

Valores e cultura profissional dos estudantes de jornalismo em Brasília¹

Fábio Henrique Pereira, Janara Sousa, Dione Oliveira Moura

Universidade de Brasília², Brasil

fabiop@gmail.com; janara.sousa@gmail.com;

dioneoliveiramoura@gmail.com

Resumo: O artigo analisa o processo de interiorização da cultura e dos valores profissionais pelos estudantes de Jornalismo da Universidade de Brasília (UnB). Optou-se por uma noção compreensiva da cultura enquanto sistema de convenções, o que permite estabelecer as condições de cooperação entre atores envolvidos em atividades coletivas (como instituições ou mundos sociais). A pesquisa foi efetivada por meio da aplicação de questionário aos estudantes do curso de Jornalismo da UnB. A amostra foi de 119 respondentes.

As questões selecionadas para análise foram divididas em quatro temáticas: formação, papéis sociais, representação do jornalista, ética e deontologia profissional. As conclusões revelam em que medida a formação universitária antecipa e reproduz aspectos da cultura profissional, funcionando como instância de socialização dos estudantes de jornalismo. Também se considerou a universidade como um espaço de crítica, reflexão e transformação das práticas jornalísticas.

Palavras-chave: Jornalismo; Formação; Cultura Profissional; Valores Profissionais; Deontologia

1. Submetido a 15 de Outubro de 2014 e aprovado a 15 de Novembro de 2014.

2. Campus Universitário Darcy Ribeiro, Brasília - DF, 70910-900, Brasil

Values and professional culture of journalism students in Brasilia

Abstract: This paper analyzes the process of internalization of the culture and professional values by journalism students from University of Brasilia. We adopted a comprehensive concept of culture as a system of conventions, which allows establishing the conditions for cooperation between actors involved in collective activities (such as institutions or social worlds). The research was carried out by the application of a questionnaire to the Journalism students at UnB (119 respondents). Questions

related to four main themes were selected to be analyzed: formation, social roles, representation about the journalist, ethics and professional deontology. The findings reveal in what level university education anticipates and reproduces aspects from professional culture. Indeed, university works as a forum for socialization of journalism students. It also considered the university as a space for critique, reflection and transformation of journalistic practices.

Key-words: Journalism; Formation; Professional Culture, Professionals Values; Deontology

Introdução

QUANDO, em 2009, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu pelo fim da obrigatoriedade do diploma para exercício do jornalismo, parte da argumentação empregada pelos ministros se respaldou na ideia de que o aprendizado da prática profissional – incluindo técnicas, normas de conduta e valores éticos – independia da formação obtida pelo jornalista em uma instituição universitária. “De forma extremamente distinta de profissões como a medicina ou a engenharia, por exemplo, o jornalismo não exige técnicas específicas que só podem ser aprendidas em uma faculdade”, afirmou em seu voto o então presidente do STF, Gilmar Mendes². O posicionamento de Mendes reflete uma crença partilhada também por profissionais de redação (FRITH, MEECH, 2007; MAROCCO, 2011; LE CAM, PEREIRA, 2012) que preferem assumir um perfil do jornalista como um *self-mademan*, que ingressa e ascende profissionalmente

a partir de noções como talento e competência, reconhecida e adquirida no cotidiano da prática nas redações.

É importante problematizar tal discurso, que tende a negligenciar a formação universitária enquanto espaço de aprendizado e socialização do jornalismo. Por um lado, esse tipo de argumentação participa da construção da identidade dos jornalistas, normalmente associada à prática de um grupo autônomo e intelectual (RUELLAN, 1993; PEREIRA, 2011a). Por outro, tende a desconsiderar que a passagem pela universidade é um momento importante no qual a cultura jornalística é negociada (adquirida, refutada, transformada) pelos estudantes. Ainda hoje, boa parte dos futuros jornalistas, no Brasil, recebe formação universitária (RENAULT, 2012). Por isso, analisar as condições em que essa formação acontece e as representações que os estudantes partilham sobre a profissão permite compreender em parte como a cultura jornalística é construída fora do ambiente das redações.

Este *paper* pretende analisar parte dessas representações a partir da análise das percepções sobre a profissão expressas pelos estudantes de Jornalismo da Universidade de Brasília, por meio de um questionário aplicado em sala de aula no ano de 2011, na Faculdade de Comunicação da UnB. A amostra foi de 119 respondentes, o que equivale a quase 40% do universo de alunos matriculados. Das 36 questões que compõem o instrumento, cinco serão trabalhadas neste artigo.

O trabalho analisa os primeiros resultados da pesquisa transnacional *Journalism Student Project*, que envolve, nesta etapa, oito países: África do Sul, Austrália, Brasil, Chile, México, Espanha, Suíça e Estados Unidos. A proposta é compreender e comparar o papel da universidade na profissionalização dos jornalistas em diferentes contextos nacionais e regionais. No Brasil, além da UnB, participam do projeto: Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Universidade Federal do Pampa (Unipampa), Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Faculdades Integradas Alcântara Machado (FIAM) e Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). É importante ressaltar que para efeito deste artigo somente os dados referentes à Universidade de Brasília serão analisados.

1. Cultura e identidade profissional

Partimos de uma abordagem beckeriana de cultura. O conceito está associado às representações e expectativas convencionais que se manifestam por meio de atos e artefatos e que permitem agir e coordenar atividades no âmbito de uma coletividade (BECKER, 1999). O processo cultural se efetiva pela partilha das representações e de ideias coletivas em torno de uma situação comum. A cultura permite coordenar ações e definir as bases das interações entre indivíduos e grupos sociais. Quando ela se mostra incapaz de responder a uma situação do cotidiano, os atores se veem obrigados a improvisar, a definir novas convenções culturais. Logo, a cultura não pode ser vista como uma noção estanque, mas se insere em uma dinâmica de permanente negociação e transformação.

O aspecto relacional da noção de cultura, aplicado ao jornalismo, permite entender o processo de estruturação das rotinas de trabalho, por meio de relações de cooperação entre os diferentes atores sociais. Essa noção está relacionada à forma como os estudos de *newsmaking* situam a cultura jornalística: como um referencial que delimita as condições de interação entre jornalistas, fontes, organização e público.

A cultura jornalística permite ainda que os participantes planejem suas trajetórias a partir das obrigações e direitos previstos em suas carreiras profissionais (HUGHES, 1960; PEREIRA, 2011b). Também está subjacente ao processo de interiorização das representações sociais sobre a atividade jornalística. Tais representações veem à tona com frequência, permeando a noção de profissionalismo do grupo, sua ideologia profissional ou as diferentes tipologias que se constroem em torno do papel social do jornalista.

Em geral, o contato dos indivíduos com a cultura profissional do jornalismo é anterior à formação universitária e ao ingresso no mercado de trabalho. Tais experiências podem estar associadas às relações das pessoas com a mídia enquanto consumidores de notícias ou ainda às motivações que resultaram na escolha pela profissão (vocação, referências na família ou no jornalismo, etc.) (LE CAM, PEREIRA, 2012). A particularidade da universidade reside no fato de oferecer uma experiência relativamente comum a todos os participantes –

considerando-se, claro as distinções entre currículos, disciplinas e a própria trajetória dos estudantes.

Nesse momento, aspectos da cultura jornalística aparecem mesclados à cultura acadêmica. Por um lado, busca-se antecipar elementos da prática profissional e das rotinas das redações, reforçando mitos e enfatizando um conjunto de competências técnicas (por exemplo, a apuração ou a qualidade do texto jornalístico), que preparariam o futuro jornalista para o mercado de trabalho. Por outro, a experiência na universidade vai além da simples formação de quadros para as redações jornalísticas. As interações que os estudantes estabelecem com os colegas e professores diferem das interações entre os pares jornalistas. A própria definição do jornalismo é interiorizada de forma distinta e, em vários momentos, adota-se uma perspectiva mais crítica sobre a prática profissional. Finalmente, a universidade abre outras possibilidades de ingresso e ascensão na carreira – em setores de comunicação organizacional, pesquisa ou docência, (FRITH, MEECH, 2007), ou mesmo na militância política e sindical (PETRARCA, 2008) – que estão fora do cerne do mundo dos jornalistas.

A formação universitária estabelece, portanto, relações que vão da complementaridade à oposição à cultura jornalística. Essa situação explica as possíveis tensões observadas por ocasião do ingresso do jornalista no mercado de trabalho ou mesmo em experiências pré-profissionais (como o estágio), em que a cultura das redações parece se sobrepor à formação adquirida nas instituições de ensino superior. Não obstante, a universidade pode ser vista ainda como um espaço produção de inovações que são eventualmente negociadas e incorporadas nas redações, sobretudo por ocasião do ingresso de novos jornalistas no mercado de trabalho. Ou seja, a rigor, a compreensão da cultura profissional dos estudantes de jornalismo permite não só avaliar o processo de formação de quadros para o setor profissional, mas as próprias dinâmicas de transformação no mundo dos jornalistas.

Neste sentido cabe referenciar outro estudo que assume, na cultura profissional, a nível macro, o papel das sociedades, compreendidas como nações, “que moldam o jornalismo de acordo com contextos políticos, econômicos, legais, sociais e culturais, assim como as formas estabelecidas de sistemas de propriedade de mídia” (MOREIRA, 2011: 3) Este estudo de Moreira (2011)

especificamente, inserido em uma pesquisa em rede internacional, conclui que existe uma cultura jornalística presente na prática profissional em todos os países. Ademais, prossegue a autora, no Brasil existe um consenso sobre a “importância de ‘informar bem a população’ (...). E, “entre as opções escolhidas nas várias funções do jornalista destacam-se: transmitir uma imagem positiva da profissão; influenciar a opinião pública; fornecer informações políticas; apoiar as mudanças sociais; atrair a maior audiência possível” (MOREIRA, 2011: 7).

Fígaro, Nonato e Grohmann (2013) , assim como Mick e Lima (2013) levantaram aspectos relevantes do perfil profissional dos jornalistas brasileiros. dos quais destacamos, por consonância com nosso estudo, a preponderância dos jornalistas diplomados no mercado de trabalho, fator identificado por Mick e Lima (2013) em levantamento realizado no ano de 2012, após a suspensão da obrigatoriedade do diploma, o que destaca a importância de se analisar o perfil do estudante, as projeções e expectativas deste estudante, futuro profissional; do estudo de Fígaro, Nonato e Grohman (2013), destacamos as transformações que os autores identificaram no perfil do profissional após o ingresso no mercado de trabalho. Afirmam os autores que os profissionais de jornalismo vão abandonando o sonho idealizado do jornalismo ao passo que confrontam com a realidade da prática profissional.

2. Procedimentos metodológicos

Para realizar esta investigação, foi aplicado, em dezembro de 2011, um questionário de 36 perguntas a estudantes de Jornalismo da UnB. A amostra foi de 119 respondentes para um universo de 304 discentes regularmente matriculados (taxa de respostas = 39,1%). O instrumento foi aplicado em sala de aula por estudantes participantes da pesquisa. Cada informante preencheu individualmente o questionário e, em média, o tempo de resposta foi de 20 minutos.

Do total de respondentes, 65,5% eram mulheres e 34,5% homens, distribuídos entre os quatro anos do curso de Jornalismo³ (Gráfico 01).

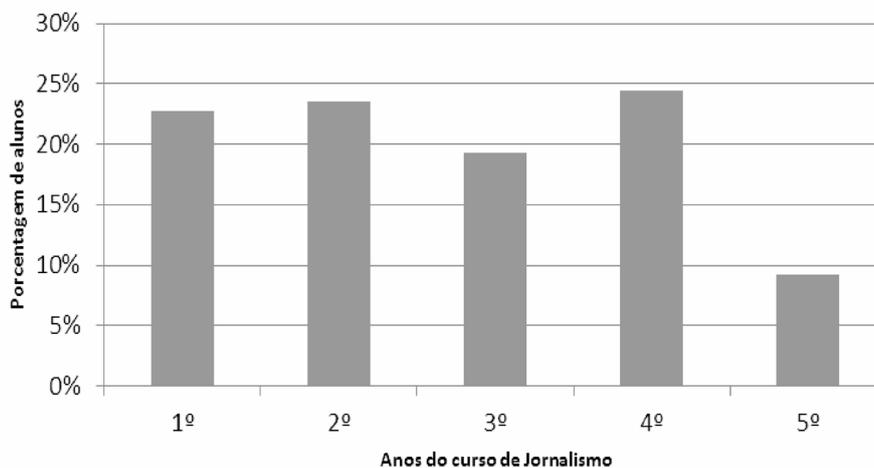


Gráfico 01 – Distribuição dos respondentes de acordo com o ano em que se encontram no curso de Jornalismo³. **Fonte:** Elaboração própria.

Das questões que integram o instrumento, serão analisadas neste *paper* as cinco que tratam diretamente dos valores e da cultura profissional dos estudantes. Os respondentes foram solicitados a avaliar um conjunto de assertivas a partir de uma escala de cinco níveis (1- nada importante/ 2- pouco importante/ 3- indiferente/ 4- importante/ 5- muito importante; ou 1- discordo totalmente/ 2- discordo/ 3- não concordo nem discordo/ 4- concordo/ 5- concordo totalmente).

Os resultados foram inseridos em uma máscara SPSS pré-formatada, que pode ser acessada por todos os participantes da pesquisa no Brasil e nos demais países que integram o projeto. Esse recurso permitiu a geração dos dados utilizados nesta análise.

3. Os alunos que responderam 5º ano se encontram atrasados no curso, cuja estrutura curricular é distribuída em 8 (oito) períodos letivos, 4 anos.

3. Resultados

As questões selecionadas para análise foram divididas em quatro temáticas: formação, papéis sociais, representação do jornalista e ética e deontologia profissional. Na análise, foram desconsideradas as opções neutras e consideradas como *avaliação positiva* as respostas correspondentes aos níveis 4 e 5 da escala.

A formação em jornalismo

Na questão sobre a formação, os respondentes tiveram de atribuir importância às diferentes atividades realizadas na universidade (Tabela 01). Os 20 itens avaliados podem ser agrupados em três grandes polos: 1º) As repostas que associam a universidade ao ensino de um conjunto de competências técnicas e/ou à preparação para o mercado de trabalho; 2º) As questões que situam a universidade como um espaço de construção do conhecimento e de reflexão sobre a sociedade; 3º) Itens que reforçam a preparação para a pesquisa e a pós-graduação (mestrado e doutorado).

Item	1 Nada importante	2 Pouco importante	3 Indiferente	4 Importante	5 Muito importante	N.R.
Priorizar a prática como item fundamental na formação oferecida pelo curso	3,4%	8,4%	37,0%	31,9%	19,3%	
Validar conceitualmente a comunicação corporativa/ organizacional como um campo próprio do jornalista	8,4%	9,2%	35,3%	39,5%	6,7%	0,8%
Priorizar o ensino de pós-graduação	5,0%	21,0%	31,9%	26,1%	15,1%	0,8%
Publicar material científico		10,9%	17,6%	42,9%	28,6%	
Priorizar o ensino na graduação	1,7%	5,0%	16,8%	45,4%	28,6%	2,5%
Validar somente o trabalho em meios de comunicação como campo do exercício profissional do jornalista	26,9%	28,6%	34,5%	8,4%	1,7%	
Desenvolver competências e habilidades didáticas	1,7%	9,2%	28,6%	40,3%	20,2%	
Construir novos conhecimentos		2,5%	8,4%	35,3%	53,8%	
Transmitir conhecimentos		2,5%	5,0%	29,4%	63,0%	
Promover a prática jornalística no contexto do mundo real	0,8%	0,8%	10,9%	34,5%	52,9%	
Acentuar o domínio das técnicas profissionais no currículo do jornalista	0,8%	6,7%	21,8%	40,3%	30,3%	

Apresentar e socializar trabalhos científicos dentro da academia	2,5%	5,0%	19,3%	39,5%	33,6%	
Enfatizar a teoria na formação de um jornalista	2,5%	8,4%	26,1%	33,6%	29,4%	
Diferenciar o lugar específico e distinto que o jornalista ocupa dentro da comunicação social	3,4%	13,4%	34,5%	31,9	16,0%	0,8%
Avaliar constantemente as metodologias de ensino utilizadas		6,7%	20,2%	37,8%	35,3%	
Desenvolver o pensamento reflexivo e crítico entre os futuros jornalistas		2,5%	8,4%	21,8%	67,2%	
Desenvolver a pesquisa acadêmica	1,7%	5,9%	15,1%	39,5%	37,8%	
Explicar fenômenos sociais por meio da análise		3,4%	16,8%	37,8%	42,0%	
Inovar as práticas pedagógicas	3,4%	6,7%	21,0%	40,3%	28,6%	
Defender o ensino integrado de jornalismo e da comunicação no currículo formador do jornalista.	1,7%	5,0%	10,9%	34,5%	47,9%	

Tabela 01: Resultado da avaliação dos respondentes sobre as atividades realizadas pelo curso de Jornalismo da UnB **Fonte:** Elaboração própria.

Os respondentes acreditam que o curso deve priorizar mais o ensino de graduação (75% de avaliação positiva) do que a pós-graduação (mais de 40%). É possível que o aprendizado

na graduação se coloque como parte da experiência imediata dos alunos – que ainda cursam a faculdade – e que cumpre os objetivos de formação e preparação para o mercado de trabalho. Já a pós-graduação aparece dissociada do processo de ensino, apesar das orientações do Ministério da Educação pela integração das duas instâncias na formação de quadros nas universidades. Esse deslocamento entre graduação e pós-graduação é reforçado pelo fato de que 70% dos respondentes consideram relevante a produção e publicação de pesquisas acadêmicas e científicas na faculdade – o que, infere-se, pode ser realizado em outras instâncias sem ser uma atribuição exclusiva da pós-graduação.

Observamos uma dualidade na perspectiva dos respondentes no que se refere ao papel da universidade no processo de ensino, que oscila entre uma formação humanística e uma preparação para o mercado de trabalho.

O fato de os alunos associarem a formação acadêmica a uma experiência mais intelectual explica os altos índices de valoração positiva dos itens “construir” (89,1%) e “transmitir” (92,4%) novos conhecimentos. Igualmente, a questão que aponta a importância de “desenvolver o pensamento reflexivo e crítico entre os futuros jornalistas” foi avaliada positivamente por 90% dos respondentes.

A mesma valoração positiva se repete, com uma avaliação um pouco menor, nas questões relativas ao domínio das técnicas profissionais (70,6%) e a criação de condições para o exercício da prática jornalística no contexto real (87,4%).

O curioso, nesse caso, é que, embora haja uma concordância em termos do que deva ser ensinado (um misto entre conhecimento humanista e competências profissionais), as repostas sobre a ênfase na formação teórica (66%) ou prática (51,2%) aparecem com avaliações inferiores aos demais itens correlatos. É possível interpretar essa aparente incongruência como uma recusa relativa dos respondentes em reforçar a dicotomia entre teoria/prática na formação. Existe a possibilidade de que os respondentes recorram a um discurso que busque conciliar (ou mascarar) essa dualidade, reforçando outras modalidades de formação – algumas delas citadas anteriormente – que se apresentem como alternativas a esse debate. Por exemplo: a socialização de trabalhos científicos (73,1%) e a explicação de fenômenos sociais por meio da análise (79,8%) receberam uma valoração bastante positiva dos alunos. Tais itens podem ser considerados como modalidades de apropriação da teoria e da prática na formação do jornalista.

Os respondentes também avaliaram a importância da universidade na preparação para o exercício de outras competências profissionais no campo da comunicação. Nesse sentido, a assertiva “Validar somente o trabalho em meios de comunicação como campo do exercício profissional do jornalista” recebeu uma valoração consideravelmente baixa (10%). Já 82,4% dos respondentes consideram importante/muito importante “Defender o ensino integrado de Jornalismo e da Comunicação no currículo formador do jornalista”.

O interessante, nesse caso, é que existe uma distinção, na opinião dos alunos, entre receber um preparo que permita atuar em um campo de trabalho distinto do jornalismo (ou seja, ter acesso ao mercado laboral) e ter esse campo definido como parte das atribuições que marcam a identidade do jornalista. De fato, as respostas evidenciam uma dualidade na opinião dos respondentes em torno de uma formação que postulasse uma validação conceitual da comunicação corporativa/organizacional como um campo próprio do jornalista (46,2%); ou diferenciação do lugar específico e distinto do jornalista na comunicação social (47,9%).

O papel social do jornalista

Na questão relativa aos papéis sociais, os respondentes foram solicitados a avaliar uma lista de atividades que os meios de comunicação fazem ou tentam fazer diariamente. Os itens fazem referência aos principais papéis assumidos pelos jornalistas face ao público e à sociedade.

As respostas que destacaram o jornalismo cidadão e o jornalismo “cão de guarda” (*watchdog*) tiveram as maiores avaliações positivas, seguindo, aliás, a constatação feita por Mellado *et al.* (2013) que utilizou o mesmo instrumento para avaliar como os papéis sociais eram articulados pelos estudantes brasileiros em comparação com respondentes de outros países.

No caso do jornalismo como promotor da cidadania, todos os itens receberam uma avaliação positiva superior a 70%. A resposta “Desenvolver o interesse intelectual e cultural do público”, aliás, foi a mais bem avaliada de toda a questão: 90,7% consideram essa atividade importante ou muito importante e

9,2% atribuíram alguma importância a essa atividade. Em seguida, vieram os itens: “Dar aos cidadãos informação pertinente para tomar decisões políticas” (85,7% de avaliação positiva), “Promover transformações sociais” (80,7%), “Motivar as pessoas para participar de atividades cidadãs e discussão política” (79%), “Educar as pessoas sobre temas polêmicos e complexos” (73,1%) e “Atuar como vigilante da cidadania” (70,6%).

Já na avaliação do papel de *watchdog*, a opinião dos respondentes pode ser verificada pela valoração positiva dos itens “Atuar como fiscal do governo” (78,9%), “Atuar como fiscal dos partidos políticos” (56,3%) e “Atuar como fiscal das elites econômicas” (55,5%). E também pela rejeição ao conjunto de respostas que associaram o jornalismo à promoção de atores políticos e econômicos, como “Oferecer uma imagem positiva dos líderes políticos” (somente 18,4% de avaliação positiva), “Evidenciar os benefícios gerados pelo modelo econômico atual” (15,9%) e “Oferecer uma imagem positiva dos líderes econômicos” (4,2%, a menor avaliação de toda a questão).

O fato de grande parte dos respondentes se identificar com os papéis de promoção da cidadania (*citizen oriented role*) e de *watchdog* encontra explicações no cenário da pesquisa. Já existe uma tradição de prática do jornalismo político em Brasília, cidade que concentra a maior parte da cobertura nacional sobre política, política econômica e políticas públicas. Isso se reflete no próprio mercado laboral e nas carreiras jornalísticas: comparativamente existem mais possibilidades de atuação nessas áreas do que em outras cidades brasileiras (LE CAM, PEREIRA, 2012). Por outro lado, no contexto imediato da habilitação de jornalismo da Faculdade de Comunicação, está solidamente enraizada uma tradição de perspectiva cidadã, como assinala Marco Antônio Dias (2011), hoje distribuída em diversos projetos de pesquisa e extensão, como as atividades do *Projeto SOS Imprensa e Comunicação Comunitária*. Sem querer pressupor uma relação direta, é possível assinalar que este enraizamento de perspectiva cidadã é transversal à formação dos estudantes, chegando a conformar um dos eixos curriculares da referida Faculdade (Eixo Cidadania).

Em um contexto mais amplo, eventos da história política recente do Brasil (a atuação dos jornalistas na ditadura e na cobertura de escândalos políticos, como o *impeachment* de Collor de Mello) podem ter contribuído para reforçar junto

aos estudantes uma imagem positiva do jornalismo investigativo, responsável pela fiscalização do poder, que passa a ser considerada uma prática nobre dentre os profissionais (NASCIMENTO, 2010). A grande rejeição às atividades de promoção dos atores políticos reforça a tese defendida por Guazina (2011) de que a subcultura jornalística teria se constituído a partir de uma relação de oposição com a cultura política e seus atores, sobretudo no que se refere à cobertura de escândalos. Assim, é possível que os entrevistados tenham interiorizado/antecipado aspectos da cultura profissional dos jornalistas.

Outros itens analisados associaram os jornalistas aos seguintes papéis: informante imparcial (62,2%), produtor de informações de entretenimento e lazer (42,8%) ou de um conteúdo atrativo do ponto de vista da audiência (12,6%). Os itens relacionados a essas dimensões apresentaram uma avaliação relativamente menor por parte dos respondentes. Infelizmente, não será possível analisá-los em profundidade nesta seção.

A imagem dos jornalistas

Duas questões abordam a forma como os estudantes percebem a imagem dos jornalistas. A primeira tratou da relação entre o local de exercício do jornalismo e noções como prestígio e desenvolvimento da carreira (Tabela 02). A segunda aborda as representações sobre a identidade profissional a partir das relações entre a prática jornalística e atividades concorrentes: comunicação empresarial/organizacional, produção de conteúdo de entretenimento e trabalho como pesquisador/docente (Tabela 03).

Item	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Não concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	N.R.
No Brasil, os jornalistas são profissionais respeitados	9,2%	34,5%	31,1%	24,4%		0,8%
Trabalhar como jornalista na capital do país garante mais possibilidades de desenvolvimento profissional	3,4%	23,5%	30,3%	39,5%	3,4%	
Trabalhar como jornalista em grandes centros garante mais possibilidades de desenvolvimento profissional	0,8%	3,4%	16,8%	64,7%	14,3%	
Trabalhar como jornalista na capital do país garante maior prestígio	0,8%	11,8%	22,7%	56,3%	8,4%	
Trabalhar como jornalista em grandes centros garante maior prestígio	0,8%	13,4%	21%	56,3%	8,4%	
Trabalhar como jornalista em capitais e em grandes centros é fazer melhor jornalismo	40,3%	48,7%	7,6%	3,4%		

Tabela 02: Concordância dos respondentes sobre o prestígio dos jornalistas no Brasil **Fonte:** Elaboração própria.

Item	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Não concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	N.R.
O jornalista que nunca trabalhou em um meio de comunicação perde sua condição de jornalista	18,5	41,2	24,4	12,6	3,4	
O jornalista de redação que muda de trabalho para outro setor da comunicação, como, por exemplo, comunicação corporativa e organizacional, perde sua condição de jornalista.	35,3%	44,5%	10,1%	8,4%	1,7%	
O jornalista recém-formado que faz uma pós-graduação e posteriormente ingressa na academia perde sua condição de jornalista.	30,3%	49,6%	13,4%	5,0%	1,7%	
O sistema de valores dos comunicadores corporativos/ relações públicas é muito diferente daqueles dos jornalistas que atuam em veículos de comunicação.	2,5%	31,9%	27,7%	31,1%	6,7%	
Dentre os veículos, o sistema de valores dos jornalistas que geram informação noticiosa é muito diferente dos jornalistas que produzem informação de variedades ou de entretenimento.	7,6%	35,3%	20,2%	33,6%	2,5%	0,8%
O papel profissional do jornalista de redação e do relações públicas/comunicador corporativo é absolutamente diferente.	5,9%	28,6%	26,1%	35,3%	4,2%	
No interior das redações, o papel profissional do jornalista que gera informação noticiosa é muito diferente do jornalista que produz informação de variedades ou de entretenimento.	6,7%	41,2%	18,5%	28,6%	5,0%	

Tabela 03: Concordância dos respondentes sobre os valores e o estatuto do jornalista e no exercício de diferentes atividades profissionais **Fonte:** Elaboração própria.

Uma pequena parcela de respondentes (24,4%) acredita que, de alguma forma, os jornalistas são profissionais respeitados no Brasil. Trabalhar em Brasília ou em grandes centros garante maior prestígio ao profissional para 64,7% dos respondentes. O que não significa que eles concordem que a atuação nessas localidades é garantia de um melhor jornalismo: apenas 3,4% concordam com essa assertiva. Ainda na opinião dos estudantes, o exercício do jornalismo na capital do país não garantiria melhores possibilidades de desenvolvimento profissional (42,9%), principalmente se comparado às oportunidades oferecidas pelos grandes centros (79%).

A análise da questão que investigou a identidade do jornalista e sua relação com outros estatutos profissionais apresentou dois níveis de discussão. Primeiro, os itens que remetem ao conjunto de competências e práticas que podem ser atribuídas ao domínio dos jornalistas. Ou seja, trata-se da capacidade do jornalista de se apropriar de novas competências e atuar em outros espaços laborais sem perder o seu estatuto de origem. Em um segundo plano estariam as questões que associam a cultura jornalística a outros sistemas de valores que eventualmente se aproximam da identidade profissional dos futuros jornalistas, como comunicação organizacional e entretenimento.

Nossa leitura é de que os respondentes assumem o discurso corporativo que prevê a ampliação das possibilidades de atuação profissional pela incorporação das atividades extra-redação – reforçando a ideia do diploma (e não das práticas) como principal mecanismo de atribuição identitária no jornalismo. Assim, o primeiro item analisado trata da afirmação “o jornalista que nunca trabalhou em um meio de comunicação perde sua condição de jornalista”. A maior parte das respondentes (60%) discorda da assertiva. Apenas 16% acreditam que o estatuto profissional deva estar diretamente associado ao trabalho realizado em um veículo de comunicação.

O nível de concordância dos respondentes é ainda menor nas questões “O jornalista de redação que muda de trabalho para outro setor da comunicação, como, por exemplo, comunicação corporativa e organizacional, perde sua condição de jornalista” (10,1%) e “O jornalista recém-formado que faz uma pós-graduação e posteriormente ingressa na academia perde sua condição de

jornalista” (6,7%). Para os respondentes, o que confere a condição de jornalista é o diploma de Jornalismo e não a prática profissional.

Por outro lado, as questões que buscaram distinguir os valores profissionais de jornalistas e comunicadores receberam um nível de concordância relativamente alto (embora ainda abaixo dos 50%). Assim, 37,8% dos entrevistados concordam que “o sistema de valores dos comunicadores corporativos/relações públicas é muito diferente daqueles dos jornalistas que atuam em veículos de comunicação”; outros 39,5% são favoráveis à assertiva de que jornalistas e relações públicas/comunicadores possuem papéis sociais distintos. Trata-se de um índice de concordância bastante superior, por exemplo, aos 10,1% que declararam acreditar que o jornalista perderia o estatuto profissional se ingressasse nesses setores. Ou seja, uma parcela dos respondentes assume a postura de que jornalismo e comunicação são práticas distintas, mas que os jornalistas conseguem manter sua identidade mesmo quando estão atuando em assessorias de imprensa.

Da mesma forma, 36,1% dos respondentes acreditam que “o sistema de valores dos jornalistas que geram informação noticiosa é muito diferente dos jornalistas que produzem informações de variedades ou de entretenimento”; e 36,6% afirmam que os dois profissionais exercem papéis distintos no interior de uma redação.

Tais resultados reforçam conclusões de estudos semelhantes (FRITH, MEECH, 2007; PEREIRA, 2012) que apontam para o fato de que o trabalho em assessorias de comunicação é considerado uma opção viável do ponto de vista das carreiras jornalísticas mesmo havendo divergências dos valores profissionais. Isto também reflete o enxugamento do mercado de trabalho em Brasília e ampliação do mercado de assessorias de comunicação, espaço que os respondentes acreditam também poder atuar.

Ética profissional e cobertura dos fatos

O último conjunto de questões aborda a forma como os estudantes definem o estatuto epistemológico da prática jornalística e delimitam um conjunto de normas de conduta necessárias à cobertura dos fatos. Em primeiro lugar, os

respondentes se manifestaram sobre a possibilidade de uma cobertura objetiva dos fatos. Nesse caso, a taxa de concordância em relação aos itens que tratam desse tema foi baixa: 14,3% concordaram com a assertiva “Creio que os fatos falam por si mesmos”; 22,7% partilham a crença de que “os jornalistas podem descrever a realidade como ela é”.

Os respondentes se mostraram divididos sobre a possibilidade de uma cobertura imparcial ou equilibrada dos fatos. Os itens que reforçam esse tipo de conduta tiveram uma valoração maior que a anterior: 47,9% afirmaram manter “a imparcialidade e neutralidade quando houver posições em conflito”; e, 42,7% concordaram com a assertiva “Não deixarei que minhas próprias crenças e convicções influenciem meu trabalho”.

Os estudantes parecem manifestar uma posição ambígua em relação à noção de objetividade. Recusam o conceito, incorporando o debate acadêmico que tende a criticar a possibilidade epistemológica de uma cobertura objetiva dos fatos. Uma parte deles ainda acredita ser possível se manter imparcial diante dos fatos. E uma proporção muito baixa (10,9%) concorda com a possibilidade de se posicionar durante a cobertura de um tema, mesmo se um dos lados envolvidos na disputa tivesse razão. A questão do uso de fontes como forma de sustentar uma cobertura aparece difusa: se, por um lado, a grande maioria (87,4%) assegura que fará “afirmações somente quando estiverem sustentadas por fortes evidências e fontes confiáveis”; quase metade dos respondentes (49,6%) concorda com a assertiva “Construirei meus juízos de valor a partir da razão e análise crítica, mais do que a partir de evidências empíricas”.

Tais contradições reaparecem nos itens que fazem referência aos comportamentos éticos que deveriam ser partilhados pelo grupo profissional. 80,7% creem na existência de princípios éticos que precisam ser seguidos por todos os jornalistas independentemente da situação ou do contexto; e apenas 11,7% concordam com a possibilidade de os jornalistas seguirem seus próprios códigos de conduta. No entanto, os estudantes se dividem nas assertivas que sugerem a possibilidade de relativizar alguns preceitos éticos. Menos da metade (46,2%) concorda que métodos questionáveis de apuração deveriam ser evitados, independente da situação e do contexto. Outros 46,2% concordam com

a assertiva: “O que pode ser considerado ético em jornalismo varia de acordo com a situação”.

Discussão

A universidade se apresenta como um espaço de encontro entre diferentes culturas – a acadêmica, a profissional, a política, etc. – o que evidencia as possibilidades múltiplas de representação do jornalismo e do jornalista pelos estudantes. A dualidade inerente aos cursos de jornalismo reside na sua dupla apreensão enquanto um espaço de produção de conhecimento e de reflexão e um momento de preparação para a vida profissional (DELANO, 2008; MARQUES DE MELO, 2004). Essa dualidade tem sido traduzida por meio de críticas contra o que alguns consideram ser um excessivo academicismo dos cursos superiores ou pelo fato de a formação apenas reproduzir as expectativas do mercado de trabalho. Tais críticas reforçam a tensão entre a cultura acadêmica e profissional.

Os resultados preliminares desta pesquisa, contudo, indicam que essas relações de confronto nem sempre são reproduzidas pelos alunos de jornalismo, considerando-se os dados coletados nesta amostra. Revelam que eles possuem expectativas distintas em relação à formação acadêmica – e que vão além da visão dicotômica de universidade enquanto espaço de reprodução ou de crítica ao mercado de trabalho. Isso não significa eliminar simplesmente essa tensão, que também está presente nas respostas. Trata-se, na verdade, de mensurar os limites de incorporação desse discurso pelos estudantes de jornalismo, cuja reprodução muitas vezes é atribuída à própria universidade. E, complementarmente, verifica-se a necessidade de deslocar nosso olhar para as diferentes leituras feitas pelos alunos sobre o papel da universidade durante o período de formação.

A ambiguidade observada em algumas respostas remete à busca de conciliação entre duas culturas diferentes. Isso explicaria a valorização, durante a formação universitária, das dimensões técnica e intelectual do jornalismo, vistas como complementares. Da mesma forma, a percepção dos respondentes sobre a ética jornalística parece oscilar entre a crítica acadêmica do paradigma da objetividade e o discurso do profissionalismo, que defende a possibilidade

de uma cobertura equilibrada dos acontecimentos. Tais imprecisões mostram que os dois discursos podem ser apropriados pelos estudantes para preencherem eventuais lacunas que emergem na construção de sua ideologia profissional.

Os estudantes parecem resistir aos processos de precarização do estatuto dos jornalistas e aos discursos sobre a crise da profissão e a emergência de um modelo de jornalismo de mercado (ADGHIRNI, 2005). Embora, a maioria dos respondentes discorde da ideia de que o jornalismo seria uma profissão respeitada no Brasil, mantêm-se a crença nas mitologias profissão e nas dimensões heroicas do jornalista, como os modelos cidadão e *watchdog*.

Esses resultados revelam uma visão idealizada da profissão, partilhada pelos estudantes, justamente porque remete a traços comuns aos dois mundos: até certo ponto, jornalistas e acadêmicos adotam um discurso que reforça a prática de um jornalismo crítico e de qualidade. Tais inferências, contudo, dependem de uma melhor compreensão das dinâmicas de apropriação dessas visões pelos estudantes.

O resultado de uma ênfase maior (81,5%) dos respondentes associarem o trabalho jornalístico às necessidades do público/sociedade dever ser ponderado com o estudo apresentado por Figaro, Nonato e Grohmann (2013), o qual aponta que, a depender das relações de trabalho, o jornalista profissional pode ir se distanciando do que seria um jornalismo idealizado contraposto aos dilemas do cotidiano.

Também é necessário analisar as condições que explicam a inclusão das atividades de comunicação organizacional e relações públicas como parte da esfera de atuação dos futuros jornalistas. Essa constatação permite desconstruir a hipótese de que o processo de socialização dos jornalistas no mercado de trabalho seria responsável por alterar a percepção desses profissionais sobre o trabalho dos assessores de comunicação (PEREIRA, 2006; PEREIRA, 2011b). Ou seja, seria na convivência cotidiana com os assessores que os jornalistas alterariam sua visão de mundo: do embate inicial entre os dois grupos essas relações evoluiriam para uma colaboração, chegando ao ponto em que os profissionais de redação passariam a considerar comunicação organizacional como parte de suas competências laborais.

Ora, antes mesmo do término do curso superior os estudantes já admitem a possibilidade de um jornalista atuar em assessorias de comunicação sem perder o estatuto profissional. Essa constatação talvez possa ser atribuída às características do mercado de trabalho local. Afinal, trata-se de Brasília, cidade que concentra uma parte considerável do setor governamental. Nesse caso, a comunicação organizacional ofereceria aos futuros egressos um número de postos de trabalho muito superior ao das redações jornalísticas, cenário que estaria sendo antecipado pelos próprios estudantes e, provavelmente, problematizado nas salas de aula da universidade. Existe ainda a possibilidade de que os alunos da UnB tenham uma percepção distinta do restante do país sobre as possibilidades oferecidas pela carreira de assessores de imprensa. Este raciocínio recebe suporte quando comparamos os dados dos respondentes da UnB e perante os respondentes da amostra nacional. Enquanto 46,6% dos estudantes da UnB concordam em reconhecer a área de relações públicas/comunicação organizacional como parte do campo do jornalismo, somente 22,9% da amostragem nacional concordam com esta afirmativa.

Outra possível explicação residiria nas interações que os estudantes estabeleceriam durante sua passagem pela universidade. Por exemplo: com professores da Faculdade que trabalham com e na área de comunicação organizacional; ou com familiares e colegas que já trabalham nessa área, assim como com outros cenários de representação social do que seja a profissão de jornalismo e sua relação com o campo da comunicação organizacional. Outra hipótese que merece ser investigada no campo de estudos da formação profissional é a forma como as experiências pré-profissionais dos entrevistados, sobretudo os estágios em assessorias de comunicação, delimitariam tais visões de mundo.

Dados coletados pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial/ Aberje, no ano de 2012, demonstram que a maior parte dos profissionais que atuam em comunicação organizacional no Brasil é composta por formados em cursos de Jornalismo (ABERJE, 2013). Isto demonstra que a expectativa dos estudantes de jornalismo em atuarem na comunicação organizacional está em sintonia com o real quadro do mercado de trabalho, o qual absorve jornalistas na comunicação corporativa, como atesta a pesquisa Aberje (2013).

Ao se manifestarem a favor do trabalho em atividades extra-redação (comunicação organizacional, entretenimento e docência), os estudantes parecem reproduzir as dinâmicas de conquista e conservação de um novo território profissional no jornalismo. Esse processo se insere em um duplo movimento – amplamente descrito por Ruellan (1993; 2004) – em que o jornalista se apropria de um novo conjunto de competências ao mesmo tempo em que mantém o discurso essencialista em torno de uma suposta “pureza” da identidade e das práticas profissionais. De fato, os respondentes acreditam que a universidade deva prepará-los para atuar em outros setores, mas são reticentes quanto à ideia de que a academia deva validar conceitualmente esses espaços. Acreditam que o jornalista mantém sua identidade mesmo quando trabalha em setores extra-redação, mas se dividem ao avaliarem as possíveis coincidências entre os valores e o papel social desempenhado pelos profissionais das diferentes áreas da comunicação.

Algumas conclusões

Este artigo analisou os valores e a cultura profissional partilhada pelos estudantes de Jornalismo da Universidade de Brasília. Optou-se por uma noção compreensiva da cultura enquanto sistema de convenções que permite estabelecer as condições de cooperação entre atores envolvidos em atividades coletivas (como instituições ou mundos sociais). Entende-se que a cultura jornalística se estabelece em um diálogo com outras culturas: acadêmica, política, gerencial, tecnológica, etc. Ela é reapropriada e renegociada em diferentes espaços e momentos – e é dentro dessa lógica que situamos a fase de formação profissional na universidade.

As conclusões deste estudo, ainda que preliminares, mostram em que medida a formação universitária antecipa e reproduz aspectos da cultura profissional, funcionando como instância de socialização dos futuros jornalistas. Ao mesmo tempo, a universidade é um espaço de crítica, reflexão e transformação dessas práticas. É ainda um ponto de encontro entre diferentes mundos sociais. Ao relatarem suas percepções, os estudantes buscam justamente descobrir como

conciliar diferentes discursos e experiências em uma identidade e em um sistema de valores que se mostre coerente.

Acredita-se que esta pesquisa deva ser integrada a um estudo mais abrangente sobre a socialização e as carreiras profissionais no jornalismo, com o objetivo de compreender as dinâmicas de mudança e conservação da identidade dos jornalistas em uma perspectiva de longo prazo. Do ponto de vista do *Journalism Student Project*, este trabalho permite problematizar as relações entre a possível existência de uma cultura jornalística nacional (e global) e o papel das especificidades locais/regionais na construção de sistema de valores distintos.

Referências

- ABERJE. (2013). Perfil do profissional de comunicação corporativa no Brasil. Nassar, Paulo (coord.). São Paulo.
- Adghirmi, Zélia Leal. (2005). O Jornalista: do mito ao mercado. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. 2, pp. 45-57.
- Becker, Howard. S. (1999). *Propos sur l'Art*. Paris: l'Harmatan.
- Delano, Anthony. (2008). Different horses, different courses. *British Journalism Review*, vol. 19, n. 4, pp. 68-74.
- Dias, Marco Antônio R. (2011). Prefácio. In D. O. Moura et. all. (Orgs.), *Comunicação e Cidadania: conceitos e processos* (pp. XI-XV). Brasília: Editora Francis.
- Fíguro, Roseli; Nonato, Claudia; & Grohmann, R (2013). As mudanças no mundo do trabalho do jornalista. São Paulo: Atlas.
- Frith, Simon & Meech, Peter. (2007). Becoming a journalist. *Journalist education and journalism culture*. *Journalism*, 8(2), pp. 137-163.

- Guazina, Liziane Soares (2011). *Jornalismo em busca da credibilidade: a cobertura adversária do Jornal Nacional no Escândalo do Mensalão* (Tese de Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.
- Hughes, Everett. (1960). The Professions in Society. *The Canadian Journal of Economics and Political Science / Revue Canadienne d'Economie et de Science Politique*, 26(1), pp. 56-61.
- Le Cam, Florence & Pereira, Fábio Henrique. (2012). Understanding French and Brazilian journalists paths. A comparative study of biographic narratives from online journalists, *Book of Abstracts of 1st International Conference on Journalism Studies*, Santiago (Chile).
- Marocco, Beatriz. (2011). Uma via alternativa de reflexão sobre as práticas jornalísticas. *Anais do 1º Colóquio Internacional Mudanças Estruturais do Jornalismo – Mejor*, pp. 88-96. Brasília: PPG-UnB. Disponível em: <http://florlecam.com/slj/wp-content/uploads/2011/08/MEJOR-Actes.pdf>. Acesso em: 08 jul. 2014.
- Marques de Melo, José. (2004). Os primórdios do ensino de jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 1(2), pp. 73-83.
- Mellado, Claudia; Hanusch, Folker; Humanes, María Luisa; Roses, Sergio; Pereira, Fabio; Yez, Lyuba; De León, Salvador; Márquez, Mireya; Subervi, rederico and Wyss, Vinzenz. (2013). The pre-socialization of future journalists. *Journalism Studies*, 14(6): pp. 857-874
- Mick, Jacques & Lima, Samuel Pantoja (Orgs.) (2013). Perfil do jornalista brasileiro. Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular.

- Moreira, Sônia Virgínia. (2011). *Mundos do jornalismo. Uma pesquisa colaborativa internacional em rede*. Anais do 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Associação Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Rio de Janeiro: SBPJor. Disponível em: http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/9encontro/CC_66.pdf. Acesso em: 05 dez 2014.
- Nascimento, Solano S. (2010). *Os Novos Escribas*. Porto Alegre: Arquipélago.
- Pereira, Fábio Henrique. (2006). As relações entre jornalistas e assessores de imprensa na Presidência da República: disputa ou cooperação ?; *Comunicação & Política*, 24(1), pp. 41-56.
- Pereira, Fábio Henrique. (2011). *Jornalistas-intelectuais no Brasil*. São Paulo: Summus.
- Pereira, Fábio Henrique. (2012). Possibilidades de aplicação do conceito de carreiras profissionais nos estudos sobre jornalismo. In F. H. Pereira; D. O. Moura & Z. L. Adghirni (Orgs.), *Jornalismo e Sociedade: Teorias e metodologias* (pp. 81-98). Florianópolis: Insular.
- Pereira, Fábio Henrique; Moura, Dione Oliveira; Lima, Ana Paula & Pires, Karoline Marques. (2013). Journalism students profile and their perceptions of journalism education in Brazil: a comparative analysis of local and national scenarios. Anais 3rd World Journalism Congress (WJEC-3). Mechelen (Bélgica): WJEC. Disponível em: <http://wjec.be/wp/wp-content/uploads/Pereira-F.-Moura-D.-Lima-A.-Pires-K.pdf>. Acesso em: 05 dez 2014.
- Petrarca, Fernanda Rio. (2008). Carreira militante, inserção profissional e exercício do jornalismo no Rio Grande do Sul. *Política e sociedade*, 13, pp. 311-329.

Renault, David. (2012). O jornalismo sem diploma e o mercado de trabalho. In F. H. Pereira; D. O. Moura & Z. L. Adghirni (Orgs.), *Jornalismo e Sociedade: Teorias e metodologias* (pp. 99-119). Florianópolis: Insular.

Ruellan, Denis. (1993). *Le Professionnalisme du Flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*. Grenoble: PUG.

Ruellan, Denis. (2004). A roupa justa do jornalista: O estatuto profissional à prova da jurisprudência. *Anais do 13º Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação- Compós*. São Bernardo: Compós. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_663.pdf. Acesso em: 08 jul. 2014.

Endnotes

1 Esta pesquisa contou com o financiamento do Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação da UnB.

2 A íntegra do voto se encontra disponível em: http://media.folha.uol.com.br/brasil/2009/06/17/diploma_jornalismo.pdf

3 “A habilitação Jornalismo tem 186 créditos, sendo 52 obrigatórios ambientais, 78 obrigatórios específicos e 56 optativos e de módulo livre”,c.f. http://www.fac.unb.br/site/index.php?option=com_content&view=section&id=7&Itemid=71. Acesso em 07/08/2012.

4 Para mais detalhes sobre análise comparativa entre os respondentes da UnB e da amostragem nacional, o que não é o objeto do presente artigo, ver: Pereira et. al. (2013).

┌

|

└

—

—

└

|

┌