uso profissional.

Saber encontrar o ponto ideal desta contradição é um dos desafios para o profissional na era da informação digital. Para enfrentá-lo, é importante distinguir o que muda quanto aos processos de produção de uma notícia nos novos meios, representados principalmente pela Internet.

2.5 INFOJORNALISMO

Ao estudar sobre os processos para a transmissão da notícia é necessário salientar que não se fala aqui da inserção da tecnologia e da informática como facilitadores da prática jornalística. Fala-se aqui do Jornalismo inteiro submerso no ambiente informático, no mundo virtual de conexões, que, durante sua produção, provoca a interação circular entre produtores da notícia e receptores. A falta de uma definição pré-estabelecida de papéis no processo da comunicação é a principal característica do que se convencionou chamar Infojornalismo — expressão tomada de TRIVINHO (1996).

Por se processar inteiramente por meio do computador é que o Inforjornalismo é imaterial. Ele não se processa pelo espaço geográfico da distribuição do veículo. É transmitido em rede, durante o período de conexão. Daí sua segunda característica mais importante: o Infojornalismo só se completa quando a parte interessada na informação fizer a conexão, espontaneamente. O suposto receptor — embora não haja a pré-definição dos papéis, em algum momento alguém vai receber a informação, enquanto em outro vai produzi-la — é quem estabelece o momento da recepção. E ele vai buscar o que lhe interessa e manipular o conteúdo informativo. “A

recepção do inforjornal submete-se não à lógica do tempo público, mas à lógica do tempo privado” (TRIVINHO, 1996, p. 142).

O Inforjornalismo, na concepção de TRIVINHO, consegue mesclar aspectos da TV e do jornal. Por ser transmitido por meio de infovias para a tela do computador, ele está sintonizado com a civilização já habituada aos códigos da imagem e do olhar. Mas são os hipertextos que evocam o leitor-telespectador a buscar a informação que deseja, por meio de cliques e links, estabelecendo assim a interação. E portanto, há uma maior aproximação com os meios impressos, a partir da leitura individualizada do conteúdo. A TV e o rádio são planejados para alcançar a audiência massificada.

2.5.1 Ainda comunicação de massa?

A natureza interativa do infojornal, satisfazendo a busca individual do leitor-telespectador, desfaz sua definição de comunicação de massa. À medida que as informações são procuradas pelo receptor, de acordo com seu interesse pessoal e no momento que lhe convém, o modelo de produção massificada não vale mais.

Segundo TRIVINHO, citado por MARTINS, o deslocamento do internauta pela rede, segundo sua escolha prévia, faz do infojornal um “self-service virtual” ⁽²¹⁾. MARTINS então o define como “veículo de teletransporte

infoviário”⁽²²⁾, expressão diretamente relacionada com o deslocamento guiado por hipertextos, passando por sites e links da rede.

É por isso que, com as novas tecnologias de mídia, que primam especialmente pela interação, que os modelos de comunicação pensados até então caem por terra. A comunicação pensada por MCLUHAN, como processo linear, entre emissor e receptor, foi interrompida. O mesmo se deu com as teorias de ADORNO e HORKHEIMER, que viam na indústria cultural uma transmissão vertical da informação, massificando o público receptor.

TRIVINHO analisa que as massas são resultado da ação dos meios autoritários, que impõem uma via de mão única na produção e transmissão de notícias. Embora estes mesmos meios estejam tentando atualmente abrir espaços para participação de sua audiência, o público continua sendo submetido à posição única de espectador. No caso do infojornal, em que a comunicação flui nos dois sentidos, há espaço para usuários telemático-interagentes, que manifestam sua individualidade. Mas neste meio não cabe mais o conceito de massa unificada de espectadores.

Há no entanto, um paradoxo sobre o esvaecimento das massas. Embora o acesso à informação seja definido pelo receptor, que também interage com a notícia, estabelecendo uma via de mão dupla neste processo, uma mesma informação pode ser acessada em um número ilimitado de pontos de conexão. Com isso, a produção do conteúdo em si não prioriza as preferências individuais e é apenas solto na rede. Ao ser

distribuído por acessos obrigatórios, chega a milhões de usuários da Internet. A diferença fundamental de um sistema massificado, no entanto, está no fato de que a leitura destas informações vai depender da prévia escolha do internauta. “É quase como se, em vez de o espectador de cinema receber o filme na tela, ele buscasse suas imagens no próprio projetor”, compara TRIVINHO (1996, p. 122).

2.5.2 A notícia hoje

Diante da nova forma de se fazer comunicação, pensando num público que interage e escolhe por conta própria o que vai querer ler e ver, faz-se necessário deixar claro o que é verdadeiramente notícia.

Para o jornalista, uma mudança substancial está ocorrendo. Até então, com os meios autoritários, o leitor é de certa forma impelido a acreditar no que era veiculado, por não ter a chance de participar da tomada de decisões sobre o que realmente o interessaria ler nos jornais, ver na TV e ouvir no rádio. Mas, a partir do momento em que as tecnologias de mídia abriram espaço não só para uma participação superficial, mas para a interação, os mesmos “clientes” passaram a olhar os veículos antigos com outros olhos. Edward Miller e William Boyd, do The Poynter Institute, comentam que “não apenas somos (os jornalistas) menos respeitados, como menos necessários”⁽²³⁾. Tudo porque o leitor está aprendendo que pode obter a informação por seus próprios meios e, portanto, torna-se cada

vez mais impaciente com o antigo sistema, no qual ele não tinha qualquer alternativa de participação. Desta forma, notícia não é mais o que é veiculado autoritariamente pelos meios tradicionais. Notícia é o que o público decide que é. Vive-se, no meio da comunicação, a máxima comercial de que o produto vale de acordo com o benefício que representa. E este benefício está diretamente relacionado com a oferta de serviços. O conteúdo dos meios tem de “servir” o seu cliente, de alguma forma, o que pressupõe a possibilidade para que ele escolha e interfira no produto que vai receber.

2.5.3 Inversões

Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos em 1998 comprova a mudança na relação do público com os meios. A Stanford University, na Califórnia, e o Poynter Institute (renomado instituto norte-americano de pesquisas no meio jornalístico) desenvolveram um projeto para descobrir o que mais prendia a atenção dos leitores dos sites noticiosos. Pequenas câmeras foram colocadas a partir de suportes na cabeça dos leitores. Elas registraram onde os olhos se fixavam mais, quanto tempo em cada página, qual o conteúdo que mais despertava o interesse do leitor. O resultado do estudo ajudou os jornalistas participantes a comprovar o que já era sabido: que conteúdo é a razão pela qual os leitores acessam os sites noticiosos. E,

a partir disso, é também um melhor texto e um melhor conteúdo que farão os leitores se aprofundarem mais nestes sites.

A pesquisa mostrou que artigos e matérias noticiosas foram vistos muito mais (92% e 82%, respectivamente) do que fotos (64%), anúncios (45%) e gráficos (22%). Numa média de 34 minutos, os participantes da pesquisa leram uma média de quatro textos por site.

Estes números apenas comprovam a necessidade de se desenvolver bem a nova linguagem requisitada por este público cada vez mais exigente. Ele é dirigido pelo hipertexto, por natureza um incentivador da interatividade.

2.5.4 Hipertexto

A informática desenvolveu uma forma de linguagem que extrapola os limites da palavra escrita, por exemplo, ao apresentar uma gama mais variada de formatos de informação. É pela multimídia que a informática se aperfeiçoa na técnica de transmitir informações.

Assim como outras formas de linguagem, a informática não se restringe a uma alternativa de expressão, mas acaba por criar novas formas de pensar. Ainda não há uma conclusão sobre o raciocínio humano na era da informação digital. Mas vale a pena analisar, embora rapidamente, uma das principais ferramentas que alavancam novas formas de representação e armazenamento do pensamento humano, que é justamente o hipertexto.

A principal contribuição do hipertexto na inauguração de uma nova linguagem é a não-linearidade do acesso à informação. Pela montagem de processos, o computador também cria uma representação dinâmica, a partir de movimentos, clicks, links, em vez de uma representação estática, representada pelos meios tradicionais. Com isso, a informação não segue adiante, em linha reta, mas estabelece uma interface com o navegador que procura — tendo o hipertexto como principal assistente — o que lhe interessa.

Em outro aspecto, ele poder ser melhor definido como multilinear, na visão de Marcos Palacios ⁽²⁴⁾, pelo fato de que cada navegador percorre sim sua própria linearidade a partir das conexões. O fato é que há uma diversidade de opções de percursos, que respeitam a prévia escolha do internauta.

Outra de suas características fundamentais é o fato de ser infindável. PALACIOS ⁽²⁵⁾ observa que “com o hipertexto, o fechamento não se dá, ou pelo menos não se dá da forma à qual estamos habituados”. Com isto, a estrutura da narrativa é modificada em sua estrutura.

Para o jornalista, dominar a linguagem do hipertexto, como facilitador de busca e como estimulador de novos movimentos, novas dinâmicas, novos acessos, é uma das chaves para estar bem inserido no mercado de trabalho. Neste momento, é como decifrar o enigma que cativa o homem de hoje, que o prende ao mundo da comunicação e, conseqüentemente, ao

que está ao seu redor. Eduardo Diniz expressa bem a importância do hipertexto:

“a linguagem da informática terá impacto em três níveis: em primeiro lugar, permitirá novos modos de comunicação entre os homens, dadas as características específicas de suas técnicas; em segundo lugar, possibilitará o desenvolvimento de novas formas de estruturação do raciocínio; e, por último, numa visão mais futurista, abrirá uma nova frente de diálogo entre os homens e suas criações, as máquinas.”⁽²⁶⁾

2.5.5 Abertura do mercado

Até pouco tempo atrás os computadores entravam nas empresas de mídia pelas portas dos setores administrativos burocráticos, com a função de auxiliar nas tarefas corriqueiras de contabilidade. Foi por volta dos anos 80 que eles começaram a entrar nas redações, substituindo as antigas máquinas mecânicas de escrever. A necessidade da mais rapidez no processo de produção foi o grande impulso para o uso dos programas para edição de texto. Os jornais foram pioneiros nesta experimentação. No final da década, as primeiras experiências de jornalismo digital foram ensaiadas nos Estados Unidos, a partir de sistemas de videotexto, produzidos por empresas como a Time, Times-Mirror e a Knight-Ridder. Nesta época, com a ainda incipiente expansão da Internet, jornais digitais eram mantidos por empresas de serviço on-line, como a American Online e a Prodigy. Em 1989, surge o advento da World Wide Web, talvez um dos principais estímulos para o *boom* da Internet. A partir do ambiente WWW, os usuários da rede passaram a acessar qualquer informação com um simples clique no

mouse. Já não era mais preciso aprender uma série de comandos complicados para navegar na Internet.

Nos anos 90, os computadores superaram de vez a tarefa de fazer apenas o que estava à mão do repórter e passou a servir de transmissor de informações via eletrônica. Os dados de maior preciosidade para o jornalista começaram a ser concentrados no computador, como fonte de informação e como arquivo de textos. Foi com o advento do e-mail e das infovias, que os computadores portáteis passaram a ser levados a tiracolo com os repórteres, para tornar mais ágil a produção e a transmissão da matéria. Em diversas ocasiões, os laptops são as ferramentas para a redação das histórias ainda no calor do acontecimento. A Internet já era utilizada para transmissão de matérias, informações e correspondências em geral. Mas sua utilização pelos veículos de comunicação como meio multimídia surgiu como que à marra, impulsionada pela força da mudança na sociedade e pela criação dos sites noticiosos independentes.

Até 1993, apenas 20 jornais estavam on line, todos eles norte-americanos. Em janeiro de 1994, a norte-americana RadioMail utilizou seu sistema de modem sem fio para lançar a notícia sobre o terremoto em Los Angeles e foi divulgada antes da CNN e da Associated Press começarem a veicular o acontecimento. Foi a partir daí que o mercado mais evoluído do mundo no setor da informática percebeu o nascimento de uma nova mídia.

No ano seguinte, em 1995, foi a vez do Brasil despertar para a Internet como meio. A partir de então, segundo dados do Comitê Gestor

Nacional, citados no Guia do Jornalismo ⁽²⁷⁾, o crescimento da rede no país é duas vezes maior que média anual no mundo ⁽²⁸⁾.

O crescimento da utilização da Internet no Brasil não apenas como mídia, mas principalmente como comércio eletrônico, tem impulsionado investimentos internacionais consideráveis no desenvolvimento tecnológico no país. No setor jornalístico não poderia ser diferente. Explorada principalmente pelas empresas que controlam os meios tradicionais, a Internet vem aos poucos ganhando o tom determinado pelos clientes das novas tecnologias, interessados em um meio interativo de serviço rápido e com bom conteúdo.

Mas não foi nada disso que estes leitores encontraram nos sites noticiosos criados pelos principais jornais brasileiros na época. Os recursos de multimídia, hipertexto e interatividade continuam não sendo explorados ainda por muitas empresas. Em 1995, era quase uma unanimidade: os sites eram nada mais que a transposição do conteúdo do veículo impresso para a rede de computadores. A incorporação das novas tendências foram feitas desde então, mais pelos sites independentes, que abriram um amplo mercado para o jornalista.

Empresas que investiram em projetos exclusivos para a mídia on-line foram à caça de jornalistas versáteis que captassem o espírito das mudanças e que colocassem em prática as novas ferramentas de linguagem. Estas organizações, com capital supervalorizado, passaram a contratar profissionais bem informados, com ampla gama de fontes, nomes

já conhecidos da imprensa brasileira. A partir de 99, houve uma debandada de jornalistas principalmente das redações de jornais, na maior parte convidados pelas novas empresas e atraídos, mais do que qualquer outra coisa, por salários muito acima da média paga pelos meios tradicionais. Ainda é cedo para analisar a estabilidade deste mercado e fazer previsões sobre seu fracasso ou crescimento seria aqui mero exercício de futurologia. Mas as empresas apostam na mídia on line, como resultado da mudança de pensamento e reação da sociedade à forma autoritária de se fazer comunicação.

O mercado profissional para o jornalista ainda borbulha no Brasil. Recém-formados encontram hoje uma variedade imensa de opções de emprego, que não se restringem apenas aos sites noticiosos por empresas já estabelecidas no mercado da comunicação. Empresas que não estão no ramo jornalístico desenvolvem uma relação interativa com seus clientes por meio de um sistema de comunicação sofisticado, com enfoque para canais internos multimídia. No ramo da educação, do esporte e da economia surgem diariamente portais que empregam jornalistas capazes de estabelecer uma comunicação rápida, democrática e eficiente com investidores e consumidores.

Daí a necessidade para que os novos profissionais estejam preparados para adotar a nova linguagem informática e compreender o espírito e o ritmo de uma comunicação interativa. Mais do que conhecimentos técnicos, o jornalista que começa a buscar um lugar no

mercado de trabalho deve acumular o entendimento sobre as mudanças que ocorrem nas relações humanas, determinantes no ambiente da comunicação on line e das novas formas comerciais eletrônicas.

O momento atual é de preparo não só para novas alternativas de trabalho. Trata-se da necessidade em se adequar às novas tecnologias de mídia para fugir da exclusão. E também não se refere aqui apenas à exclusão no ambiente de trabalho, e sim a uma nova sociedade, centrada na informação digital.

O consultor norte-americano de comunicações e política, Wilson Dizart Jr. (1997), escreve sobre as mudanças que estão ocorrendo no mercado da comunicação no mundo todo, com a nova mídia. Ao analisar as tendências apontadas pelo desenvolvimento técnico, ele faz uma comparação com o desafio que os jornais enfrentaram com o surgimento da TV. DIZART lembra que a circulação de jornais era crescente até o começo dos anos 60, mas a partir de então não conseguiu acompanhar o grande crescimento demográfico do pós-guerra. A circulação caiu. As indústrias de jornais ainda apostavam na nova geração de bebês como futuros leitores. Mas estas crianças foram criadas numa sala de televisão e se voltaram para o novo meio de comunicação de massa. Em poucos anos, a penetração dos jornais nos lares norte-americanos tinha caído pela metade.

Recordar esta fase da história da comunicação é importante para se fazer uma comparação com a época presente. As novas gerações, com quem o jornal, o rádio e a televisão gostariam de contar, estão brincando e

sendo alfabetizadas pelo computador. Ao desenvolverem uma linha de raciocínio, elas já estarão habituadas com a multilinearidade da linguagem informática e consolidarão o público da mídia on line.

Esta comparação histórica foi feita para justificar a idéia sobre a criação de uma nova forma de exclusão social prevista. O acesso às redes de comunicação e aos equipamentos de informática começam a criar uma nova divisão entre as pessoas: conectados e não-conectados. O segundo grupo deixa de existir num ambiente virtual de interações. Numa outra analogia, o jornalista que não estiver atualizado com as novas maneiras de formatação da informação e do saber na era digital correm sério risco de ficar de fora do mercado profissional.

Com isso, não se pretende condenar os meios de comunicação tradicionais ao desaparecimento. Mas, para todos eles, um novo público está se formando e é preciso compreender e interagir com as demandas emergentes. DIZART descreve a tendência da organização no mercado da comunicação:

“Os recursos da mídia estão sendo reorganizados num novo padrão, composto de três partes principais. A primeira consiste da mídia de massa tradicional; esta continuará sendo, por muito tempo, o elemento mais importante do padrão em termos do seu alcance e influência. A segunda consiste de mídia de massa eletrônica de última geração; esta parte do padrão funciona principalmente dentro de uma nova infra-estrutura de informação, competindo cada vez mais com os serviços da mídia antiga. Finalmente, temos o aparecimento de formas mais modernas de mídia eletrônica pessoal, compostas de agrupamentos de pessoas de mentalidade semelhante para satisfazer suas próprias necessidades profissionais ou individuais de informação.” (1997, p. 267)

2.5.6 Exigências ao jornalista

Há pouco tempo, os estudantes de jornalismo saíam da universidade com poucas opções à frente — mídia impressa ou televisão/rádio —. Mas hoje o crescimento do mercado multimídia apresenta-se como a grande chance não apenas para jovens profissionais, mas também para profissionais que pretendem se especializar na nova mídia.

As empresas que estão investindo no mercado on line começam a definir algumas qualidades que procuram no jornalista que vão contratar. Os empregadores norte-americanos, que já conseguiram dissecar melhor a atuação do jornalista, chegam a listar alguns aspectos importantes na hora da contratação e que, portanto, devem ser desenvolvidos dentro das universidades.

A editora da Associated Press, Ruth Gersh, responsável pela criação de um novo serviço multimídia para usuários da empresa, para qual procurava jornalistas, diz que na era tecnológica a demanda é para profissionais com uma gama de habilidades tradicionais e futuristas, que possam desenvolver de forma criativa um trabalho com recursos multimídia⁽²⁹⁾. De forma geral, não se quer, propriamente, um expert em informática — e isto vale tanto para os Estados Unidos como para o Brasil, uma vez que a Internet reduziu as peculiaridades culturais entre países. Saber usar as ferramentas de trabalho de que dispõe, associar a elas o texto que

aproxime o internauta do meio, elaborar matérias claras e conectar à palavra demais recursos, são algumas habilidades técnicas requisitadas. Além disso, procura-se potencial para compreender os movimentos da sociedade na era da informação digital, seu relacionamento com a rede e com as associações humanas.

A colunista norte-americana sobre nova mídia, J.D.Lassica ⁽³⁰⁾ chega a listar as características exigidas dos jornalistas que vão atuar nos sites noticiosos e em outras opções de serviços informativos em rede:

- “é preciso ter verdadeira paixão pelo jornalismo on line — talento não é suficiente;
- é preciso ter muito claros os princípios do Jornalismo, o que se aprende com experiência diária no “mundo real”: trabalhar em uma redação; aprender o poder das palavras para educar, para enlevar e para causar dor; aprender a se comunicar como um escritor e como um repórter;
- o jornalista tem de saber como funciona a Web. Isto não significa apenas adicionar links, por exemplo. É preciso desenvolver o senso de como as pessoas usam a rede para se comunicar, se informar e se divertir. Para tanto, é necessário ter todas as habilidades comuns a outras mídias e mais o talento para descobrir quais elementos da nova mídia podem ser usados para apresentar uma boa história on line;
- participar de discussões on line é fundamental;
- tem de estar por dentro das últimas novidades da Internet”. (trad. por GIL, Patrícia Guimarães)

A colunista termina seu artigo lembrando que “há alguns anos, o caminho do sucesso no Jornalismo era previsível e estreito. No atual mundo digital, o cenário aponta para uma notável variedade de opções profissionais para os pretendentes à profissão” ⁽³¹⁾.

Os sites noticiosos brasileiros que iniciaram nos dois últimos anos uma enxurrada de contratações não exigem conhecimentos profundos de programação por entenderem os empresários que esta não é necessariamente a tarefa de um jornalista. Mas o novo profissional precisa

sim ter noções sobre Web design e sobre como utilizar os recursos multimídia. Talvez uma das palavras que melhor se aplicam para uma qualidade pretendida no novo profissional seja maleabilidade.

Muitos dos profissionais recém-formados, ao deixar a universidade, ainda alimentam aquele mito do repórter de rua, investigativo, causador de polêmicas e descobridor de escândalos políticos. Embora as gerações jovens pareçam mais desencantadas, esta figura do repórter ainda persiste na imaginação do “foca”. E estes jornalistas continuam sendo requisitados pela mídia, que têm neles suas estrelas e seus suportes de credibilidade. Mas é importante ter clara a distinção do que se utiliza na mídia on-line. O estereótipo do repórter de jornal, diz Wilzon Dizart Jr., “com seu chapéu caído de lado, berrando ‘Dê-me um furo!’, quando telefonava em busca de detalhes de um incêndio ou de um escândalo político”, começa a desaparecer no turbilhão da indústria. “Os mitos sobrevivem, mas o contexto é diferente” (1997, p. 20).

No Infojornalismo, há a corrida sim pelo furo, pela informação mais rápida. Os editores na Internet registram os segundos de diferença em que uma determinada notícia entra em seu site antes do concorrente. Mas estas são informações rápidas, flashes de notícia, que diferem muito do furo em jornal, geralmente publicado em matérias extensas, com fotos e gráficos. A velocidade da transmissão de um fato coloca em questão principalmente a distinção do comportamento ético, que deve prezar pela checagem da notícia. Um falso furo, uma notícia mentirosa, chamada de “barriga” na gíria

jornalística, representa para os sites noticiosos uma ameaça para sua permanência, fincada na credibilidade. E a falta de “vigilância” e de lei específica sobre o que é veiculado na Internet têm estimulado o aparecimento de sites independentes que servem como uma válvula de escape para jornalistas que não podem — por pressões políticas e econômicas — veicular determinados conteúdos nos meios tradicionais. Daí por que a questão da ética jornalística mereça um estudo específico e muito mais aprofundado na era da informação digital, mas que deve ser realizado numa outra oportunidade.

NOTAS

⁹ Entende-se por novas tecnologias o conjunto das invenções baseadas na informática, que possibilitaram principalmente a abertura de um novo espectro comunicacional, o das redes.

¹⁰ Sistema, aqui mencionado, refere-se ao capitalismo, de forma geral.

¹¹ A palavra “alimentar” é usada aqui em relação ao novo papel do receptor de notícias. Ele supera a posição passiva de receber informações e passa a contribuir com elas, ao interagir com os meios divulgadores, acrescentando dados e participando ativamente deste processo.

¹² Ciberespaço, cibercultura, hipertexto (de hypertexto), off-line, e uma infinidade de palavras de origem inglesa começam a ser utilizadas naturalmente, numa espécie de vocabulário globalizado em torno da Internet.

¹³ CARDOSO, Cláudio. *Notas Sobre a Geografia do Ciberespaço*. 1997. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br/pretextos>

¹⁴ CARDOSO, *op. cit.*

¹⁵ *id. ibid.*

¹⁶ *id. ibid.*

¹⁷ *id. ibid.*

¹⁸ TRIVINHO, Eugênio. *Redes : Obliteração no fim de século*. São Paulo : AnnaBlume, 1996.

¹⁹ *id. ibid.*

²⁰ *id. ibid.*

²¹ MARTINS, Francisco E. Menezes. *Cyberespace, Redes e Telas : as superfícies da era do virtual*. 1999. Disponível na Internet. <http://www.pucrs.br/famecos/revista>.

²² *id. ibid.*

²³ STONE, Martha L. *Online news readers prefer text over graphics*. Poynter Study Shows Online, Print Reader Differences. 2000. Disponível na Internet. <http://www.ajr.newslink.org>.

²⁴ PALACIOS, Marcos. *Hipertexto, Fechamento e o Uso do Conceito de Não-Linearidade Discursiva*. 1999. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br/hipertexto/palacios>

²⁵ *id. ibid*

²⁶ DIZARD, Wilson Jr. *A Nova Mídia : A Comunicação de Massa na Era da Comunicação*. 2. ed. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor Ltda, 1998.

²⁷ MANTA, André. *Guia do Jornalismo*. 2000. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/guia/index.html>.

²⁸ De acordo com dados do Comitê Gestor Internacional, citado pelo Guia do Jornalismo (*op. cit.*), o Brasil ocupava o 19.º lugar no ranking mundial em número de computadores ligados à Internet. Dentro da América Latina, o Brasil possui metade das máquinas conectadas e no continente americano só perde para Estados Unidos e Canadá. Estimar, no entanto, o número de usuários hoje, é um exercício de depende de atualização a cada segundo.

²⁹ Ruth Gersh, citada por Carl Sessions Stepp, em STEPP, Carl Sessions. *The New Journalist : the on-line era demands added skills and innovative ways of looking at the profession*. 1996. Disponível da Internet. <http://www.ajr.newslink.org>.

³⁰ LASICA, J.D. *So you want to be na online journalist?* Here are some tips for getting into the fast-evolving field. 1997. Disponível na Internet. <http://www.ajr.newslink.org>.

³¹ *ib. ibid.*

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A análise da formação acadêmica do jornalista na era da comunicação digital deverá ser feita por meio de um estudo de caso, a partir do qual se pretende qualificar como as escolas de Jornalismo estão preparando seus alunos para o exercício do Jornalismo na mídia on line. Este tipo de pesquisa foi o escolhido porque é o apropriado quando o objetivo é analisar intensivamente um determinado fenômeno, descrevê-lo e estabelecer relações entre indicadores para apontar itens relevantes sobre o problema em discussão.

O estudo de caso foi escolhido também por delimitar o objeto de análise dentro de uma problemática ampla, auxiliando desta forma o aprofundamento num objeto específico. Neste caso, trata-se do trabalho dos cursos superiores de Jornalismo diante de um momento de profundas transformações tecnológicas; seus debates neste processo; seus resultados nos alunos egressos a partir de 1998; sua funcionalidade.

Elaborar uma análise de todas as universidades de Jornalismo no país seria, se possível, tarefa para um trabalho bem mais longo e demorado. Ao restringir como objeto de estudo os cursos na Universidade Federal do Paraná (UFPR) e na Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), pretendeu-se evitar generalizações e realizar uma observação e uma pesquisa sobre as duas instituições, produzindo um diagnóstico mais

preciso. Estas foram as universidades escolhidas por serem as principais em Curitiba, pelo tempo de existência e por serem as duas maiores escolas (não em relação à oferta de vagas, mas à instituição como um todo) da capital do Estado. Outras tantas novas instituições criadas recentemente na cidade, oferecendo também outras opções de habilitação em Comunicação Social, também não demonstram ainda uma tradição acadêmica de pesquisa na área de Humanas.

O público a ser pesquisado são os alunos egressos, a partir de 1998, da UFPR e da PUC-PR. A cada ano, a UFPR admite 22 calouros de Jornalismo e a PUC-PR seleciona 70. Mas nem todos chegam ao final do curso no tempo previsto. Uma média de 70% dos que entram no curso consegue concluí-lo em quatro anos. Sendo assim, o universo de pesquisa que se pretende abordar abrange aproximadamente 130 alunos (sendo cerca de 65 egressos por ano, somadas estas duas faculdades). Como o objetivo é retratar, da forma mais fiel possível, como estes jornalistas saíram das escolas e enfrentaram um mercado de trabalho em ebulição na nova mídia, é necessário definir uma amostra considerável deste público. Ficou delimitado que 30% do universo seriam abordados, para se evitar o risco de cair em dificuldades particulares de alguns dos entrevistados, comprometendo uma análise do grupo pesquisado. Não foi feita distinção por sexo por não ser o gênero determinante nos resultados pretendidos. O ano de graduação (1998, 1999 ou 2000) também não foi utilizado como variável por não se acreditar que a formação acadêmica neste período

tenha passado por mudanças consideráveis a ponto de influir nas condições em que estes “focas” enfrentaram o mercado de trabalho.

Para se diagnosticar o problema levantado, foram desenvolvidos diversos métodos de pesquisa: questionários, entrevistas com a amostra delimitada e com informantes-chave. Também foi feita uma revisão sobre as mudanças implementadas nestes dois cursos a partir de 1998, com a reformulação curricular e com a aquisição de equipamentos de informática.

Um questionário fechado foi utilizado para se obter dos novos jornalistas respostas quantitativas. Pretende-se descobrir quantos destes profissionais estão empregados; quantas foram as tentativas de inserção no mercado de trabalho; por quantos empregos passou cada um; quanto tempo demorou para conseguir o último emprego; se já havia trabalho na área do Jornalismo durante o curso de graduação; em que áreas da profissão já atuou; etc. O questionário foi aplicado aos mesmos alunos entrevistados, os quais analisaram mais abertamente suas dificuldades e expuseram suas conclusões sobre o curso superior que concluíra.

As entrevistas foram feitas de forma semi-dirigida ou semi-estruturada. Com isso, elaborou-se um roteiro de perguntas a serem feitas para o público em questão e de forma aberta as respostas foram dadas mais espontaneamente, possibilitando uma análise mais aprofundada da problemática enfrentada pelo entrevistado. Nesta etapa foi possível distinguir verdadeiramente as principais barreiras que estes profissionais encontraram na saída da universidade; que conteúdos mais lhe faltaram;

quais os conhecimentos mais úteis que adquiriram durante o curso; quais os que de nada lhes serviram; como foi possível acompanhar as inovações tecnológicas com as quais se depararam; como usam a Internet hoje; o que aprenderam sobre Internet na universidade; quais os conhecimentos que tinham sobre mídia on-line quando terminaram o curso e quais têm hoje; além de questões que surgiram sem estarem previamente incluídas no roteiro de perguntas para a entrevista.

Já as entrevistas com informantes-chave foram necessárias para se diagnosticar as dificuldades dos novos profissionais por um outro ângulo. Foram abordados editores de site e de jornal impresso. Eles foram procurados para listar as deficiências dos novos profissionais, usando como parâmetro as atuais exigências do mercado para esta carreira.

Durante a abordagem sobre as mudanças no currículo dos cursos de Jornalismo, foram feitas também entrevistas — neste caso de forma não-dirigida — com professores que acompanharam o processo de reformulação dos programas. Estas entrevistas foram importantes complementos para a revisão de alguns novos currículos e das diretrizes para os cursos de Jornalismo. O objetivo das conversas com professores foi de abordar de que forma estes currículos estão sendo aplicados — uma vez que ainda não há turmas egressas dos novos programas. Pretendeu-se listar as dificuldades práticas para implementação do currículo, seus avanços e suas críticas, de forma geral.

Como serão utilizados vários métodos de pesquisa, o plano de análise dos resultados inclui a tabulação das respostas do questionário quantitativo e comparação dos dados — estabelecendo-se, assim, uma análise numérica sobre a quantidade de empregos procurados e experimentados, tempo médio para se encontrar o primeiro emprego e variação deste tempo de acordo com experiências de trabalho realizadas durante o curso de graduação.

No caso das entrevistas — tanto as que foram feitas com os “focas” como aquelas com informantes-chave — foi usada a técnica de análise do conteúdo, com o objetivo de averiguar as hipóteses anteriormente levantadas. Nesta etapa, investigou-se quais elementos — entre as críticas, os problemas citados, a descrição das dificuldades — se repetiram entre os jovens profissionais do Jornalismo.

4. REFORMA CURRICULAR

Até 1999, o ensino de Comunicação Social em nível superior era regido pelo Decreto-lei nº 5.480, de 13 de maio de 1948. Foi este o instrumento que implantou legalmente o curso, inicialmente apenas de Jornalismo impresso, reivindicada pela categoria dos jornalistas desde o início do século. Elaborado antes até mesmo da chegada da televisão ao Brasil, este mesmo decreto vigorou integralmente até 1969, quando, por meio do Conselho Federal de Educação, o currículo do curso de Comunicação Social sofreu sua primeira reforma ⁽³²⁾.

Uma reavaliação curricular foi proposta novamente 15 anos depois, estimulada principalmente pela expansão de cursos de Comunicação no país. Fez-se então a Resolução nº 002, de 24 de janeiro de 1984 ⁽³³⁾, do Conselho Federal de Educação. Ao ser lembrada nos dias de hoje, causa imensa estranheza o fato de esta resolução ter vigorado até 1999, quando a Internet experimentou uma alavancada vertiginosa. E neste processo, ficou evidente a lentidão com que os processos de regulamentação educacionais no país são desenvolvidos. Para ser possível estabelecer um comparativo entre a determinação legal rígida para os cursos de Jornalismo e a realidade tecnológica do mercado profissional, vale a pena recordar alguns de seus artigos, voltando à era das máquinas de escrever.

Pelo Decreto-lei 5.480, de 1948, o curso de Jornalismo deveria ser ministrado pela Faculdade Nacional de Filosofia, “com a cooperação da Associação Brasileira de Imprensa e dos sindicatos representativos das categorias de empregados e empregadores das empresas jornalísticas” ⁽³⁴⁾.

O curso de graduação em Comunicação Social, desvinculado de outra formação acadêmica, foi estabelecido pela Resolução de 1969, que já estabelecia habilitações diversas — “Jornalismo escrito, radiofônico, televisado e cinematográfico, de Relações Públicas, de Publicidade e Propaganda, de Editoração, de Documentação e Divulgação Oficial, e de Pesquisa da Comunicação” ⁽³⁵⁾. A mesma resolução instituiu a rigidez do conteúdo programático, dividindo o currículo mínimo em uma parte comum a todas as habilitações das modalidades específicas. A parte comum ficava delimitada pelas seguintes matérias básicas, além de Sociologia:

- “1 — Fundamentos Científicos da Comunicação;
- 2 — Ética e Legislação dos Meios de Comunicação;
- 3 — Pesquisa de Opinião e Mercadologia;
- 4 — Introdução às Técnicas de Comunicação, compreendendo prática de:
 - a) Jornalismo Impresso, Radiofônico, Televisado e Cinematográfico;
 - b) Telerádiodifusão, Cinema e Teatro;
 - c) Relações Públicas;
 - d) Publicidade e Propaganda;
 - e) Editoração;
- 5 — Jornalismo Comparado;
- 6 — História da Cultura (especialmente dos meios de comunicação);
- 7 — Problemas Sociais e Econômicos Contemporâneos;
- 8 — Cultura Brasileira.” ⁽³⁶⁾

A complementação da parte mínima do currículo deveria ser feita com duas disciplinas optativas, a serem escolhidas entre 13 alternativas pré-estabelecidas. Entre as elencadas, estavam Biblioteconomia e Bibliografia, Cibernética, Direito Usual, Documentação, Economia, Política e Redação.

Especificamente para o Jornalismo, ficava determinado que o curso deveria dispor, para aulas práticas, de jornal laboratório e de estúdio de TV, Rádio e Cinema.

A partir da Resolução de 1969, o Conselho Federal de Educação e o Ministério da Educação ensaiaram diversas atualizações. Para se ter idéia da burocracia neste processo, a elaboração do currículo mínimo para o curso de Comunicação Social, que culminaria na Resolução de 1984 (vigente até 1999), os estudos começaram a ser feitos em 1977. Se naquele tempo, a demora para se estabelecer normas para os cursos já indicava um claro prejuízo para os profissionais — que sofreriam um desalinhamento entre a formação acadêmica e o mercado em desenvolvimento tecnológico —, imagina-se a gravidade deste problema nos dias de hoje.

O Conselho justifica a necessidade de um parecer sobre o currículo mínimo, 1977, à expansão no número de cursos de Comunicação Social no Brasil. Até 1968, havia no país cerca de 20 cursos. Em 1972, eles já seriam 46, concentrados principalmente nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Em 77, 56 cursos estariam em funcionamento no país.

Pelo parecer, as diferentes fases vivenciadas pelos cursos poderiam ser caracterizadas pelos enfoques curriculares.

Na década de 1960, predominava uma formação clássico-humanística, com clara orientação européia e com pouca ênfase à técnica. Não havia, nesta época, disposição de laboratórios e a análise dos

processos da comunicação estava amparada sob a Literatura, o Direito e a História.

Na fase posterior, a introdução nos cursos do modelo norte-americano de ensino e de Jornalismo é consolidada pelo Parecer nº 631/69, do Conselho Federal de Educação. É neste período que os cursos de Comunicação vão à busca de professores no mercado profissional. E são eles que vão implantar os laboratórios para o exercício prático do Jornalismo na universidade. Ao mesmo tempo, são introduzidas matérias no campo da Psicologia, Antropologia e Sociologia.

Na seqüência, por volta da metade da década de 70, o Conselho considera que os cursos já passaram a fase da expansão rápida e encontram-se em crescimento moderado. Diante disso, considera-se que é hora de se adotar uma postura crítico-reflexiva em relação aos estudos dos meios de comunicação. Parte interessante do parecer de 1977 mostra as dificuldades enfrentadas por estes cursos para garantir a qualidade de ensino:

“Embora ainda sofram as conseqüências da expansão explosiva do período anterior, como falta de professores qualificados, desorganização administrativa; baixo nível de ensino e deficiências de equipamentos e laboratórios, as escolas começam a adquirir as condições de tranquilidade necessárias ao desenvolvimento da reflexão. (...) Não se pode falar ainda em preocupação teórica para grande parte do ensino, que continua a consumir suas melhores energias no esforço de aquisição de condições mínimas de funcionamento.”⁽³⁷⁾

Percebe-se no trecho acima que, mesmo reconhecendo as dificuldades técnicas para um bom ensino de Jornalismo, defende-se uma ênfase crítico-reflexiva, desvinculando o bom exercício prático e os

conhecimentos necessários ao exercício da profissão de uma postura analítica. Com as atenções voltadas para uma reflexão acadêmica mais aprofundada dos meios, no entanto, cria-se uma espécie de muleta para as deficiências dos cursos em outros campos.

As exigências quanto à necessidade de se investir em laboratórios nos cursos, é feita no projeto de resolução do Conselho — baseado no Parecer de 77 —, nos Anexos: “é necessário, no entanto, que se façam exigências quanto a laboratórios, estúdios e aparelhamento, de modo a permitir que a parte prática do curso se desenvolva sem maiores dificuldades, dando ao formando os elementos indispensáveis ao bom exercício da profissão”.⁽³⁸⁾

Em 1983, o Conselho elabora o relatório sobre os estudos do currículo mínimo para Comunicação Social. E determina que sejam incorporadas três áreas de conhecimento para a formação do bacharel: Ciências Sociais, Ciências da Comunicação e da Linguagem e Filosofia e Arte. E já determinava — embora não cumprisse mais tarde na Resolução de 1984, sobre o currículo — flexibilidade do ensino. O Conselho recomendava, inclusive, “o rompimento da tendência à divisão rígida entre matérias teóricas e práticas”⁽³⁹⁾. Entre as diretrizes sugeridas, estavam ainda o reforço às atividades práticas; a necessidade de equipamentos tecnológicos apropriados; a inclusão de novas matérias decorrentes do desenvolvimento de novas áreas dentro da Comunicação; e o fortalecimento do ensino de Redação em Língua Portuguesa.

Quanto às instalações e laboratórios, o relatório destacava a necessidade de se ter uma máquina de escrever por aluno em sala de aula. Para as aulas de Planejamento Gráfico, deveriam existir uma prancheta ou mesa de diagramação por aluno. Além de laboratório para rádio e para TV, estabelecia-se ainda a obrigatoriedade de uma hemeroteca — coleção permanentemente atualizada de jornais diários locais e pelo menos um de circulação nacional, além de revistas.

Depois de parecer, discussões e relatório, é publicada enfim a Resolução 002, de 24 de janeiro de 1984, que fixava o currículo mínimo. No tronco comum, estavam as seguintes disciplinas: Filosofia, Sociologia (Geral e da Comunicação); Língua Portuguesa — Redação e Expressão Oral; Realidade Socioeconômica e Política Brasileira; Teoria da Comunicação; e Comunicação Comparada. Entre as matérias eletivas, estavam, entre outras, História do Brasil, Língua Estrangeira, Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação, Cultura de Massa e várias outras.

A parte específica de Jornalismo deveria conter Língua Portuguesa — Redação e Expressão Oral; Fotojornalismo; Planejamento Gráfico em Jornalismo; Radiojornalismo; Telejornalismo; Técnica de Reportagem, Entrevista e pesquisa Jornalística; Preparação e Revisão de Originais, Provas e Videotextos; Edição; Legislação e Ética em Jornalismo. E foi o que vigorou até 1999.

4.1. NOVAS DIRETRIZES

Em 1999, uma Comissão de Especialistas de Comunicação, nomeada um ano antes pelo MEC, elaborou as Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação e Suas Habilitações. Os novos rumos para estes cursos foram sendo traçados durante um processo de discussões em seminários, dos quais participaram representantes de federações e sindicatos, estudantes, pesquisadores, professores de forma geral e críticas da imprensa. Os objetivos das diretrizes são claros: flexibilizar a estruturação dos cursos, não mais submetidos à exigência de um currículo mínimo obrigatório (uma das premissas da Lei de Diretrizes e Bases da Educação, a LDB); recomendar procedimentos e perspectivas, que sirvam como referência; e estabelecer critérios mínimos de exigência quanto à qualidade da formação acadêmica nesta área.

Uma das principais exigências das Diretrizes Curriculares é a elaboração de um projeto acadêmico em cada curso, que defina seus conteúdos gerais e específicos, levando-se em conta as competências incluídas nas diretrizes nacionais, mas, ao mesmo tempo, também suas propostas.

Uma das referências deste trabalho está baseada no perfil do egresso do curso de Comunicação — que é o objeto desta pesquisa —,

caracterizado pelas Diretrizes Curriculares. O perfil é dividido em comum e em específico.

4.1.1 Perfil comum

Corresponde ao objetivo de formação geral para todas as habilitações do curso de Comunicação Social. Faz parte da identidade do curso. E pode ser resumido da seguinte forma:

- a) O egresso deve ter desenvolvidas competências profissionais, sociais e intelectuais em matéria de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias;
- b) deve ter competência para se adequar à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo, no que diz respeito às demandas sociais e profissionais;
- c) deve ter uma visão genérica e ao mesmo tempo especializada na sua profissão;
- d) deve adotar uma posição crítica e ética diante dos percalços da profissão;
- e) para isso, deve compreender o campo amplo e específico da comunicação.

4.1.2 Perfil específico para jornalistas

- a) O egresso da habilitação de Jornalismo deve ser o de produtor de conhecimento sobre os fatos atuais, a quem cabe estruturar as informações que tenham interesse social e que serão divulgadas pelos meios;
- b) ele tem de ter habilidade para alcançar a objetividade jornalística na apuração, na interpretação, no registro e na divulgação dos fatos;
- c) deve estar apto ao trabalho nos veículos de comunicação;
- d) deve entender e saber se relacionar com as diversas funções profissionais e empresariais do Jornalismo.

4.1.3 Competências

Ao traçar o perfil desejado do formando em Comunicação Social, e em específico na habilitação de Jornalismo, as Diretrizes Curriculares estabelecem ainda as competências e as habilidades necessárias a este novo profissional e que, certamente, lhe serão cobradas no exercício prático da profissão.

Ao sair da universidade, o jornalista recém-formado deve saber registrar os fatos jornalísticos, contextualizando as informações e as transmitindo por meio de textos claros e corretos, com a percepção de que todo o processo de produção da notícia deve ser feito dentro de limites de tempo estabelecidos da indústria do Jornalismo. O aluno deve estar pronto ainda para, no mercado, formular pautas e coberturas, sabendo distinguir o que é de interesse social. Baseado nisso, precisa saber conduzir entrevistas, formular questões e relacionar-se com fontes de informação de qualquer natureza. Saber lidar com situações novas e inesperadas é uma das competências que talvez melhor abrange, de forma generalizada, uma cobrança sobre o novo profissional.

Ainda na lista elaborada pela Comissão de Especialistas de Comunicação, consta a necessidade de se desempenhar funções administrativas no Jornalismo; desenvolver e avaliar projetos; compreender os processos de recepção de mensagens jornalísticas e seus impactos na sociedade; pautar-se eticamente no tratamento da informação; manter-se crítico e independente; e dominar a língua nacional nas estruturas narrativas.

No entanto, o saber exigido do egresso do curso de Jornalismo que se refere mais detalhadamente ao objeto de estudo deste trabalho é o domínio “da linguagem jornalística apropriada aos diferentes meios e modalidades tecnológicas da comunicação”⁽⁴⁰⁾. Embora, no documento que estabelece as Diretrizes, não haja menção à modalidade específica da

Internet e da comunicação estabelecida em novas redes de comunicação, generaliza-se aqui a necessidade de saber adaptar-se às demandas impostas pela tecnologia em desenvolvimento. Tanto que, ao se definir nas Diretrizes os tópicos de estudos a serem realizados durante o curso, consta, entre os tradicionais e exigidos conteúdos teórico-práticos, analíticos, de linguagem e de ética, o específico sobre tecnologias midiáticas.

Apesar de estar incluída uma atenção para os estudos tecnológicos, não resta dúvida quanto ao direcionamento estabelecido para os cursos, que devem se voltar para uma “decidida e consistente perspectiva humanística”⁽⁴¹⁾. O documento das Diretrizes Curriculares ainda complementa: “As próprias tecnologias, com a dimensão transformadora que adquiriram no século XX, devem receber tratamento que faça sua compreensão pelo estudante ultrapassar os aspectos utilitários e alcançar interações entre a comunicação e a cultura, a política e a economia”⁽⁴²⁾.

4. 2. EXPERIÊNCIA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

A Universidade Federal do Paraná assumiu, ao mesmo tempo, a imagem de instituição mais tradicional do estado e a de problemática no que se refere à modernização laboratorial. Pelo menos é o que se ouve de grande parte de estudantes. Especificamente sobre o curso de Comunicação Social, as queixas são gerais em relação ao aparelhamento

tecnológico necessário para o exercício prático das habilitações de Jornalismo, de Publicidade e Propaganda e de Relações Públicas.

A tentativa de se solucionar as deficiências do curso passam, nos últimos anos, pelos esforços na elaboração de um novo currículo. Uma série de resistências foram detectadas durante o processo de reformulação, baseadas principalmente no receio de que um novo conteúdo programático fosse em vão diante da falta de equipamentos para um igual desenvolvimento técnico.

Apesar disso, o curso de Comunicação Social da UFPR seguiu a tendência nacional verificada pelas universidades brasileiras, que voltaram suas atenções para a adaptação às Diretrizes Curriculares, formuladas pelo Conselho Federal de Educação. E assim, no ano de 99, a equipe de chefia do departamento e de coordenação do curso esteve concentrada na discussão de um novo currículo e na identificação das principais soluções para a modernização do programa.

O novo currículo — pronto em 99, mas em vigor a partir de 2000 para novas turmas de calouros — trazia como introdução e síntese a carta de Princípios Gerais para a Reforma Curricular no Curso de Comunicação Social da UFPR ⁽⁴³⁾.

A introdução da carta já mostra a tentativa de adaptação às premissas da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), quando critica a defasagem do currículo de Comunicação Social, restrito à necessidade de obediência a um programa mínimo — norma existente nas resoluções que

regeram o curso até então. E diante disso, o principal estímulo à reforma foi o fim da camisa de força que “fechava” o currículo em conteúdos pré-estabelecidos por uma regra nacional, decretada por lei.

Um dos itens que resumem em grande proporção o que se espera do jornalista profissional nos dias de hoje é o primeiro na carta de Princípios Gerais. Ele expõe a necessidade de formar o aluno para que seja capaz de se adaptar à realidade do mercado de trabalho, à medida de que conhece os processos mais importantes da profissão. Mas reconhece ser impossível formar um profissional pronto e acabado para exercer seu ofício, principalmente diante das inovações tecnológicas que surpreendem o mundo a cada dia.

O segundo item da carta, também essencial, é o que ressalta o papel da universidade como instituição acadêmica, que não pode simplesmente possibilitar uma formação profissionalizante, técnica, rendendo-se às demandas cegas do mercado de trabalho — e cedendo às pressões de organismos internacionais que, em troca de investimentos econômicos nas universidades, tentam impor a elas o papel de abastecer o mercado com profissionais prontos a executar tarefas pré-determinadas. Mais do que isso, a carta estabelece que a UFPR deve assumir o papel de incentivadora das discussões sobre a profissão do comunicador, especialmente do ponto de vista ético.

A carta elaborada pela comissão designada para a reforma do currículo tenta deixar claro um certo equilíbrio entre uma formação teórica

(de compreensão e de pesquisa dos meios de comunicação) e um direcionamento para o que se pretende exercer no mercado de trabalho, voltando-se para uma certa especialização. Para tanto, o currículo foi direcionado para um número significativo de disciplinas optativas, que poderiam corresponder com os objetivos traçados pelo próprio acadêmico, de olho no futuro. Com isso, menos de 50% da carga horária total do curso foram destinados aos conteúdos obrigatórios do currículo. Estas disciplinas obrigatórias foram divididas em três grupos: conceitos comunicacionais, conceitos humanísticos e conteúdos profissionalizantes.

E talvez a maior inovação: a necessidade, estabelecida no novo currículo, de um professor tutor para orientar e acompanhar a composição do currículo de cada acadêmico, desde o primeiro ano na universidade, para que os conteúdos sejam planejados para corresponder a aspirações individuais.

Com a flexibilização do currículo extinguiu a separação entre tronco comum para o curso de Comunicação Social e o específico por habilitação. As disciplinas teóricas são distribuídas ao longo do curso todo, que passa a ser semestral e não mais anual. As matérias práticas são disponibilizadas mais cedo no currículo. Em Jornalismo, o projeto experimental a ser desenvolvido durante os dois últimos semestres e apresentado para a conclusão do curso, passa a ser apenas um, e não mais três. Agora, o estudante pode escolher entre um projeto para veículo impresso, rádio, TV ou para a Internet (embora uma disciplina específica para Jornalismo on-

line ainda não exista, por uma série de dificuldades que serão abordadas adiante neste trabalho). A ênfase para redação e produção de texto jornalístico (divido por semestre de acordo com o gênero do texto) é evidente no novo currículo.

De acordo com a Resolução nº 004/00, do Conselho de Ensino e Pesquisa da UFPR ⁽⁴⁴⁾, o currículo fica estabelecido da seguinte forma, de acordo com formação geral, específica e complementar:

— Formação geral (comum a todas as habilitações):

- Teoria da Comunicação I
- Teoria da Comunicação II
- Comunicação e Linguagem
- Comunicação, Sociedade e Cultura
- Comunicação e Tecnologia
- História Social dos Meios de Comunicação
- Metodologia de Pesquisa
- Comunicação Integrada
- Teoria do Conhecimento
- Técnicas Fotográficas
- Filosofia para Ciências Humanas
- História Contemporânea III
- Língua Portuguesa I
- Sociologia Geral III

- Técnicas Básicas de TV

— Formação específica (Jornalismo)

- Técnicas Básicas de Meios Impressos
- Técnicas Básicas de Rádio
- Ética e Legislação do Jornalismo
- Teoria do Jornalismo
- Planejamento e Produção Editorial
- Planejamento e Produção Gráfica
- Redação e Produção em Telejornalismo
- Redação Jornalística I
- Redação Jornalística II
- Redação Jornalística III
- Fotojornalismo
- Laboratório de Jornalismo Impresso
- Laboratórios de Radiojornalismo
- Laboratórios de Telejornalismo
- Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo I
- Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo II

A disciplina de Ética e Legislação do Jornalismo foi estrategicamente recomendada para ser ministrada no 8º e último semestre do curso, com o objetivo de deixar muito claros os princípios éticos da profissão no momento

em que o egresso enfrentar o mercado de trabalho. Ao contrário de outros anos, disciplinas práticas de TV, de fotografia e de redação jornalística foram incluídas já no primeiro ano do curso, de forma que o acadêmico entre em contato com as peculiaridades da habilitação escolhida. Com isso, ele torna-se capaz de escolher melhor, desde cedo, a ênfase que pretende na sua profissão e a qual deverá obter, com a ajuda do professor tutor. Disciplinas de rádio, produção gráfica e editorial são recomendadas para o segundo ano e não mais o terceiro, como antes. A disciplina teórica de Metodologia de Pesquisa também foi incluída estrategicamente no 6.º semestre, para apresentar ao aluno os preceitos necessários para a elaboração do projeto experimental do fim de curso.

As disciplinas complementares optativas foram planejadas para que o aluno possa direcionar sua formação. Diante disso, uma infinidade de matérias são sugeridas, não apenas no próprio departamento de Comunicação Social como em outros departamentos do Setor de Ciências Humanas e Letras da universidade. O acadêmico da habilitação de Jornalismo, deve cumprir 1020 horas complementares. Entre as disciplinas, resumidamente, estão algumas:

- Laboratório Fotográfico (I, II e III)
- Tópicos Especiais em Teoria do Jornalismo (de I a IV)
- Técnicas Avançadas em Novas Mídias
- Comunicação e Mercado
- Comunicação e Cultura

- Comunicação e Saúde
- Comunicação e História
- Comunicação e Educação
- Cinema (I e II)
- Assessoria de Imprensa (I e II)
- Telejornalismo (I, II e III)
- Jornalismo Impresso Avançado (I e II)
- Jornalismo Investigativo (I e II)
- Radiojornalismo Avançado (I, II e III)
- Redação Jornalística (de I a VIII)
- Sociologia da Comunicação
- História do Brasil
- Psicologia Social
- Idiomas
- Jornalismo Especializado (de I a VIII)

A diversidade na oferta de disciplinas optativas propostas pelo novo currículo, exposta sinteticamente acima, mostra a vantagem da extinção do currículo mínimo, vigente na UFPR até 99. Vale ressaltar duas propostas, que estão incluídas especificamente no objeto de pesquisa deste trabalho: Comunicação e Tecnologia (na formação geral) e Técnicas Avançadas em Novas Mídias (na formação específica).

Estas duas matérias merecem um destaque porque, embora estejam incluídas na programação do novo currículo, ainda não foram criadas na universidade por pura falta de estrutura. Até então, não foram encontrados professores devidamente capacitados para a área, que tenham boa formação direcionada para o que há de novo na tecnologia da comunicação e que, ao mesmo tempo, aceitem se submeter a salários pagos pela Universidade Federal. Pior do que isso: mesmo que se encontrasse o profissional disposto a esta condição, ainda sim não seria possível contratá-lo porque a instituição depende da abertura de novas vagas, por concurso, para professor titular da cadeira. Esta é a atual condição para contratação de profissionais. Outra questão estrutural é a falta de equipamentos necessários para o exercício do jornalismo on line. O laboratório de informática existente tem boa parte dos computadores conectados à Internet, mas sem CD-Rom e sem programas especializados para a produção de home pages — instrumento essencial para o estudo de Jornalismo on line. Além disso, os laboratórios de rádio e de TV encontram-se hoje sucateados e obsoletos. Em tempos de produção de imagens para a Internet de banda larga, o atual estúdio de telejornalismo dificilmente conseguiria representar a prática real da profissão no mercado de trabalho.

4.3. EXPERIÊNCIA DA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ

Embora a Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR) tenha iniciado já em 97 as discussões sobre a necessidade da reforma curricular em Comunicação Social (especialmente em Jornalismo), percebe-se que o resultado dos debates se restringiu à mudança na nomenclatura de algumas disciplinas, inclusão de outras, mas as diretrizes principais pouco mudaram.

Ao contrário da Universidade Federal do Paraná, a PUC-PR sempre esteve bem conceituada entre acadêmicos e profissionais no mercado de trabalho como uma instituição bem aparelhada tecnicamente, com laboratórios equipados. Mas nem por isso, os alunos egressos da PUC-PR têm até então uma melhor colocação no mercado, em decorrência de uma suposta melhor formação prática. Por outro lado, os acadêmicos da Universidade Católica têm mais facilidade para o ingresso na instituição, que oferece um número maior de vagas no vestibular: são 70 no início do ano (a partir de 2001, foram abertas ainda mais 70 no processo de seleção para o segundo semestre), contra 22 na UFPR.

Como na Universidade Federal, o curso de Comunicação Social — habilitação em Jornalismo — começou a ser regido por um novo currículo

em 2000, para os calouros ingressando nesse ano. Até então, todo o conteúdo programático do curso, elaborado em 88, estava baseado na Resolução de 84, do Conselho Federal de Educação.

Um diferencial que a PUC-PR já tinha em seu currículo em relação à UFPR era a já aproximação de disciplinas de ênfase mais prática no início do curso de Jornalismo, mesclando com disciplinas essencialmente teóricas, como Teologia (básicas em instituições católicas) e Sociologia, Teoria da Comunicação e outras. Aulas de Informática Básica já estavam incluídas no programa desde 88, ao que parece com ênfase para a operacionalização dos computadores para funções, principalmente, de edição de textos. A partir de 2000, os alunos ganharam disciplinas diretamente relacionadas com Jornalismo on line e produção de web sites. Esta é, sem dúvida (em relação ao aspecto que se estuda nesta pesquisa), um item que merece destaque no novo currículo da PUC-PR: a Internet é tratada como nova mídia e novo veículo para o Jornalismo, em vez de apenas um acessório para banco de dados ou mais uma ferramenta para a prática da profissão. Chama atenção também a inclusão da disciplina de Processos Mediáticos Contemporâneos.

O novo currículo de Jornalismo na PUC-PR foi aprovado em 16 de novembro de 2000 e oficializado pela Resolução nº 105/2000, do Conselho Universitário, tendo em vista o Parecer nº 54/2000, do mesmo Conselho. Abaixo, expõe-se os dois currículos (o vigente até 1999 e o novo), que divide as disciplinas em períodos. O antigo programa apresenta uma

vantagem de 150 horas. Todas as matérias são obrigatórias e não há oferta de disciplinas optativas para complementar a formação acadêmica, nos moldes propostos pela UFPR. A estrutura de orientação dos alunos da PUC-PR também não sofreu modificações em sua essência, como a Federal, que criou a figura do professor-tutor para acompanhar ao acadêmico durante seus quatro anos na universidade.

Currículo — 88

1º período

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

2º período

- Redação II
- Fotojornalismo II
- Técnicas de Reportagem e Entrevista II
- Informática Básica II

- Língua Portuguesa II
- Inglês II
- Filosofia II
- História da Comunicação II

3º período

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

4º período

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

5º período

- Redação V
- Televisão III

- Rádio III
- Planejamento Gráfico em Jornalismo I
- Realidade Socioeconômica e Política I (Brasileira)
- Planejamento em Comunicação I
- História, Produção e Edição Cinematográfica I

6º período

- Redação VI
- Televisão IV
- Rádio IV
- Planejamento Gráfico em Jornalismo II
- Realidade Socioeconômica e Política II (Regional)
- Planejamento em Comunicação II
- História, Produção e Edição Cinematográfica II

7º período

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

8º período

- Projeto Experimental II
- Legislação e Ética em Jornalismo II
- Comunicação Comparada II

- Pesquisa em Comunicação II
- Preparação e Revisão de Originais, Provas e Videotextos e Edição II

Currículo — 2000

1º período

- Fundamentos da Fotografia
- Introdução à Comunicação e ao Jornalismo
- Cultura e Sociedade
- História da Arte e da Tecnologia
- Informação e Processos de Comunicação
- Técnicas de Reportagem, Entrevista e Pesquisa
- Iniciação ao Aprimoramento da Língua Portuguesa

2º período

- Desenvolvimento dos Processos Lingüísticos e Textuais
- Fotojornalismo
- História e Linguagem do Audiovisual — Cinema
- Informática
- Origens do Pensamento Sociológico
- Processos do Conhecer
- Teoria e Técnica da Redação Jornalística

3º período

- Língua Portuguesa

- Filosofia
- Introdução à Mídia Eletrônica — Rádio e Televisão
- Produção Gráfica e Editorial — Jornal Laboratório Impresso e On-line
- Opinião Pública
- Teoria da Comunicação

4º período

- Ciências Políticas e Econômicas
- Cultura Religiosa
- Produção Gráfica e Editorial — Jornal Laboratório Impresso e On-line
- Processos Mediáticos Contemporâneos
- Produção Jornalística em Rádio
- Produção Jornalística em Televisão

5º período

- Ética
- Gestão de Negócios e Planejamento da Comunicação
- Jornalismo On-line e Produção de Web sites
- Projeto Comunitário
- Programas de Rádio e Televisão
- Teorias da Comunicação — Estudos das Linguagens

6º período

- Inglês Aplicado à Produção Jornalística
- Direito da Comunicação, Legislação e Ética do Jornalismo
- Técnicas de Marketing no Jornalismo

- Produção Jornalística em Cinema
- Produção e Edição de Revistas Impressas e On-line
- Teorias do Jornalismo

7º período

- Análise da Recepção aos Meios de Comunicação
- Aspectos do Brasil Contemporâneo
- Espanhol Aplicado à Produção Jornalística
- Jornalismo Especializado
- Pesquisa em Comunicação — Produção de Monografia
- Técnicas de Elaboração de Projeto Jornalístico

8º período

- Atualização em Aspectos da Comunicação
- Projeto Experimental
- Atividades Complementares

Notas

³² BRASIL. Resolução nº 11, de 6 de agosto de 1969. Fixa os mínimos de conteúdo e duração do curso de Comunicação Social.

³³ BRASIL. Resolução nº 002, de 24 de janeiro de 1984. Fixa o currículo mínimo do curso de Comunicação Social, e dá outras providências.

³⁴ BRASIL. Decreto-lei nº 5480, de 13 de maio de 1948. Institui o curso de Jornalismo no sistema de ensino superior do País, e dá outras providências.

³⁵ BRASIL. Resolução nº 11, de 6 de agosto de 1969. Fixa os mínimos de conteúdo e duração do curso de Comunicação Social.

³⁶ BRASIL. Resolução nº 11, de 6 de agosto de 1969. Fixa os mínimos de conteúdo e duração do curso de Comunicação Social.

³⁷ BRASIL. Parecer CFE nº 1203/77. Aprovado em 5 de maio de 1977. Currículo mínimo do curso de Comunicação Social.

³⁸ BRASIL. Anexo II, *in* Projeto de Resolução. Fixa o currículo mínimo para o curso de Comunicação Social.

³⁹ BRASIL L. Conselho Federal de Educação. Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação e Suas Habilitações, p. 13.

⁴⁰ BRASIL. Conselho Federal de Educação. Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação e Suas Habilitações, p. 11.

⁴¹ BRASIL. Conselho Federal de Educação. Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação e Suas Habilitações, p. 17.

⁴² *id. Ibid.*

⁴³ Comissão de Reforma Curricular do Curso de Comunicação Social da UFPR. Carta de Princípios Gerais Para a Reforma Curricular no Curso de Comunicação Social, 99.

⁴⁴ Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Resolução nº 105/2000. Aprova a organização curricular do Curso de Comunicação Social — Habilitação: Jornalismo para alunos ingressantes a partir do primeiro semestre de 2000.

5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A etapa da pesquisa de campo — a partir de questionários e entrevistas com egressos do curso de Jornalismo da UFPR e da PUC-PR e com alguns informantes-chave — foi feita após todo o trabalho de revisão bibliográfica. De forma que, com conteúdo já estudado sobre cibercultura e com a noção clara sobre a dimensão das mudanças tecnológicas sobre os processos comunicativos, as respostas às perguntas feitas indicaram uma certa indiferença em relação a este momento de transformações. Isto em referência específica aos jornalistas recém-formados que, na imensa maioria dos casos, criticaram a adequação dos cursos universitários à realidade do mercado de trabalho. Mas, ao mesmo tempo, muitos destes também mostraram claro desinteresse em se atualizar, por conta própria, nos novos conteúdos relacionados à informática e à Internet.

Mas, como um dos objetivos deste trabalho era o de dar voz a este grupo de jornalistas profissionais — egressos da universidade nos últimos dois anos — e traçar um diagnóstico sobre sua colocação no mercado de trabalho, tem-se aqui um desenho deste quadro, obtido a partir da pesquisa com 40 recém-formados da UFPR e da PUC-PR, das turmas de 98 e de 99. Reconhece-se aqui que as próprias universidades teriam instrumentos mais eficientes de medir e acompanhar o desempenho de seus ex-alunos no

mercado de trabalho e, com isso, fazer uma auto avaliação do ensino ofertado.

5.1. QUESTIONÁRIO QUANTITATIVO

Os questionários quantitativos foram elaborados com a função de definir o perfil do profissional pesquisado, especificamente sobre atuação no mercado. Pretendia-se saber se ele está desempregado, atuando no Jornalismo ou em outra área; se encontrou alguma alternativa de trabalho que não as oferecidas pelos veículos de comunicação tradicionais; se chegou a trabalhar, como estágio, durante os estudos de graduação; por quantos empregos já passou desde que se formou; e que áreas do Jornalismo conhece na prática.

Com estas respostas, foi possível saber mais com quem se estaria conversando depois sobre uma avaliação do curso superior de Jornalismo. E, principalmente, traçar um paralelo entre a análise do próprio entrevistado e sua bagagem profissional prática.

Para uma análise abrangente dos resultados obtidos, a amostragem do universo de pesquisa foi considerada em sua totalidade. De forma que os dados estão tabulados sem uma distinção entre egressos do curso de Jornalismo da UFPR e da PUC-PR. Esta foi a metodologia aplicada porque, ao se definir o público, delimitou-se o recorte de 30% dos egressos de 98 e de 99, somadas as duas universidades. De acordo com este índice,

deveria-se abranger um número de pesquisados da PUC-PR — uma vez que a instituição seleciona mais calouros em seu vestibular do que a UFPR. Optou-se por dividir a amostragem em dois grupos iguais de 20 alunos egressos. Com isto, os percentuais definidos na tabulação e na interpretação dos dados levam em conta o total da amostragem, para 40 pesquisados.

Numa primeira análise, os resultados obtidos no questionário quantitativo ajudaram a quebrar alguns tabus. Esperava-se encontrar um número maior de novos profissionais ainda buscando emprego e verificou-se que mais da metade da amostragem pesquisada está atualmente empregada no ramo do Jornalismo. Este percentual foi de 52,5%, contra 27,5% de desempregados. Outros 7,5% estão hoje empregados em outras áreas que não o Jornalismo, por motivos diversos.

Para se ter uma idéia a respeito do próprio dinamismo do mercado de trabalho e das mudanças de vagas ocupadas por estes jovens profissionais, perguntou-se por quantos empregos cada um já passou desde que se graduou em curso superior de Jornalismo. Do total, 32,5% responderam que já experimentaram dois ou três empregos diferentes desde então. Em seguida, 27,5% disseram estar no primeiro emprego, 15% teriam tido apenas um e 12,5% não passaram por nenhum porque não teriam conseguido uma vaga.

Vale a pena comparar este último dado com as respostas à questão de número 1. (Para melhor fluidez do texto, serão abordados aqui apenas

os maiores índices de respostas. Ver tabulação completa do questionário nos Anexos). Dos 27,5% dos entrevistados que estão hoje desempregados, pouco menos da metade não conseguiu nenhum emprego desde que se formou, não por opção, mas por dificuldade de conseguir se colocar como assalariado.

As questões 3 e 4 foram destinadas apenas aos profissionais empregados no Jornalismo ou em outra área. Do total dos entrevistados, 20% dizem ter demorado menos de um mês para conseguir o atual emprego (em relação à época das entrevistas, realizadas entre outubro e novembro de 2000), enquanto 12,5% responderam ter encontrado a atual vaga em quatro meses e outros 12,5% demoraram mais de um ano. Ainda: 10% conseguiram entre seis meses e um ano, após iniciarem a procura. De forma geral, somados os percentuais de respostas às quatro primeiras alternativas que indicam menos tempo para conseguir a atual colocação, pode-se dizer que há uma certa versatilidade no mercado de trabalho em Curitiba e região — que é claramente a área de abrangência do estudo, uma vez que todos os entrevistados buscaram uma atuação pela região, após a formatura na universidade. É importante ressaltar que a questão 3 não relacionou a demora para se conseguir o atual emprego desde a graduação. Muitos dos entrevistados que já passaram desde então por até quatro ou mais empregos, consideraram o tempo de intervalo entre a última e a atual colocação.

A questão de número 4 ajuda a complementar a idéia do dinamismo do mercado de trabalho de Curitiba e região, identificada nas respostas à questão 3. Ao serem questionados sobre o tempo de permanência no atual emprego, 20% responderam estar atuando entre um e quatro meses; outros 20% estão há mais de um ano e 10% entre seis meses e um ano.

As questões de número 5 e a de número 6 foram respondidas pela totalidade dos entrevistados, inclusive os desempregados e os que responderam não ter ocupado nenhuma vaga no mercado de trabalho desde a graduação no curso superior. O objetivo da primeira delas era saber se estes jovens tiveram alguma experiência profissional prática no mercado de trabalho durante os estudos universitários. Isto inclui estágio, *free lancer* e até mesmo emprego (com registros diferentes em carteira de trabalho) em empresas que irregularmente contratam estudantes de Jornalismo. O objetivo era saber se esta experiência contribuiu para uma colocação posterior no mercado de trabalho. 75% dos entrevistados responderam ter trabalhado na área de Jornalismo durante os estudos, enquanto 25% negaram. Como o percentual de desempregados, de assalariados e de autônomos em outras áreas que não o Jornalismo é maior que o de profissionais que não tiveram uma experiência prática no ramo anteriormente à graduação, pressupõe-se que não há uma relação intrínseca entre as duas coisas. Ora, muitos dos estudantes que trabalharam, não conseguiram se efetivar neste emprego após a graduação ou até mudaram de colocação mais tarde. Se for feita, no entanto, uma

análise de conteúdo das respostas, fugindo ao limite dos resultados numéricos, percebe-se que os novos profissionais atuando hoje no Jornalismo tiveram sim uma experiência anterior, embora não seja uma unanimidade.

Quando questionados em que áreas do Jornalismo já atuaram, os entrevistados responderam, em 52,5%, ter experiência em jornal impresso; 30% apontaram experiência em assessoria de imprensa; 22,5% em outras áreas; 20% em rádio; e 7,5% em nenhuma (que são aqueles que não conseguiram emprego desde a graduação e que também não trabalharam em Jornalismo durante os estudos).

Vale a pena fazer uma pausa aqui para observar o número de respostas para a alternativa “f”, sobre experiência em jornal eletrônico. Apenas dois alunos, ambos da UFPR, a assinalaram, o que representa ainda a baixa empregabilidade nesta área em Curitiba e região. Os motivos disso, no entanto, mereceriam uma análise de mercado mais detalhada. Levantam-se as hipóteses de que ou esta área vem sendo ocupada por antigos profissionais; ou ainda não se desenvolveu na região a ponto de representar um mercado em expansão e que, portanto, não estaria disponibilizando novas vagas. Várias suposições poderiam ser feitas sobre este assunto.

Ao todo, nove entrevistados listaram ainda outras áreas de experiência em Jornalismo: dois citaram ONGs (relacionadas a jornalismo e direitos humanos, num trabalho independente, que abrange diversos

veículos de comunicação); dois citaram publicidade (com alguma relação com o Jornalismo); mais dois indicaram fotografia e três acrescentaram revista.

As duas últimas questões foram aplicadas restritamente. A de número 7 voltou-se apenas para os profissionais que não trabalharam como assalariados em Jornalismo durante os estudos de graduação e nem após a conclusão do curso. Questionou-se os motivos desta exclusão. Um respondeu que nunca se interessou; dois disseram que não conseguiram emprego; três contaram que preferiram ser autônomos; e outros dois apontaram outras razões: um deles quis montar uma ONG e outro diz sempre ter atuado como *free lancer*.

Na número 8, questionou-se apenas os cinco profissionais autônomos que responderam às alternativas “d” e “e” da questão 1. Dois deles disseram que optaram por ser autônomos porque consideraram muito baixa a remuneração em emprego fixo; outros dois apontaram outras razões (como a vontade de se criar um projeto alternativo em Jornalismo e a vontade de se ter um negócio próprio); e apenas um disse que não encontrou emprego fixo e portanto recorreu a uma atividade autônoma.

5.2 ENTREVISTA

Além dos questionários quantitativos, foram aplicadas entrevistas semi-dirigidas com os mesmos entrevistados. As questões, respondidas oralmente, seguiram um roteiro de perguntas (ver Anexos). O objetivo não era restringir-se apenas às questões pré-elaboradas. Muitos comentários foram acrescentados à sugestão de temas, mas se procurou dar um direcionamento à discussão do objeto de pesquisa. A finalidade era justamente abrir o espaço para debate sobre o alinhamento entre o curso universitário e o mercado de trabalho, permitindo assim, algumas vezes, até mesmo uma espécie de desabafo sobre algumas dificuldades encontradas no momento de se enfrentar a disputa por uma colocação.

Será feita aqui uma análise de conteúdo das respostas, abrangendo os comentários mais relevantes para o objeto em apreciação, que é a formação acadêmica do jornalista (na UFPR e na PUC-PR) para atuar na era da informação digital. Neste aspecto, não se trata apenas de saber como estes profissionais estão atuando especificamente no Jornalismo online, até porque o questionário quantitativo mostrou que apenas dois entrevistados têm alguma experiência nesta área. No entanto, debate-se aqui a preparação para um novo tempo, o da informação rápida e circulante em redes, modificando todo o modelo comunicacional reinante e cultuado (de certa forma) até então — questões que já foram abordadas no capítulo

Revisão Bibliográfica. Além disso, procura-se fazer aqui uma relação entre a formação teórica e a prática e o alinhamento entre o ensino superior e a realidade profissional.

Ao serem questionados se, na saída da universidade, sentiam-se preparados e capacitados para ingressar no mercado de trabalho, houve um equilíbrio de respostas. O que se pôde observar é que todos consideraram que esta questão estava totalmente direcionada a uma abordagem técnica. Diante disso, entre os que se sentiam preparados, a maioria afirmou que a experiência em um estágio ou mesmo em empregos anteriores à graduação lhes deram uma bagagem prática. Outros, que não chegaram a trabalhar durante os estudos de graduação, fizeram ressalvas, de certa forma, “duras” contra as escolas de Jornalismo. Disseram que, apenas por conta própria, conseguiram adquirir conhecimentos aplicáveis no exercício da profissão, sejam eles meramente técnicos ou teóricos. E, por outro lado, os que não se consideravam devidamente capacitados para ingressar no mercado de trabalho avaliaram que nem a universidade lhes deu o preparo suficiente e nem o que se procurou aprender fora da escola foi relevante.

O desequilíbrio nas respostas foi em relação aos comentários sobre a dificuldade de se conseguir emprego. A maioria dos que se consideravam despreparados para atuar no mercado, assim que saíram da universidade, confessaram não ter encontrado problemas na hora de procurar uma vaga. Uma interpretação para este fato é o de que, novamente, encontra-se um

indício do dinamismo no mercado de trabalho local, que vem mostrando uma rotatividade grande de vagas. E, de certa forma, estaria encontrando uma formação um tanto quanto padronizada dos profissionais que disputam uma vaga — com exceções, como sempre. Além disso, notou-se no mercado, nos últimos anos, uma expansão no ramo de assessoria de imprensa e a expansão de vagas na maior empresa jornalística do Estado (Rede Paranaense de Comunicação), que ampliou a redação de seu principal veículo (Gazeta do Povo), lançou um novo jornal (Primeira Hora) e começou a abrir vagas na sua televisão afiliada à Rede Globo.

São poucos também os entrevistados que negaram ter sentido dificuldade em encontrar emprego que não tiveram um estágio anterior à graduação. Nos últimos dois anos, a UFPR e a PUC-PR parecem ter dado uma atenção maior aos programas de estágios não remunerados, na tentativa de colocar um maior número de estudantes em contato com o mercado de trabalho.

A minoria dos estudantes de admitiram dificuldade ao encontrar um emprego, no entanto, vai contra a interpretação acima porque diz ter sido mais difícil achar vagas disponíveis do que disputar por elas. E há ainda os que dizem ter encontrado oportunidades diversas para *free lances*, mas nem tanto para emprego fixo. Os pouco confiantes afirmaram ainda terem sido beneficiados pela sorte, ao encontrarem emprego facilmente.

A questão que talvez mais tenha estimulado os entrevistados foi a que pedia para relacionar o que, na opinião deles, tinha faltado aprender na

universidade para facilitar a atuação no mercado, no início da profissão. As sugestões foram várias. Mas, de forma geral, o que mais apareceu foi a necessidade de abordagem da prática da profissão e a proximidade com os veículos de comunicação para que estudantes tivessem uma vivência real do exercício do Jornalismo.

Alguns falaram de “visão de mercado”, “estágio direcionado”, “experiência prática”, “mais coerência entre teoria e prática”, “dia-a-dia”. Mas houve também um balanceamento entre os que sugeriram que a universidade deveria investir mais em conhecimentos teóricos, especificamente no sentido de despertar o senso crítico no profissional. Entre a maioria, destacaram-se os entrevistados que falaram da necessidade de se estudar mais a teoria da comunicação — disciplina odiada por muitos estudantes .

Paula, formada pela PUC-PR em 99, falou sobre a falta que sentiu de conteúdos e aulas que levassem os alunos a uma análise dos meios mais aprofundada e crítica. Ela achou que a abordagem teórica foi superficial e que faltou aos alunos conteúdo sobre “como enxergar os meios”.

Ao serem questionados se seus conhecimentos tecnológicos corresponderam com o que encontraram no mercado de trabalho, todos, sem exceção, interpretaram a questão em seu aspecto meramente técnico. E responderam no sentido de um preparo para operar computadores, utilizar programas, acessar a Internet. Ninguém considerou os estudos teóricos sobre tecnologia. Em alguns momentos, a pesquisadora, que

aplicou as entrevistas e os questionários, tentou estimular comentários sobre cibercultura, hipertexto e interatividade, mas ninguém mostrou conhecimentos sobre estes conceitos e não mostraram interesse em debater conteúdos nesta área. Entre os que responderam que “sim”, indicando que tinham conhecimentos tecnológicos correspondentes ao que encontraram no mercado de trabalho, a grande maioria cursou a PUC-PR e relacionou a este fato a existência de laboratórios e equipamentos na instituição.

Notou-se ainda que, entre os desempregados que desde a graduação não conseguiram ainda ingressar no mercado, houve dificuldade em responder a questão. Provavelmente por não terem uma experimentação no mercado para compararem. Mas muitos disseram que lhes faltou muito sobre “diagramação de páginas para jornal” ou “edição”, restringindo o âmbito da pergunta a programas (software) gráficos.

A imensa maioria dos entrevistados afirmou usar a Internet como ferramenta de trabalho, seja apenas para e-mail ou para acesso a agências e sites de notícia. Na amostragem pesquisada, não foi encontrado ninguém que se caracterizasse como um verdadeiro navegador fanático pela Internet. Muitos até se admitiam como usuários assíduos, mas explicavam em seguida que utilizam a rede para informação geral e não para práticas como *chats* (bate-papo) ou busca incessante de novos endereços na Web, geralmente relacionados às áreas de atuação de cada um no Jornalismo

A questão sobre usar ou não a Internet como ferramenta de trabalho foi modificada para os entrevistados que, anteriormente (no questionário quantitativo), contaram estar desempregados. A pergunta feita a eles foi sobre qual uso faziam da Internet. A grande maioria também destacou o uso de e-mails e de sites de temas diversos, sem assuntos específicos e a maioria voltada a entretenimento.

O que ficou evidente na opinião destes jovens profissionais entrevistados foi a de que nenhum conhecimento sobre Internet ou sobre mídia eletrônica foi adquirido em sala de aula, como parte do conteúdo programático do curso de Comunicação Social. Como tanto os alunos egressos em 98 como os de 99 não conheceram os currículos novos aplicados na UFPR e na PUC-PR, eles não chegaram a ter aulas voltadas para a produção de Jornalismo on-line. Desta forma, grande parte das respostas foi enfática ao dizer que “nenhum” conhecimento voltado para mídia eletrônica foi transmitido na universidade. Outros citaram timidamente o ensino de “acesso básico” à Internet, “mínimo sobre design de Web sites”, “alguma coisa sobre novas tecnologias”.

Diante das falhas apontadas, eles também foram convidados a sugerir o que deveria ser acrescentado na formação acadêmica do jornalista. As respostas foram as mais variadas possíveis. Cristiano, formado pela PUC-PR em 99, falou sobre a necessidade de se acrescentar uma disciplina específica sobre novas tecnologias, Internet e mídia on-line, sem, contudo, saber que o novo currículo da instituição já prevê e já começa a ofertar esta

matéria. Luis e Graziela, da UFPR, acham que toda a estrutura do curso deve ser repensada para uma melhor adequação às novas tendências do mercado e também para uma melhor formação teórica. Muitos mencionaram a necessidade de se criar programas de aproximação entre universidade e mercado. Outros falaram sobre a falta de disciplinas de conhecimento geral. Foram sugeridos enfoques em Política, Economia, Psicologia, Direito, Informática, Cultura e Cinema. Cerca de dez entrevistados sugeriram a criação de disciplinas específicas para o aprendizado de Jornalismo on-line.

Interessante foi a colocação de alguns sobre os professores universitários. Marina, da UFPR, sugeriu que os profissionais em sala de aula fossem “realmente professores”, que estejam investindo na carreira acadêmica — “e não jornalistas que são chamados para dar aulas”. Houve ainda um entrevistado, graduado pela UFPR, que reclamou da falta de “seriedade” na condução das disciplinas e do próprio curso.

O exemplo de Paula, da PUC-PR, merece alguns comentários. Ela e outras colegas de curso montaram, ainda durante os estudos, uma ONG (“Ciranda”) sobre direitos da infância — por meio da qual prestam assessoria de comunicação a entidades que tratam de crianças e ao mesmo tempo ajudam a medir a atenção que os veículos de comunicação dão ao tema. O grupo de alunos resolveu investir na experiência no terceiro setor. Paula chega a admitir que sequer procurou emprego nos meios tradicionais. Hoje, elas se mantêm com bolsas e salários acima do piso profissional pago pela maioria das empresas jornalísticas do Paraná e, por

conta própria, desenvolvem uma atividade alternativa para a qual nunca tiveram um direcionamento curricular na universidade. Para Paula, deveria ser criada no currículo uma disciplina sobre as possibilidades de atuação do jornalista no terceiro setor.

Questionada sobre o que considera que aprendeu de mais útil na universidade, Paula cita sua experiência de extensão como pesquisadora do CNPq, durante dois anos. Neste período, conta, foi que conheceu “o caminho do terceiro setor”. Juliana, da PUC-PR, resumiu, em sua resposta, o que vários alunos responderam, embora cada um isolasse algum aspecto. “Ora, aprendi uma profissão”, disse ela, referindo-se à possibilidade de ter aprendido sobre o que é Jornalismo, suas práticas e sua teoria, apesar de todas as deficiências do curso, citadas por grande parte dos seus colegas entrevistados. Muitos reconheceram que o conteúdo de algumas disciplinas teóricas foi o que de mais útil ficou dos tempos de universidade. Para vários outros, os exercícios de texto e o aprendizado sobre a prática da redação jornalística foram os ensinamentos mais importantes.

Apesar de terem criticado vários aspectos da universidade em que cursaram Jornalismo, todos os entrevistados tiveram dificuldade em apontar o que acreditam ter aprendido e que de nada lhe serviram. Alguns indicaram conteúdos teóricos e outros, conteúdos práticos. Mas, na maioria das vezes, referiam-se não à matéria em si, mas à forma em que foi ministrada.

Por último, os profissionais mostraram acompanhar de forma limitada as inovações tecnológicas dos últimos tempos. Dizem que têm visto novidades na Internet, mas que não “correm atrás” das últimas invenções sobre o tema. Eles reconhecem ainda que pouco ou nada lêem sobre cibercultura e processos de comunicação em rede, e nem participaram de debates sociológicos, filosóficos e antropológicos sobre o tema.

6. CONCLUSÃO

A Internet e a comunicação em redes inauguraram a chamada Infoera — a era da informação digital. Muitas vezes, no entanto, fala-se deste momento como se suas mudanças fossem impostas nas bases de dados, nos códigos alfanuméricos da informática, longe da experiência tátil humana. O surgimento das telecidades e do teleurbanismo se desenvolveu sobre a característica da imaterialidade e da suspensão do referencial de espaço físico. Mas desvincular sua influência da vivência humana e negar sua radiação para todo o processo de conhecimento é um erro fatal.

Pierre Lévy diz que “toda reflexão sobre o futuro dos sistemas de educação e capacitação na cibercultura deve basear-se na análise das mudanças que experimenta nossa relação com o conhecimento”⁽⁴⁵⁾ (trad. por GIL, Patrícia Guimarães). Ele comenta que, pela primeira vez na história, o que se aprende no início da carreira torna-se ultrapassado em curto espaço de tempo. É diante disso que se defende a necessidade de maleabilidade do conhecimento; do desenvolvimento do dom da adaptação a novas demandas e à solução de problemas. LÉVY resume esta idéia ao falar da importância de se “saber fazer”, de “aprender, transmitir e produzir conhecimentos”⁽⁴⁶⁾.

À medida em que a Internet e as redes de comunicação vão assumindo tarefas cada vez mais complexas na transmissão de conhecimento, a universidade, como a escola, de uma forma geral, enfrentam a necessidade de rever seu papel. LÉVY resume muito bem este momento:

“Se as pessoas aprendem em suas experiências sociais e profissionais, se a escola e a universidade perdem progressivamente seu monopólio na criação e transmissão de conhecimentos, os sistemas educacionais podem ao menos assumir uma nova missão: orientar as carreiras individuais nos espaços do saber e contribuir para o reconhecimento do conjunto de capacidades dos indivíduos, incluindo os conhecimentos não acadêmicos” (trad. por GIL, Patrícia Guimarães).⁽⁴⁷⁾

Apartar a escola deste novo modelo de relação com o conhecimento, que se desenvolve a partir do novo ritmo de produção e transmissão de informações, é também negar a própria extensão do homem sob forma tecnológica. A escola, como intermediadora de conhecimento, precisa primeiramente decodificar melhor a nova relação que o homem trava com a máquina que o insere num ambiente de rede, no qual ele pratica sua telexistência (assunto que já foi abordado na Revisão Bibliográfica). Esta idéia de extensão tecnológica era disseminada por MCLUHAN em 64, para quem “contemplar, utilizar ou perceber a extensão de nós mesmos sob forma tecnológica implica necessariamente em adotá-la” (1964, p. 64). Ele considera que surge um relacionamento de servidão entre homem (usuário) e veículo de comunicação. “O índio [por exemplo], é um servomecanismo de sua canoa, como o vaqueiro de seu cavalo e um executivo de seu relógio” (1964, p. 64) , compara ele. Esta mesma relação pode ser feita

hoje com a Internet e o ambiente de comunicação em rede, de uma forma geral.

A escola não pode se isentar da participação destes novos ambientes de troca de conhecimento porque, caso contrário, corre o risco de se tornar desnecessária e ser expulsa do sistema que se modifica por inteiro. Ainda segundo MCLUHAN, “os novos meios e tecnologias pelos quais nos ampliamos e prolongamos constituem vastas cirurgias coletivas levadas a efeito no corpo social (...). Ao se operar uma sociedade, com uma nova tecnologia, a área que sofre a incisão não é a mais afetada. A área da incisão e do impacto fica entorpecida. O sistema inteiro é que muda” (1964, p. 84).

Não resta dúvida, portanto, da mudança que se opera nos sistemas de comunicação. No caso do Jornalismo, a incisão é profunda e o entorpecimento se espalhou, mexendo na estrutura completa do antigo modelo de transmissão das informações. Muitas escolas de Jornalismo, no entanto, já não atentaram para as mudanças profundas que os sistemas de comunicação foram passando ao longo dos anos, ditadas pela tecnologia. MCLUHAN generalizou a postura que ele acredita ser necessária ao profissional do ramo: “o estudante dos meios de comunicação não apenas deve ter em conta a gíria, como um guia para a percepção em transformação, mas também estudar esses meios enquanto introdutores de novos hábitos de percepção”. (1964, p.10)

Mais atual, DIZART diz acreditar que as recentes mudanças tecnológicas oferecem ao mesmo tempo esperanças e dúvidas para os estudantes que planejam uma carreira na mídia. Mas há, sobretudo, novos desafios baseados na mídia eletrônica, que “promete carreiras mais criativas e recompensadoras do que em qualquer época desde que a primeira tecnologia para meios de comunicação — a impressora tipográfica de Gutenberg — foi desenvolvida”.⁽⁵¹⁾ Entre os principais desafios, reconhece o autor, está o acompanhamento das inovações tecnológicas, cada vez mais rápidas. É diante deste fenômeno que LÉVY defende o papel da universidade como orientadora das carreiras e não mais como detentora e transmissora do conhecimento.

Sob este aspecto, faz-se uma avaliação dos cursos de Jornalismo, delimitados aqui na Universidade Federal do Paraná e na Pontifícia Universidade Católica do Paraná. LÉVY fala sobre a necessidade de redefinição do papel da universidade para que ela não se torne descartável. Esta necessidade, no entanto, foi claramente expressa pelos jovens profissionais do Jornalismo egressos da UFPR e da PUC-PR nos dois últimos anos.

Em respostas a esta pesquisa, grande parte dos entrevistados apontou que se sentiram despreparados para ingressar no mercado de trabalho na saída da universidade. Os que disseram se sentir mais seguros, relacionaram esta condição a sua postura autodidata e ao exercício prático do Jornalismo fora da escola. Estas respostas já revelam uma tendência em

descartar a importância da universidade, da forma como ela está, na formação acadêmica deste profissional. Numa interpretação geral, os jornalistas abordados mostraram a falta de um direcionamento para suas carreiras, no sentido apontado por LÉVY.

Além disso, há uma aparente falta de noção sobre as mudanças profundas que a mídia eletrônica traz para o mercado de Jornalismo. Estes novos profissionais parecem visualizar a Internet como apenas mais um veículo de comunicação. Este panorama se aplica tanto à UFPR como à PUC-PR. No caso da primeira, no entanto, pesam as dificuldades financeiras e burocráticas (intrínsecas a uma instituição federal de ensino superior) para a adequação material do curso de Jornalismo, voltada às novas demandas da mídia eletrônica. Por outro lado, o novo currículo (reformulado em 99) indica esforços na tentativa de suprir deficiências teóricas e assume a função de orientar a carreira profissional de cada aluno. Já no caso da PUC-PR, é mais fácil a disponibilidade de laboratórios especializados em mídia eletrônica, mas a reforma curricular não evoluiu no sentido de usufruir da flexibilização permitida pelo MEC para que o aluno se torne produtor de seu próprio conhecimento.

Segundo Pedro Bernardi, professor na PUC-PR e assessor de imprensa da instituição (um dos informantes-chave pesquisados neste trabalho), a reforma do programa na universidade não se restringe à elaboração de um novo currículo. Programas freqüentes vêm sendo desenvolvidos com professores para que se compreenda melhor a nova

postura em sala de aula, transformando o docente em auxiliar do aprendiz.

Mas, no que se refere à preparação destas duas universidades para enfrentar os sistemas de comunicação em transformação, existe ainda um abismo separando a formação acadêmica à atuação no mercado de trabalho.

Para outro professor e jornalista, Rodrigo Asturian, a inexistência de um formato para a Internet como mídia e muito mais para o ensino do Jornalismo para este novo meio, dificulta a adequação das universidades. Na opinião dele, existe ainda uma forte resistência em se discutir a dimensão sociológica deste novo sistema de comunicação. Com isso, tende-se a enfatizar o ensino de Tecnologia, numa visão reducionista, quando se ensina o futuro jornalista a produzir páginas para a Internet e a escrever textos de dois parágrafos, como se esta fosse a essência do fenômeno da comunicação em rede. Não se tem ainda, complementa ele, noção sobre o uso de recursos que estimulem a interatividade e a integração de diferentes mídias.

Para os norte-americanos, sempre mais pragmáticos, aprender a criar home pages é sim habilidade essencial ao jornalista. O colunista para Jornalismo on-line Eric K. Meyer, “aprender a criar home pages é tão importante para um jornalista on-line como manusear uma máquina de escrever para o antigo repórter” ⁽⁵¹⁾. Ele ressalta, no entanto, que o conhecimento técnico pode ajudar o jornalista, mas não como habilidades

profissionais. MEYER refere-se à necessidade primordial de saber apurar informações e redigir uma história de forma interativa. É preciso também desenvolver uma narrativa fragmentada, deixando ao leitor a escolha de seguir vários caminhos para o descobrimento da história.

Mas, voltando ao primordial. As habilidades essenciais do jornalista são tão ou mais valorizadas na mídia on-line. Para editores de jornal impresso, ouvidos também como informantes-chave, jovens profissionais estão chegando nas redações com falhas básicas na prática do Jornalismo. Muitos destes jornalistas sequer sabem iniciar uma matéria da forma pré-montada da pirâmide invertida. E dificilmente conseguem contextualizar um fato, isolando-o de uma ambiente geral. Na maioria das vezes, estão mais preocupados em estruturar uma redação do que com uma avaliação sobre os impactos sociais do tema.

MEYER fala ainda sobre sobre a exigência, na mídia on-line, para o pensamento crítico, considerado por ele a mais importante habilidade que o um jornalista on-line pode ter. De uma forma geral, ele comenta que um estudante, planejando uma carreira no Jornalismo on-line, deve dominar várias formas de narrativas: para jornal impresso, para edição em revista, para televisão, fotojornalismo, infográficos, design, cinema e rádio.

Para Edward Miller e William Boyd, do The Poynter Institute, uma das grandes dificuldades de se ensinar jovens jornalistas é fazê-los abraçar com entusiasmo os aspectos tecnológicos para acessar à grande quantidade de informações disponíveis e processar melhor estes dados. Para tanto, “eles

precisam aprender a trabalhar em equipe e se direcionar para áreas específicas de atuação” (47).

MCLUHAN tem uma das melhores descrições sobre o que se espera do jovem jornalista não apenas para que ele consiga uma boa colocação no mercado de trabalho, mas para que se destaque no exercício de seu senso crítico e ético. E sua capacidade de se adequar à grande variedade de meios, ao mesmo tempo em que discerne conscientemente os impactos tecnológicos na sociedade. Para MCLUHAN, este profissional é um artista. “O artista é o homem que, em qualquer campo, científico ou humanístico, percebe as implicações de suas ações e do novo conhecimento de seu tempo. Ele é o homem da consciência integral” (1964, p. 85). Mais do que isso: “o artista pode corrigir as relações entre os sentidos antes que o golpe da nova tecnologia adormeça os procedimentos conscientes. Pode corrigi-los antes que se manifestem o entorpecimento, o tateia subliminar e a reação” (1964, p. 86).

Notas

⁴⁵ LÉVY, Pierre. La cibercultura y la educación. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br>

⁴⁶ *id. Ibid.*

⁴⁷ MEYER, Eric. How journalism schools address the challenge of training online journalists. 2000. Disponível na Internet. <http://www.ajr.newslink.org/emcol11.html>

⁴⁸ MILLER, Edward; BOYD, William. From Cowboy To Team Player. In: PIQUÉ, Antoni M. (Coord.). *As Redações do Século XXI*. São Paulo : Master em Jornalismo para editores III, 1995.

ANEXOS

1. QUESTIONÁRIO QUANTITATIVO

A FORMAÇÃO ACADÊMICA DO JORNALISTA NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

1. Qual sua atual posição no mercado de trabalho?

- a) () Desempregado.
- b) () Empregado/assalariado - no jornalismo.
- c) () Empregado/assalariado - em outra área.
- d) () Autônomo - no jornalismo.
- e) () Autônomo - em outra área.

2. Por quantos empregos já passou desde que se formou?

- a) () Nenhum. Não consegui emprego desde então. *(Vá para questão 5.)*
- b) () Nenhum. Pretendia ser autônomo. *(Vá para questão 5.)*
- c) () Este é meu primeiro emprego.
- d) () Dois ou três.
- e) () Quatro ou mais.
- f) () Um

3. Quanto tempo demorou para conseguir o atual emprego?

- a) () Menos de um mês.
- b) () De um a quatro meses.
- c) () De quatro a seis meses.
- d) () De seis meses a um ano.
- e) () Mais de um ano.

4. Há quanto tempo está no atual emprego?

- a) () Menos de um mês.
- b) () De um a quatro meses.
- c) () De quatro a seis meses.
- d) () De seis meses a um ano.
- e) () Mais de um ano.

5. Durante os estudos de graduação, trabalhava na área do jornalismo?

- a) () Sim
- b) () Não

6. Em que áreas do jornalismo já trabalhou?

- a) () Nenhuma.
- b) () Jornal impresso
- c) () Televisão.
- d) () Rádio.
- e) () Assessoria de imprensa.
- f) () Jornal eletrônico.
- g) () Outra. Qual? _____

7. (Para quem não trabalhou durante a graduação, nem depois de formado) Por que nunca esteve empregado na área do jornalismo?

- a) () Nunca me interessei.
- b) () Nunca consegui emprego.
- c) () Preferi ser autônomo.
- d) () Outra razão. Qual ? _____

8. (Apenas para autônomos) Por que está atuando como autônomo?

- a) () Não consegui emprego fixo.
- b) () Pela baixa remuneração em emprego fixo.
- c) () Outra razão. Qual? _____

2. TABULAÇÃO

QUESTIONÁRIO QUANTITATIVO			
A FORMAÇÃO ACADÊMICA DO JORNALISTA NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL			
Pergunta	UFPR	PUC-PR	Total %
1.			
a)	6 (15%)	5 (12,5%)	11 (27,5%)
b)	11 (27,5%)	10 (25%)	21 (52,5%)
c)	1 (2,5%)	2 (5%)	3 (7,5%)
d)	2 (5%)	2 (5%)	4 (10%)
e)	0 (0%)	1 (2,5%)	1 (2,5%)
			40 (100%)
2.			
a)	2 (5%)	3 (7,5%)	5 (12,5%)
b)	1 (2,5%)	2 (5%)	3 (7,5%)
c)	4 (10%)	7 (17,5%)	11 (27,5%)
d)	8 (20%)	5 (12,5%)	13 (32,5%)
e)	2 (5%)	0 (0%)	2 (5%)
f)	3 (7,5%)	3 (7,5%)	6 (15%)
			40 (100%)
3.			
a)	2 (5%)	6 (15%)	8 (20%)
b)	2 (5%)	3 (7,5%)	5 (12,5%)
c)	1 (2,5%)	1 (2,5%)	2 (5%)
d)	2 (5%)	2 (5%)	4 (10%)
e)	5 (12,5%)	0 (0%)	5 (12,5%)
			24 (60%)
4.			
a)	1 (2,5%)	1 (2,5%)	2 (5%)
b)	5 (12,5%)	3 (7,5%)	8 (20%)
c)	1 (2,5%)	1 (2,5%)	2 (5%)
d)	2	2	4

	(5%)	(5%)	(10%)
e)	1 (2,5%)	7 (17,5%)	8 (20%)
			24 (60%)
5.	18 (45%)	12 (30%)	30 (75%)
a)			
b)	2 (5%)	8 (20%)	10 (25%)
			40 (100%)
6.	1 (2,5%)	2 (5%)	3 (7,5%)
a)			
b)	11 (27,5%)	10 (25%)	21 (52,5%)
c)	1 (2,5%)	1 (2,5%)	2 (5%)
d)	5 (12,5%)	3 (7,5%)	8 (20%)
e)	8 (20%)	4 (10%)	12 (30%)
f)	2 (5%)	0 (0%)	2 (5%)
g)*	3 (7,5%)	6 (15%)	9 (22,5%)
			57 (142,5%)
7.	0 (0%)	1 (2,5%)	1 (2,5%)
a)			
b)	1 (2,5%)	1 (2,5%)	2 (5%)
c)	1 (2,5%)	2 (5%)	3 (7,5%)
d)**	1 (2,5%)	1 (2,5%)	2 (5%)
			8 (20%)
8.	0 (0%)	1 (2,5%)	1 (2,5%)
a)			
b)	0 (0%)	2 (5%)	2 (5%)
c)***	1 (2,5%)	1 (2,5%)	2 (5%)
			5 (12,5%)

* Outras respostas indicadas: ONGs (2), Publicidade (2), Fotografia (2), Revista (3).

** Dois entrevistas assinalaram a alternativa. Um respondeu que nunca esteve empregado porque quis montar uma ONG. O outro disse que vem atuando sempre como *free lancer*.

*** Um profissional disse que preferiu realizar um projeto próprio de Jornalismo em área não-governamental e o outro respondeu que queria montar um negócio próprio.

3. ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTA

A FORMAÇÃO ACADÊMICA DO JORNALISTA NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Entrevista semi-dirigida

1. Na saída da universidade e no momento de procurar emprego, você se sentia preparado para ingressar no mercado de trabalho?
2. Teve alguma dificuldade para adquirir emprego ou habilidade para seguir com seu próprio negócio na área do jornalismo?
3. O que, na sua opinião, lhe faltou aprender na faculdade para facilitar a atuação no mercado de trabalho (especificamente no jornalismo)?
4. Seu conhecimento tecnológico correspondeu com o que você encontrou na profissão?
5. Você hoje utiliza a Internet como ferramenta de trabalho?
6. Que conhecimentos de Internet e sobre mídia eletrônica você teve na universidade?
7. Agora que você conhece um pouco da realidade da profissão no mercado, você acha que deveria haver algum complemento ou alguma mudança no ensino de jornalismo na universidade? Qual seria?
8. Você se considera um “navegador” na Internet? Neste caso, suas buscas têm objetivo de trabalho ou você usa a rede por entretenimento? O que mais te interessa na Web?
9. O que de mais útil você aprendeu na universidade e que mais lhe ajudou no exercício da profissão?
10. Houve algo na universidade que você aprendeu e que hoje diria que para nada lhe serviu?
11. Como você acompanha hoje as inovações tecnológicas?
12. Como você as acompanhava na época da universidade?
13. Quais os conhecimentos sobre mídia on-line você tinha no momento em que concluiu o curso de graduação?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. & HORKHEIMER. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo : Editora Abril, 1975.

BOGART, Leo. *The new media : reporting or journalism?* Disponível na Internet. <http://www.ajr.newslink.org>

BRASIL. Resolução nº 11, de 6 de agosto de 1969. Fixa os mínimos de conteúdo e duração do curso de Comunicação Social.

BRASIL. Resolução nº 002, de 24 de janeiro de 1984. Fixa o currículo mínimo do curso de Comunicação Social, e dá outras providências.

BRASIL. Decreto-lei nº 5480, de 13 de maio de 1948. Institui o curso de Jornalismo no sistema de ensino superior do País, e dá outras providências.

BRASIL. Parecer CFE nº 1203/77. Aprovado em 5 de maio de 1977. Currículo mínimo do curso de Comunicação Social.

BRASIL. Anexo II, *in* Projeto de Resolução. Fixa o currículo mínimo para o curso de Comunicação Social.

BRASIL L. Conselho Federal de Educação. Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação e Suas Habilitações, p. 13.

Comissão de Reforma Curricular do Curso de Comunicação Social da UFPR. Carta de Princípios Gerais Para a Reforma Curricular no Curso de Comunicação Social, 99.

Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Resolução nº 105/2000. Aprova a organização curricular do Curso de Comunicação Social — Habilitação: Jornalismo para alunos ingressantes a partir do primeiro semestre de 2000.

BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. 1 ed. São Paulo : Companhia das Letras, 2000.

CARDOSO, Cláudio. *Notas sobre a geografia do ciberespaço*. 1 ed. 1997. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br/pretextos>

DEJOURS, Christophe. *A banalização da injustiça social*. 2 ed. Rio de Janeiro : Editora FGV, 1999.

DIZART, Wilson Jr. *A nova mídia : a comunicação de massa na era da informação*. 2 ed. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Ed., 1998.

DINIZ, Eduardo H. *O hipertexto e as interfaces homem-computador : construindo uma linguagem da informática*. Disponível na Internet. <http://sites.uol.br.cdchaves-hipinterfaces2.htm>

GACH, Gary. *The Internet for journalists : the forth estate in cyberspace*. Disponível na Internet. <http://www.ajr.newslink.org>

ATZ, Jon. *Online or not, newspapers suck*. In: PIQUÉ, Antoni M. (coord.) *As redações do século XX*. São Paulo : Master em Jornalismo para editores III, 1995.

LASICA, J.D. *So you want to be na online journalist? : here are some tips for getting fast evolving field*. 1997. Disponível na Internet. <http://www.ajr.newslink.org>

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva : por uma antropologia do ciberespaço*. 2 ed. São Paulo : Edições Loyola, 1998.

LÉVY, Pierre. *La cibercultura e la educación*. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br/pretextos>

MACHADO, Irene. *Impacto ou implosão? : cultura tecnológica e metáfora balística*. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br/revistacompos/artigo.html>

MANTA, Andre. *Guia do Jornalismo*. 2000. Disponível na Internet. <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/guia/index.html>

MARTINS, Francisco E. Menezes. *Cyberespaço, redes e teles : superfícies da era do virtual*. 1 ed. 1999. Disponível na Internet. <http://www.pucrs.br/famecos/revista>

MCLUHAN, Marshal. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 17 ed. São Paulo : Editora Cultrix, 1964.

MEYER, Eric K. *How journalism schools address the challenge of training online journalists*. Disponível na Internet. <http://www.ajr.newslink.org-encol11.html>

MILLER, Edward, BOYD, Willian. *Surviving technology* In: PIQUÉ, Antoni M. (coord.) *As redações do século XX*. São Paulo : Master em Jornalismo para editores III, 1995.

— *From cowboy to team player*. In: PIQUÉ, Antoni M. (coord.) *As redações do século XX*. São Paulo : Master em Jornalismo para editores III, 1995.

MORÁN, José Manuel. *Mudanças da comunicação pessoal : gerenciamento integrado da comunicação pessoal, social e tecnológica*. 1 ed. São Paulo : Paulinas, 1998.

PALACIOS; Marcos. *Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva*. Disponível na Internet.
<http://www.facom.ufba.br/hipertexto/palacios>

—. *Impactos e efeitos da Internet sobre a comunidade acadêmica : quatro dificuldades de um possível consenso*. Disponível na Internet.
<http://www/facom.ufba.br>

PIEDRAHITA, Manuel. *Jornalismo moderno : história, perspectivas e tendências rumo ao ano 2000*. 1 ed. Lisboa : Plátano Edições Técnicas, 1993.

STEPP, Carl Sessions. *The new journalist : the online era demands added skills and innovative ways of looking at the profession*. 1996. Disponível na Internet. <http://www.ajr.newslink.org>

STONE, Martha L. *Online news readers prefer text over graphics : Poynter study shows online, print differences*. 2000. Disponível na Internet.
<http://www.mediainfo.com/ephone/news/newshtm/stories/050400n1.htm>

TRIVINHO, Eugênio. *Redes : obliterações no fim de século*. São Paulo : AnnaBlume, 1998.

VIANNA, Ruth Penha Alves. *Informatização da imprensa brasileira*. 1 ed. São Paulo : Edições Loyola, 1992.