

Análise do Discurso Jornalístico na Internet: Um Estudo de Caso¹

Gutembergson Martins FEITOSA²
Amanda de Cássia Campos Reis Bezerra Filgueira³
Universidade Estadual do Piauí, Picos, PI

RESUMO

O artigo requer reflexões a respeito da matéria publicada por um jornalista em um *site* intitulada “UESPI faz concurso para professor efetivo de comunicação em Picos com cartas marcadas” nas pesquisas, sobretudo analisando o termo em destaque, foi utilizada a análise do discurso no discorrer da matéria citada pelo autor. Sob o ponto de vista da AD, tem como base escritores como Orlandi, Chauí, Foucault, código de ética do jornalista entre outros. No segundo tópico, será abordada a análise da matéria em si, com citações embasadas em vários autores. Tem como principal objetivo mostrar um estudo de caso sobre o jornal eletrônico nos mostra uma consciência crítica de uma comunidade. O assunto tratado, obrigatoriamente, tem que ser do interesse do público, incluindo análises sobre fatos. O trabalho é de fácil compreensão e não omite as informações publicadas pelo autor.

Palavras - Chave: Discurso; UESPI; Jornal; Matéria.

1. Introdução

O presente artigo requer reflexões a respeito da matéria publicada por um renomado jornalista em um *site*, intitulada “UESPI faz concurso para professor efetivo de comunicação em Picos com cartas marcadas” O trabalho tem como objetivo analisar uma publicação feita em usando a análise do discurso, abreviadamente AD.

O jornal eletrônico é responsável por formar uma consciência crítica de uma comunidade em determinado espaço de tempo. Tudo o que se é publicado pode rapidamente tomar proporções drásticas. Os assuntos tratados obrigatoriamente têm que ser do interesse do público, já más assuntos particulares, deve incluir informações e análises sobre fatos variados, revelando ocorrências do passado recente ou remoto e projetando o

¹Trabalho apresentado no DT 1 – GP Teorias do Jornalismo, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Licenciatura Plena em Letras Português da UESPI, email: berg.legal@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de comunicação Social da UESPI, email: amandacassiacampos@yahoo.com.br

futuro e as consequências, nunca acarretados por opiniões pessoais. O segundo parágrafo do Código de Ética do Jornalista obriga esse profissional a submeter às diretrizes contrárias a precisa apuração dos acontecimentos, para que se dê a correta divulgação da informação (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007).

O trabalho encerra com a análise dos fatos ocorridos na matéria ,abordagem que pretende estudar as relações entre processos ético-morais entre escritor e leitor. A comunicação deve levar em conta os meios de comunicação de massa, principalmente tratando de jornal eletrônico, e seus modos de difusão e apropriação crítica das mensagens inseridas em seu contexto. Tal artigo deve considerar também os modos como os indivíduos buscam entendimento e solução para as questões morais que suscitam não só reflexões ligadas ao autor e sim no real sentido da matéria auto-entendimento dos seus interlocutores pois a partir deles são divulgados como fatos verídicos ou não, a partir deles, almejam formas de negociações capazes de garantir a credibilidade de um jornal.

Na realidade da sociedade atual, o que é lançado na rede se torna algo indubitável e a busca pela verdade acaba ficando apenas em diálogos, debates e pela consideração dos pontos de vista de poucos que importam-se com ela. Todos colocam-se como passivos e nunca questionam estes que se dizem donos da verdade, pois revelam as dificuldades de conectar e não terem a oportunidade de se expressarem. Muitas vezes são até censurados em comentários feitos em determinados *sites*. Em questões de ética e natureza subjetiva, é importante saber que todos tem o direito a informação, e as demandas morais que dizem respeito a como nos portar diante de matérias publicadas e digerir sem ao menos buscar as fontes de onde foi produzido, nos mostram o quanto a sociedade esta regredindo no diz respeito ao jornal ético. Hoje infelizmente a maioria dos grandes redatores estão preocupados em reconhecimento social. Com isto, as inter-relações entre ética, moral e comunicação acabam sendo esquecidas e deixado de ser examinadas e aceitas como verdade.

2. Fundamentação teórica

O discurso é uma dispersão de textos e sujeitos, as diferentes posições do sujeito correspondem a diversas formações discursivas. A constituição destes já citados do ponto de vista da ideologia não é homogenia pois podemos encontrar enunciados de diversos discursos, em outras palavras não existe um discurso adâmico, isto dá (ORLANDI, 2007)

Com isto o discurso não tem como principal objetivo funcional representar fielmente a realidade, mais sim garantir que ela permaneça representada nele, sem erros, contradições e outros. Habermas nos diz:

A teoria do discurso introduz a distinção entre questões éticas e morais de maneira que a lógica das questões relativas à justiça passem a exigir a dinâmica de uma ampliação progressiva do horizonte de interpretação. A partir do horizonte de suas respectivas auto-compreensões e compreensões de mundo, as diversas partes em diálogo referem-se a um ponto de vista moral pretensamente partilhado, que induz a uma descentralização sempre crescente das diversas perspectivas, sob as condições simétricas do discurso (e do aprender com o outro) (HABERMAS, 2004, p.316).

O que na verdade acontece na formação discursiva é o projeto do sujeito se convertendo em autor, assim assumindo o papel de dono da verdade. O discurso é composto de vários fatores dentre eles a dimensão, que se apresenta através do sujeito, a interpretação que é absorvida pelo interlocutor e a aparência de unidade que esta dispersão toma. A seguir uma exemplificação da ideologia e dispersão do discurso.

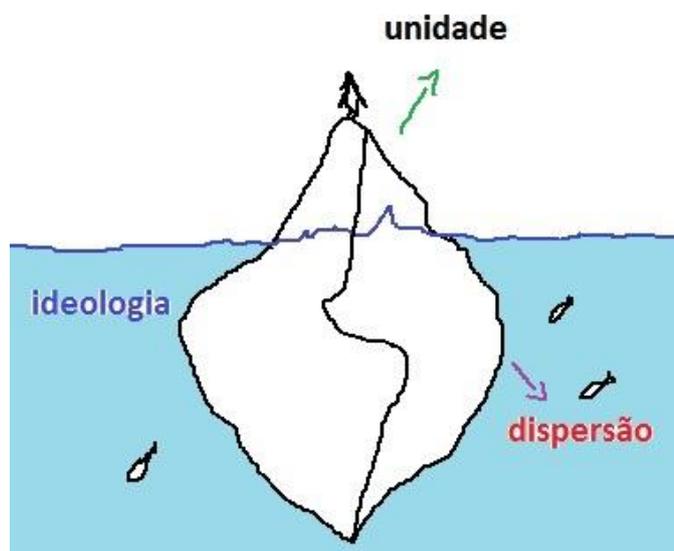


Figura 01 - Representação ilustrativa conceito de ideologia
Fonte - Feita para o presente trabalho com dados fornecidos por Orlandi (1988)

Podemos tomar como exemplo uma linguagem figurada do *Iceberg*, esta unidade seria a ponta e a dispersão o conteúdo que a unidade proporciona, ou seja, o que está encoberto no oceano da ideologia. Desta forma podemos observar os efeitos produzidos pela unidade, segundo (CHAUÍ) “A ideologia é um saber cheio de “lacunas” ou de silêncios que “nunca” poderão ser preenchidos, porque, se o forem, a ideologia se desfaz por dentro;

ela tira sua coerência justamente do fato de só pensar e só dizer as coisas pela metade e nunca até o fim”. (Chauí, 1984, p. 23).

Os efeitos da ideologia produzem aparências a unidade do sujeito e nos da evidências que estão submersas neste mar ideológico. Ou seja cada um tem sua ideia, e nunca deve-se instigar ou persuadir alguém a aceitar outros ideais, pois cada individuo tem seu espaço e sua ideologia, reafirma Chauí (1985, p. 25).

A ideologia é então um conjunto lógico, sistemático e corrente de idéias [...] valores, normas e regras que indicam e prescrevem aos membros de uma sociedade o que pensar, o que dever fazer e como dever fazer, o que sentir e como sentir. [...] Ela é um conjunto explicativos e pratico de caráter normativo, prescrito, regulador e controlador, cuja função é dar aos membros de uma sociedade dividida em classes uma explicação racional e convincente para as desigualdades sociais, políticas e culturais, jamais atribuindo a origem destas desigualdades á divisão de classes, á exploração e á dominação.

Veze que o jornal eletrônico tornou-se uma fonte privilegiada para dar acesso imediato às notícias, este aparece como instrumento de trabalho. Não como instrumento de manipulação ou algo alienativo. Em se tratando de uma matéria publicada em um site, é preciso considerar seu comportamento e o conjunto de valores que atuam como forma da identidade de quem a publicou.

Tudo isso implica no tipo de linguagem por eles usada como linguagem alienativa, distorcendo a verdade dos fatos. Fatores como esses são frequentemente encontrados em *sites* de notícias, pois a oralidade é transcrita, muitas vezes, de forma integral, não abordando o real sentido da notícia.

Nas pesquisas em Ciência da Informação, sobretudo quando analisada do ponto de vista de como a história foi citada pelo autor com base no Código de Ética do Jornalista (FEDERACAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007) que diz: “Art. 4º O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação.”

O acontecido na matéria já citada implica o sentido de memória discursiva, lembrando-nos de que todo discurso já foi dito. A escolha de um jornal eletrônico como objeto de estudo se justifica por entendermos, que de acordo com Mariani (2003, p. 41):

[...] a imprensa fundamentalmente como instrumento de manipulação de interesses e de intervenção na vida social”. Portanto, a memória é revisitada não só nos dados de natureza econômica ou demográfica, mas nas análises dos aspectos da vida social, histórica e política da humanidade. A memória não é apenas o espaço da reprodução homogênea de determinados sentidos produzidos por formações discursivas hegemônicas em um dado período, mas, por outro lado, ocorre um ‘silenciamento’ temporário dos sentidos excluídos. A memória é constituída por faltas, lacunas que são repletas de historicidade.

Deixando claro que segundo Bordenave (1996) A comunicação é o canal pelo qual os padrões de vida e de sua cultura foram-lhe transmitidos, a comunicação é muito mais que os meios de comunicação social, estes meios são tão poderosos e importantes na nossa vida atual. E sua quantidade de atos comunicativos vai desde um simples ato a chegar a loucura. Pois é necessidade do ser humano se comunicar.

Assim, podemos compreender o valor de uma informação, e o porquê de algumas informações serem mal redigidas em publicações dos jornais eletrônicos para a sociedade picoense. É por meio do estilo que se presumirá a compreensão responsiva ativa do enunciado. O estilo do enunciado depende do discurso do outro e é determinado de acordo com a imagem que o enunciador tem do interlocutor, como na escolha dos recursos linguísticos e, no caso do discurso midiático, no emprego de cores e na veiculação de anúncios publicitários, tudo é feito de maneira a ser visto pela sociedade como informação e não para benefício próprio.

Tendo adquirido uma saber a partir de uma certa perspectiva, cada um dos sujeitos atribui a seu conhecimento a marca da certeza e confere ao outro a qualificação de equívoco, ou seja, cada um dos sujeitos considera seu saber como saber e o outro como não saber. Isso leva a polêmica, a uma confrontação, em que cada um dos sujeitos, em que cada um pretende impor ao outro o seu ponto de vista, em que cada um tenciona fazer o outro desqualificar o saber que havia adquirido anteriormente e aceitar o ponto de vista alheio como verdade.[...] O termo /parcialidade/ é o elemento semântico que, no texto, é considerado disfórico, enquanto a /totalidade/ é vista como eufórica, ou seja, o primeiro tem valor negativo, enquanto o segundo tem um valor positivo. (FIORIM, 2001, p. 16-17)

Para Foucault apud Cardoso (2003, p.22), o discurso que passa por verdadeiro e que veicula saber (saber institucional) é gerador de poder. A formação desse discurso gerador de poder é controlada, selecionada, organizada e distribuída por certos procedimentos que têm por função eliminar toda e qualquer ameaça à permanência desse poder:

[...] concebe ainda o discurso como um jogo estratégico de ação e reação, de pergunta e resposta, de dominação e esquiva, e também de luta” o espaço em que o saber e o poder se articulam, por quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito reconhecido institucionalmente. (FOUCAULT apud CARDOSO 2003, p.22).

Sabemos que todos têm o direito de “expressão”, mas no momento que este direito é corrompido, quando a imparcialidade é deixada de lado, e utiliza-se da credibilidade do veículo de informação, vira uma matéria opinativa. As pessoas aproveitam-se da essência do jornalismo de transparência e busca pela imparcialidade (utópica) para persuadir o leitor. O artigo a ser analisado, mascarado de imparcialidade, está carregado de interesse.

3. A reportagem - Fatos que remetem ao DITO e o NÃO DITO

A análise e averiguação dos fatos nos dão a verdadeira interpretação da matéria publicada por um renomado jornalista em um *site*, intitulada “UESPI faz concurso para professor efetivo de comunicação em Picos com cartas marcadas”. Antes do ocorrido havia vagas para o curso de Relações Públicas na UESPI, Campus Barros Araújo, depois do ocorrido foi decidido pela Coordenação de Jornalismo que as vagas iriam ser mudadas, para não implicar em futuros problemas, pois como vemos o Jornal eletrônico tem a capacidade de Influenciar a opinião pública, mesmo se publicado com fatos inverídicos, Re afirma a Coordenação de Jornalismo que o concurso demorou tanto para acontecer que nada poderia por em risco sua realização.

Em ata de reunião do conselho, a única informação que podemos observar que no dia 6 de maio de 2011 o curso de jornalismo havia sido revalidado com duas professoras efetivas. Em reunião foi discutida a uma transferência de uma das professoras efetivas, algo que não prejudicaria o curso, pois não havia vencido o prazo de dois anos e o segundo colocado poderia assumir a vacância. De maneira alguma foi encontrado registro em atas de reuniões do conselho e campus descrevendo questões de vagas de cursos, pois isto cabe ao conselho de Teresina resolver. Em depoimentos a Ex diretora Sorayne Manguiera afirma “Eles apenas pediram as necessidade de cada curso, por não termos conhecimentos nas necessidades das áreas do curso de comunicação, votamos a favor de um professor na área de Relações Publicas”

Como foi citado da matéria do jornalista, o curso de RP é um apêndice do curso de Comunicação Social, isto nos diz que mesmo sendo concursado em RP este professor poderia dar aulas em Comunicação. Em seguida a matéria a ser analisada.

Editoria(s): Destaques, Educação | Em: 13 de setembro de 2011 11:49 | Publicado por: Evandro Alberto

UESPI faz concurso para professor efetivo de Comunicação em Picos com “cartas marcadas”

O escândalo veio a tona no meio da tarde desta segunda-feira (12) com o anúncio das vagas para o mais novo concurso **público** para professor efetivo da instituição

 Print  PDF



UESPI de Picos

Os dez anos do **curso** de Comunicação Social da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus de Picos – que ocorrerá em breve – será marcado por um grande escândalo. A confusão, de “cartas marcadas” foi descoberta minutos depois do lançamento esta semana do mais novo edital para professor efetivo da instituição. O ponto da polêmica é o direcionamento da vaga para professor do curso de Comunicação Social para o campus de Picos. Essa vaga foi direcionada para um seletivo grupo de pessoas, deixando dezenas de possíveis candidatos de fora.

O escândalo veio a tona no meio da tarde desta segunda-feira (12) com o anúncio das vagas para o mais novo concurso público para professor efetivo da instituição. Em todo o Piauí haverá apenas uma **vaga** para professor efetivo de Comunicação Social, no caso para o campus da UESPI de Picos.

O que era para ser um concurso, literalmente público e coletivo, passou a ser escandaloso, mostrando que, pelo menos na área de **Comunicação**, as cartas estão pre-marcadas antes mesmo da divulgação do Edital. Várias pessoas, já nas primeiras horas após a divulgação do Edital prometem entrar na Justiça e anular o concurso.

Toda a confusão do concurso para professor efetivo de Comunicação Social para o campus de Picos ocorreu porque dias antes da divulgação do edital o Conselho de Campus da UESPI picoense, através de solicitação de uma professora do curso de Comunicação Social que tem habilitação em Relações Públicas, pediu para que a exclusividade da vaga fosse para o curso de Relações Públicas. A alegação foi de que não havia professor efetivo da área no campus da cidade.

O escandaloso é que o concurso prevê apenas uma vaga para todo o Piauí (no caso, para o campus de Picos) e essa vaga foi direcionada apenas para um seletivo grupo, no caso formados em relações públicas. No Piauí apenas a UESPI forma profissionais de Relações Públicas, que é um curso-apêndice ao de Jornalismo, da própria UESPI.

De cara, o concurso deixa de fora muitos mestres e doutores, possibilitando apenas um pequeno grupo de pessoas, formados na própria UESPI a fazerem o concurso. Os dois últimos concursos para professor efetivo de Comunicação na UESPI de Picos previam formação em Comunicação Social e não direcionavam a graduação.

O grupo de professores (alguns deles hoje substitutos da própria UESPI) que entrará na Justiça para questionar o direcionamento do concurso alega que a vaga pode ser sim para Relações Públicas, mas não pode haver direcionamento no sentido de prever no edital a vaga apenas para quem é graduado em Relações Públicas, já que na própria UESPI não há formação específica para a área.

A UESPI, através de sua direção, em **Teresina**, alega que a vaga do concurso para Picos foi solicitada pelo próprio campus, ou seja, que se houver alguma responsabilidade, foi dos membros do Conselho de Campus de Picos, que agiram por desconhecimento, ingenuidade ou malicência.

Atualmente o curso de Comunicação Social de Picos só tem uma professora efetiva. A sua segunda professora está em processo de transferência para o curso na capital do estado. Ou seja, com essa vaga do concurso o curso continuará apenas com dois professores, número este que deixa o curso com poucos professores efetivos, já que os efetivos, pela possibilidade que têm de maior tempo e dedicação à instituição, são os que mais têm possibilidade de fazer mais bem ensino, pesquisa e extensão.

A Universidade promete fazer a retificação do edital e corrigir a injustiça.

Figura 02 – Matéria Intitulada “UESPI faz concurso para professor efetivo de comunicação em Picos com cartas marcadas”

Fonte – Site Riachõnet

A matéria foi publicada pelo proprietário do *site*. O jornalista começa falando sobre o iminente alcance de dez anos de funcionamento do curso de Comunicação Social da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus de Picos, que de acordo com ele será marcado por um grande “escândalo”, denominado por “ A confusão de cartas marcadas” . Ele afirma ter descoberto corrupção, minutos depois do lançamento do mais novo edital para professor efetivo da instituição.

Em outra citação, o autor frisa: “O ponto da polêmica é o direcionamento da vaga para professor do curso de Comunicação Social para o campus de Picos. Essa vaga foi direcionada para um seletivo grupo de pessoas, deixando dezenas de possíveis candidatos de fora.” Quem seria este seletivo grupo de pessoas? Será que outras pessoas fora do estado do Piauí não poderiam concorrer a tão polêmico concurso? Este suposto escândalo posto pelo autor não repercutiu em nenhum outro meio de comunicação do estado.

Segundo o Código de Ética do Jornalismo, Art. 7º VI 2007:

Realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, nem utilizar o referido veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas .

O jornalista continua: “O escândalo veio a tona no meio da tarde desta segunda-feira (12) com o anúncio das vagas para o mais novo concurso público para professor efetivo da instituição. Em todo o Piauí haverá apenas uma vaga para professor efetivo de Comunicação Social, no caso para o campus da UESPI de Picos.” Utilizando do termo “escândalo” o jornalista chama a atenção do leitor, não com o objetivo de comunicar e sim denunciar, segundo Vidigal de Carvalho (1995, p.158) define o conceito de comunicação a partir da palavra “comunicar”.

Comunicar significa repartir, dividir, pôr em comum. O homem compreende a si mesmo quando entra em comunhão com os outros e para os outros, pois as relações inter-humanas implicam a alteridade entre os próprios homens. Fora disto fica caracterizada a agressão existencial.

Segundo depoimentos feitos em reuniões do conselho da UESPI, Por ser especializado em Comunicação Educacional pela UEPB - Universidade Estadual da Paraíba (2001) e possuir graduação em Comunicação Social - Jornalismo, pela UEPB (2000), o jornalista sentiu-se prejudicado por não ter habilitação em Relações Públicas e não poder concorrer ao referido concurso. Segundo o Código de Ética do Jornalista, no Art. 11 CEJ 2007, o jornalista não pode divulgar informações visando o interesse pessoal ou buscando vantagem econômica.

“O que era para ser um concurso, literalmente público e coletivo, passou a ser escandaloso, mostrando que, pelo menos na área de Comunicação, as cartas estão pré-marcadas antes mesmo da divulgação do Edital. Várias pessoas, já nas primeiras horas após a divulgação do Edital prometem entrar na Justiça e anular o concurso.” Quem seriam essas pessoas? Será que uma delas não seria o próprio redator do texto? Sobre a defesa ideológica no discurso, Orlandi (2003,p. 42-43) fala que:

As palavras mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam. Elas tiram seu sentido dessa posição, isto é, em relação às formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem [...] as formações discursivas, por sua vez, representam no discurso as formações ideológicas. Desse modo, os sentidos sempre são determinados ideologicamente

Podemos ver claramente a expressão do autor ao afirmar que o concurso era “escandaloso”, neste momento a FI é de persuasão seu principal objetivo e convencer o leitor de que ele é o dono da verdade.

“Toda a confusão do concurso para professor efetivo de Comunicação Social para o campus de Picos ocorreu porque dias antes da divulgação do edital o Conselho de Campus da UESPI de Picos, através de solicitação de uma professora do curso de Comunicação Social que tem habilitação em Relações Públicas, pediu para que a exclusividade da vaga fosse para o curso de Relações Públicas. A alegação foi de que não havia professor efetivo da área no campus da cidade.” Tal confusão foi criada pelo próprio autor do texto.

Segundo fontes da Coordenação de jornalismo, não existe professor efetivo na área de Relações Públicas (RP) da UESPI, com isto existe um índice elevado de desistência na continuação do curso. Na citação, podemos analisar a intensa função ideológica do autor, visando a beneficiar seu próprio “eu”, deixando de lado a realidade da instituição, onde muitos alunos foram prejudicados por falta de professores efetivos e por não poderem

desenvolver trabalhos de PIBC ou alguma pesquisa, pois seus professores são do quadro provisório.

“O escandaloso é que o concurso prevê apenas uma vaga para todo o Piauí (no caso, para o campus de Picos) e essa vaga foi direcionada apenas para um seleto grupo, no caso, professores formados em relações públicas. No Piauí apenas a UESPI forma profissionais de Relações Públicas, que é um curso-apêndice ao de Jornalismo, da própria UESPI. De cara, o concurso deixa de fora muitos mestres e doutores, possibilitando apenas um pequeno grupo de pessoas, formados na própria UESPI a fazerem o concurso. Os dois últimos concursos para professor efetivo de Comunicação na UESPI de Picos previam formação em Comunicação Social e não direcionavam a graduação.”

Como já citado pelo autor, o termo “seleto grupo” seria a comissão de RP junto à coordenação de jornalismo por estar ciente das necessidades e realidades do curso? Esse grupo não poderia abranger outras pessoas pelo Brasil a concorrerem ao tão polêmico concurso? Está bem clara a expressão sentimental do autor, ao maquiagem e falsear a realidade, englobando os sujeitos mestres e doutores, visto que os mesmos poderiam sim concorrer se fossem habilitados em RP, que não era o caso do autor do texto. No Art. 12. CEJ 2007 O jornalista deve:

I - ressalvadas as especificidades da assessoria de imprensa, ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas .

“O grupo de professores (alguns deles hoje substitutos da própria UESPI) que entrará na Justiça para questionar o direcionamento do concurso alega que a vaga pode ser sim para Relações Públicas, mas não pode haver direcionamento no sentido de prever no edital a vaga apenas para quem é graduado em Relações Públicas, já que na própria UESPI não há formação específica para a área.” O CEJ, no artigo 12, parágrafo II, obriga a se buscar provas que fundamentem as informações de interesse público. Como já falamos antes, a intenção do escritor foi incutir no leitor a idéia de que concurso limita-se apenas a funcionários da UESPI, o que não é fato, pois quaisquer brasileiros habilitados em RP poderiam concorrer igualmente.

“A UESPI, através de sua direção, em Teresina, alega que a vaga do concurso para Picos foi solicitada pelo próprio campus, ou seja, que se houver alguma responsabilidade, foi dos membros do Conselho de Campus de Picos, que agiram por desconhecimento,

ingenuidade ou malidicência.” A calúnia aproxima-se da difamação por atingir a honra objetiva de alguém, por meio da imputação de um fato, por se consumarem quando terceiros tomarem conhecimento de tal imputação e por permitirem a retratação total dessas afirmações que denegriram a imagem do Conselho de campus de Picos, instância superior da UESPI. Devemos sempre respeitar e ponderar nossas opiniões sobre terceiros, pois isto acarreta influências, Erbolato (1982, p. 47) diz:

Quantos desses assuntos – em texto e fotos, como matéria redacional e em forma de anúncios – chegam a influir o leitor, mudando o seu modo de pensar ou de agir? Com a complexidade dos dias atuais, o homem aos poucos vai deixando de pensar, de raciocinar e de pesquisar, porque os meios de comunicação de massa o atormentam com as mensagens visuais e auditivas. [...] O indivíduo torna-se mais manipulável e tudo o que lê, vê e ouve, muda-lhe, até certo ponto, a personalidade e a opinião.

4. Considerações

Este trabalho procurou focar a questão da publicação de matérias tendenciosas. Portanto, acreditamos que, o jornalismo limpo é fundamental, pois este é uma ferramenta muito forte. Assim, a partir de uma proposta de trabalho sobre os fatos, buscando sempre a verdade e a versão de todos, oportuneizei aos citados na matéria o direito de defesa. Dessa maneira os textos passam assumir seu papel de informador, e o co-produtor de um texto lido, a partir de sua leitura poderá receber créditos por uma produção limpa e justa. Concluindo, as informações são instrumentos que possibilitam aos leitores e escritores interagir com outros mundos, seja ele imaginário ou real.

Com esta análise, vemos que um jornalista jamais deve usar de mídias a benefício próprio, mesmo tratando-se de um jornal eletrônico. Segundo o CEJ artigo 12 parágrafo IV, o jornalista deve informar claramente à sociedade quando suas matérias tiverem caráter publicitário ou decorrerem de patrocínios ou promoções, ou seja, nunca demonstrar sua opinião pessoal ou particular. Os depoimentos prestados pela comissão de RP e pelos membros do Conselho da UESPI de Picos enriquecem este trabalho, que ainda pode ser reforçado com mais análises.

A finalização do artigo pode nos dizer a verdade por trás de um discurso jornalístico sensacionalista de opinião pessoal. Foi aprendido que através do discurso pessoal é possível pôr em risco uma sociedade. Para respaldar esse trabalho, foi feita

pesquisa exploratória, por meio do acesso a documentos oficiais e entrevistas a sujeitos, implícitos nas entrelinhas da matéria.

O artigo trata da promoção da retificação das informações que se revelem falsas ou inexatas e da defesa do direito de resposta às pessoas ou organizações envolvidas ou mencionadas em matérias de sua autoria ou por cuja publicação foi o responsável e que ao longo da análise ficou bem claro. Destacamos a importância da apresentação de argumentos convincentes e adequados. O objetivo conseguido com a matéria foi perda do professor efetivo para o curso de RP, por passividade da coordenação de Jornalismo e supostas ordens do campus de Teresina.

Referências

CAPELATO, Maria Helena. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1988.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia?** São Paulo: Brasiliense, 1984.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS – FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória: FENAJ, 04. Ago. 2007.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 26ª edição. Tradução de Roberto Machado – Rio de Janeiro: Graal, 2001.

MARIANI, Bethania Sampaio Correa. Os primórdios da imprensa no Brasil (ou: de como o discurso jornalístico constrói memória). In: ORLANDI, Eni Puccinelli (Org.) **Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional**. Campinas: Pontes. 2003.

ORLANDI, E.P. **Discurso e leitura**: São Paulo: Pontes, 1988.

_____. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. São Paulo: Pontes, 2009.

UESPI faz concurso para professor efetivo de Comunicação em Picos com “cartas marcadas”. Portal Riachaonet, Picos, 13 set. 2011. Disponível em: <<http://www.riachaonet.com.br/uespi-faz-concurso-para-professor-efetivo-de-comunicacao-em-picos-com-“cartas-marcadas”.html>>. Acesso em: 01 mar. 2012.

CARVALHO, José Geraldo Vidigal de. **Ética na Comunicação**, in: Anais do II Simpósio Internacional de Ética: Parte II, 1995 p. 157-162.

ERBOLATO, Mário. **Deontologia da comunicação social**. Petrópolis, Vozes, 1982. 242p. (Coleção Meios de Comunicação Social, 2, Série Manuais, 9)

HABERMAS, Jürgen. “A Reply to my Critics”. In: THOMPSON, J. B., HELD, D. (eds.). *Habermas: critical debates*. Cambridge: MIT Press, pp.219-283, 1982.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é comunicação.** 1 ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

105p. (Col. Primeiros Passos, 67).

20º REUNIÃO DE CONSELHO DE CAMPUS DE PICOS, 06/06/2011, Auditório da Universidade Estadual do Piauí, UESPI, Campus Barros Araujo.