

O ensino de Jornalismo nas universidades brasileiras. Reflexões em tempos de crises e evoluções da área¹

Evandro Alberto de Sousa²

UESPI – Universidade Estadual do Piauí (campus de Picos-PI)

Faculdade Raimundo Sá (Picos – PI)

UFPE – Universidade Federal de Pernambuco

Orlando Maurício de Carvalho Berti³

UESPI – Universidade Estadual do Piauí (campus de Teresina-PI)

UMESP – Universidade Metodista de São Paulo

Resumo

É feito é um estudo teórico-reflexivo sobre o ensino de Jornalismo nas instituições educacionais superiores do Brasil. Envereda-se pelo questionamento de quais são as atuais faces e interfaces do ensino de Jornalismo brasileiro e quais são suas lições e reflexões para o ensino jornalístico espanhol. Objetiva-se: refletir esse ensino, analisa-lo, principalmente frente as novas demandas educacionais, sociais, políticas e econômicas, além de refletir as contribuições brasileiras para a Espanha nessa área acadêmica. Metodologicamente faz-se uma pesquisa de cunho qualitativo, com procedimento bibliográfico, tendo ajuda de ferramentas de leituras físicas, virtuais e hemerográficas. Destaca-se que o ensino de Jornalismo no Brasil atualmente passa por desafios e vivências emblemáticas na formação teórica, política e social, notadamente entremeio a uma formação tecnicista.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Comunicação Social; Jornalismo; Ensino de Jornalismo; Comunicação e Educação.

Introdução

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista. Professor universitário, pesquisador e extensionista do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus de Picos (Sertão do Piauí). Também é docente e pesquisador, além de coordenador do curso de Comunicação Social – Jornalismo – da Faculdade Raimundo Sá. É acadêmico de Direito da Faculdade Raimundo Sá. Também é doutorando do primeiro ano em Serviço Social na UFPE – Universidade Federal de Pernambuco, por onde também é mestre pelo mesmo PPG. Coordenador-geral do Projeto de Extensão de Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí (da UESPI-Pro-reitoria de Extensão e Assuntos Comunitários). No momento realiza pesquisas sobre rádio, educação e tecnologias atuais voltados para o Sertão nordestino. E-mail: evandroalberto@yahoo.com.br

³ Jornalista. Professor universitário, pesquisador e extensionista do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus de Teresina. Doutorando do último semestre em Comunicação Social na UESP – Universidade Metodista de São Paulo (em São Bernardo do Campo – SP) sob orientação da professora-doutora Cicilia Peruzzo. Mestre pelo mesmo PPG com a mesma orientadora. Bolsista da FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí. Coordenador-geral do Projeto de Extensão de Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí (da UESPI-Pro-reitoria de Extensão e Assuntos Comunitários). No momento realiza pesquisas sobre rádio, comunicação comunitária e tecnologias atuais voltados para o Sertão nordestino. E-mail: orlandoberti@yahoo.com.br

O jornalismo hoje é uma profissão global e exercida principalmente nos lugares em que se respira uma maior democracia ou se tem a sensação de vivências e práticas democráticas. O jornalismo é uma das atividades laborais mais antigas, mais respeitadas e mais necessárias no mundo moderno.

A mediação informacional destaca, forma, muda, provoca, estimula, ajuda e, principalmente, ao cumprir sua função social, tem o poder de educar e propor novos rumos para as sociedades e comunidades cujo qual é praticada.

O jornalismo moderno tem seu início como atividade capitalista no sentido de informar negociadores europeus sobre o comércio de especiarias. Somente entre o final do século XIX e início do século XX, com transformações radicais no Mundo, vindas de um modernismo tecnológico e novas formas de pensar o ser humano, é que começa o jornalista a ter uma função social. Isso se dá principalmente pela inserção dos estudos acadêmicos (principalmente filosóficos, sociológicos e de linguística) sobre as práticas e vivências jornalísticas.

A Academia (universidade) é um divisor de águas nesse processo do entendimento, pensamento e ação em prol do jornalismo moderno. Com a inserção de uma formação mais humanística o Jornalismo ganha profissionais teoricamente mais inseridos e preparados com o que está a seu redor e menos ligados nas tradicionais práticas mercantilistas. Essa dicotomia *fim social x fim mercantilista* do Jornalismo é um dos principais desafios da atual formação acadêmica da área nos países liberais do Mundo. Nos países em que a liberdade de imprensa é cerceada o jornalista é geralmente formado (se é que tem formação) apenas para ser um reproduzidor de um discurso estatal e dominante.

Por isso apresenta-se nesse trabalho científico uma reflexão teórica sobre o ensino de Jornalismo no Brasil, hoje uma das grandes potências econômicas do Mundo. A temática surge devido ligação dos autores com o ensino de Jornalismo no Brasil há mais de dez anos e também por inquietudes sobre o ensino de Jornalismo no Brasil que foram instigadas pelas participações em várias edições dos FNPJs – Fóruns Nacionais de Professores de Jornalismo⁴. Nesses eventos discute-se principalmente temáticas ligadas ao ensino, à pesquisa e a à extensão em Jornalismo, principalmente nas práticas e desafios do dia a dia.

⁴ Este ano ocorre na cidade de Uberlândia, em Minas Gerais, Brasil, a 14ª Edição do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo. Sobre o FNPJ irá-se tratar mais dessa temática e falar mais dessa instituição nos capítulos que seguem.

Tem-se como problema de pesquisa: quais são as atuais faces e interfaces do atual ensino de Jornalismo no Brasil e suas contribuições para o ensino. Objetiva-se refletir o atual status do ensino de Jornalismo do Brasil, bem como analisar o ensino de Jornalismo no Brasil frente as novas demandas acadêmicas, mercadológicas e legais, e ainda refletir sua. Metodologicamente se faz um estudo teórico-reflexivo com pesquisa bibliográfica, hemerográfica (revistas científicas e documentos) e virtual (material de Internet e de anais digitais). O trabalho não se caracteriza como estudo de caso, mas também verte por uma perspectiva metodológica qualitativa no sentido da reflexão como ponto de vista científico para se tentar fazer respostas ao problema de pesquisa e, principalmente elucidá-lo.

O trabalho é estruturado em três partes. A primeira (*O Jornalismo hoje no Brasil*), de caráter de identificação do sujeito objeto faz um breve relato do que é o Jornalismo hoje em território brasileiro. Já a segunda (*As instituições de ensino superior de Jornalismo no Brasil*), de caráter teórico, explica como se dá a formação universitária jornalística, bem como a atual situação das universidades de jornalismo e também faz uma caracterização acadêmica da área. A terceira parte (*Reflexões e lições do ensino de Jornalismo no Brasil para a realidade e prática*), de caráter reflexivo, envereda pela discussão do problema de pesquisa e aponta possíveis soluções e sugestões brasileiras que podem ser reflexionadas e debatidas.

Ressalta-se que este não é um trabalho fechado e muito menos impositivo, tenta ser uma humilde colaboração ao debate científico jornalístico e uma perspectiva reflexional no sentido de trazer contribuições para o ensino de Jornalismo, afinal esse também é uma das obrigações da universidade e dos que fazem parte dela.

1 – O Jornalismo hoje no Brasil

A classificação do jornalismo atualmente no Brasil é de que essa área é uma prática comunicacional noticiosa basicamente dividida em funções por produção em mídias (sendo elas: impressas, radiofônicas, televisivas, online e alternativas); e na perspectiva informacional geográfica (sendo elas: nacional, regional, estadual, municipal e comunitária), ou seja: da difusão de notícias, levando-se em conta também se esses meios se apoderam das tecnologias atuais para mediar. Para fins metodológicos não se entrará muito na perspectiva política-jornalística, enveredando pelo assunto da concentração de

redes informacionais no Brasil⁵, já que para fins dos objetivos deste trabalho a caracterização do jornalismo ajuda a esclarecer o problema de pesquisa.

Na perspectiva midiática a imprensa brasileira é dividida basicamente em jornalismo impresso quando envolve jornais e revistas – de periodicidades: semanal, quinzenal ou mensal. O jornalismo televisivo é aquele feito em TV aberta ou fechada, sendo em sua forma de manutenção e função social: comerciais, educativas, estatais e públicas. Já o jornalismo radiofônico (sendo seus sinais em: AM – Amplitude Modulada, FM – Frequência Modulada, OM – Ondas Médias) é aquele que tem propriedades e fins: comerciais – de uma empresa –, estatais – dos governos: federal, estadual, municipal e seus órgãos, públicas – geralmente ligadas a governos com um certo gerenciamento de alguns órgãos da sociedade civil, educativas – que têm funções exclusivamente de educação e formação, comunitárias – pertencentes a comunidades e grupos sociais). Já o jornalismo alternativo, também conhecido por livre é um tipo de mediação informacional que geralmente não têm autorização estatal para funcionar. Outro tipo midiático da imprensa brasileira é o jornalismo online (que é o webjornalismo em sítios e portais de Internet e multimidiáticos – agregando vários tipos de plataforma informativa e de entretenimento) e também o jornalismo alternativo (em uma perspectiva diferencial de fazer comunicação, geralmente utilizando os canais virtuais para ter suas mensagens emanadas comunicacionalmente e pertencente a grupos políticos e culturais).

No sentido geográfico o jornalismo brasileiro via meios nacionais são os de abrangência em todo o país ou em praticamente toda a nação.

Por conta do tamanho do Brasil, que tem 8.514.876 quilômetros quadrados de extensão, há poucas redes de televisão e rádio com abrangência totalmente nacional. O Brasil tem uma extensão territorial 17 vezes maior que a da Espanha. Algumas dessas redes como a Globo (maior e mais importante) e a Record (segunda maior) também têm seus canais internacionais e são retransmitidas para boa parte do Mundo.

Em termos impressos: os maiores jornais e revistas só chegam às maiores cidades (somente suas edições online é que têm um poder de penetração maior por conta da Internet hoje ter forte penetração entre os consumidores de jornalismo impresso e de outros tipos de jornalismo brasileiros).

⁵ Mais informações sobre essa temática podem ser conseguidas no Observatório da Imprensa do Brasil: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>, que é um sítio que contem as mais importantes análises sobre as atuais práticas jornalísticas brasileiras e suas interfaces políticas. Outras informações e dados também podem ser conseguidas no sítio Comunique-se: <http://www.comunique-se.com.br>

Esse paradoxo do impresso nacional ser pouco consumido revela o grau de pouca leiturabilidade do brasileiro. Essa pouca leitura se dá principalmente nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, principalmente ligado a dois fatores: um de natureza educacional, devido a vários anos muita gente ter tido pouco acesso à escola e o outro de natureza econômica porque entre comer e ler a primeira opção é mais premente entre boa parte dos brasileiros.

Em termos do jornalismo nacional apenas alguns sítios jornalísticos chegam na maioria dos municípios do Brasil (ao menos em escala de consumo mediano) no sentido de repercussão nacional (muitos deles estão ligados a conglomerados comunicacionais radiofônicos, impressos e televisivos). Isso fortalece muito os meios de comunicação regionais, que são os de abrangência das cinco grandes regiões geográficas do Brasil: Centro-Oeste (com 18,9% da extensão do território brasileiro), Nordeste (que tem 18,2% da área do país), Norte (que representa 45,7% da área territorial brasileira e onde está localizada quase a totalidade da Amazônia brasileira), Sudeste (a mais populosa e rica, que tem 10,6% da área do Brasil e Sul (a menor, mas a mais alfabetizada e com melhores índices sociais, com 6,8% da extensão territorial brasileira). A maioria desses meios de comunicação são radiofônicos e impressos. São poucas as redes televisivas regionais. Elas têm sido engolidas pelas redes nacionais ou então, por conta da facilidade de transmissão via satélite, têm se tornado emissoras nacionais.

Os meios estaduais são os que abrangem o jornalismo feito com intencionalidades de realizar coberturas dos assuntos de uma das 27 unidades federativas do País⁶. Esses são os meios de comunicação mais presentes no Brasil, principalmente porque muitos, em termos regionais, abragem sub-regiões dos estados brasileiros. Esses são os meios mais tradicionais e mais consumidos. Quantitativamente há bom número em todas as categorias de meios de comunicação jornalísticos.

Os meios locais são os que abrangem cidades ou regiões metropolitanas. Muitas vezes os meios locais também fazem as vezes de meios regionais, principalmente se estão localizados em grandes cidades ou municípios que tenham importância estratégica em um estado ou no País.

⁶ O Brasil tem 27 unidades federativas, sendo o Distrito Federal, onde está a capital federal Brasília, e mais 26 estados: Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, (na região Centro-Oeste); Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe (na região Nordeste); Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins (na região Norte); Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo (na região Sudeste); Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul (na região Sul).

Já os meios comunitários jornalísticos são os que abrangem o que é feito nas rádios comunitárias. No sentido quantitativo as rádios comunitárias hoje no Brasil são os meios de comunicação mais presentes em todas as cidades brasileiras. Dados extra-oficiais denotam que existam quase 30.000 emissoras de rádio comunitária no Brasil. Os números sobre rádios comunitárias são controversos porque parte delas não é legalizada e sofrem constantes perseguições dos órgãos reguladores, como é o caso da ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações⁷.

Oficialmente, segundo o Ministério das Comunicações do Brasil (2012) o País tem autorizadas a funcionar: 1.501 emissoras de rádio FM; 1.583 emissoras de rádio OM; 272 emissoras de televisão (contando-se as televisões regionais, muitas delas retransmitindo, em cadeia, programação de emissoras nacionais); 4.377 emissoras de rádio comunitária; 164 rádios educativas e 79 emissoras de televisão educativas. Há ainda: 6.197 retransmissores de televisão nos 5.565 municípios brasileiros. Essa retransmissão ocorre para que cidades e regiões possam receber sinais de emissoras nacionais e regionais. Isso não implica a transmissão local ou regional de imagens, apenas a recepção.

Institucionalmente o jornalismo brasileiro é organizado por representações laborais, patronais e acadêmicas.

A principal instituição jornalística trabalhista brasileira é a FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas⁸ – órgão que representa os jornalistas e seus quase 40 sindicatos. Os meios jornalísticos impressos são representados nacionalmente pela ANJ – Associação Nacional de Jornais⁹ – e pela ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão¹⁰, que representa respectivamente as mais poderosas emissoras televisivas e radiofônicas do País. Há outras instituições mas é a ABERT (capitaneada pela Globo) que dá as cartas no Brasil no sentido de discussão e representação dos maiores conglomerados midiáticos brasileiros).

Órgãos jornalísticos comunitários e alternativos e emissoras regionais também têm suas representações no Brasil. O setor acadêmico jornalístico brasileiro é representado pelo FNPJ – Fórum Nacional de Professores de Jornalismo¹¹. Essa instituição reúne a maioria dos professores da área das principais universidades brasileiras.

O FNPJ congrega parte dos docente em Jornalismo do Brasil e tem como objetivo

⁷ <http://www.anatel.gov.br>

⁸ <http://www.fenaj.org.br>

⁹ <http://www.anj.org.br>

¹⁰ <http://www.abert.org.br>

¹¹ <http://www.fnpj.org.br>

principal

reunir professores e profissionais da área de jornalismo para debater e encaminhar propostas sobre questões inerentes à formação do jornalista profissional. Qualidade da formação, diretrizes curriculares, laboratórios, teoria e técnica do jornalismo, pesquisa, desenvolvimento de novas habilidades e tecnologias, ética e legislação, mercado de trabalho são as principais questões que envolvem a formação jornalística e para as quais os participantes do Fórum buscam o desenvolvimento e a melhoria (FNPI, 2012).

A FENAJ, segundo seu Estatuto (FENAJ, 2012) congrega Sindicatos de Jornalistas do Brasil e representa os jornalistas, em nível nacional, para defesa dos seus interesses profissionais, lutas e reivindicações.

Nos últimos dez anos o jornalismo brasileiro tem passado por diversas transformações, principalmente do incremento jornalístico com as tecnologias atuais e com a potencialização do webjornalismo e da multimidialidade dos meios de comunicação.

1.1. O consumo da informação por conta do crescimento do acesso popular aos meios de comunicação no Brasil

O consumo de informação no Brasil vem crescendo principalmente por conta do acesso aos meios comunicacionais e principalmente pelo aumento do poder de compra do brasileiro. Isso quer dizer que o cidadão comum atualmente pode gastar mais e poder comprar produtos que antes eram relegados porque seus ordenados davam apenas para comprar o básico ou parte do básico para a alimentação.

Outro fenômeno sobre o consumo comunicacional se dá graças aos programas assistenciais do Governo Federal do Brasil que tirou nos últimos dez anos milhões de pessoas da linha da pobreza. Isso se dá, principalmente, pelo acesso à televisão. Apesar da leiturabilidade estar crescendo no Brasil o consumo de produtos informativos impressos não acompanha tamanho avanço.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (UOL, 2012) o mais completo banco de dados sobre o que se encontra nas residências dos brasileiros, atualmente no País 88,9% das casas brasileiras têm ao menos um aparelho de rádio, enquanto outras 95,1% têm um aparelho de televisão, mostrando que mais de 90% dos brasileiros têm o poder de consumir diariamente produtos informacionais, ou seja, entremeio a entretenimento também há o consumo de informação, consequentemente

necessitando de jornalistas para a realização desse tipo de atividade informacional. Isso se dá pelo acesso ao consumo de uma parte da população que não tinha, bem como da inclusão ao acesso ao fornecimento de energia elétrica e de sinal de telefonia celular para outra parcela da população. Esses avanços tecnológicos permitem um maior acompanhamento midiático do que está acontecendo em suas esferas informacionais. Por enquanto as análises tendem mais a uma perspectiva quantitativa.

Outra grande vantagem para o crescimento informacional no Brasil é a utilização de aparelhos celulares. Atualmente quase todas as zonas urbanas do País têm um sistema de telefonia celular, o que proporciona a utilização desse tipo de aparelho não mais somente para sua função básica que é fazer e receber ligações, mas como instrumento multimidiático que proporciona filmar, fotografar e também como aparelho de televisão e aparelho de rádio FM¹².

Isso tem feito uma revolução no consumo informacional brasileiro, onde os canais, aumentando seu potencial tendem a trazer mais vozes ou, no mínimo, multiplicar as vozes contestadores dos canais informativos tradicionais.

Outro ponto de potencialização do jornalismo no Brasil é a utilização de redes sociais, principalmente o Facebook e o Twitter, hoje utilizados plenamente para a pauta, contestação e, principalmente, como canais alternativos de notícias relegadas pelos meios tradicionais ou então de atos e fatos que não têm grande repercussão nos meios tradicionais. Constantemente se vê no Brasil notícias pautadas e surgidas primeiramente no ambiente das redes sociais, fato, inclusive, que inverte o tradicional papel de mediação informacional que até pouco tempo era reclamado exclusivamente pela mídia tradicional e convencional.

Um dos fatos da atual conjuntura do consumo informacional no Brasil é: ou os meios jornalísticos de se adequam às novas sociabilidades como destaca Michel Mafesolli (2011) ao falar que as tecnologias atuais promovem novas formas de agir, pensar e atuar socialmente, ou tendem a desaparecer ou serem suplantadas pelas mídias informacionais que atualmente estão em evolução.

Essas novas formas têm, inclusive, obrigado a boa parte das grandes redes informacionais a se adaptarem às novas redes e formas, principalmente porque muitas estavam perdendo espaço para os novos formatos e mediações.

¹² No Brasil muitas cadeias de emissoras de rádio sabendo desse potencial estão transformando seus sinais também em FM – frequência modulada, justamente para abranger os ouvintes de aparelhos de telefone celular e não perderem sua audiência. Isso tem sido visto principalmente nas cadeias de informação.

2 – As instituições de ensino superior de Jornalismo no Brasil

Atualmente existem no Brasil quase 4.000 instituições de ensino superior (entre universidades, centros universitários, faculdades, institutos de ensino e escolas superiores). A proporção é quase uma instituição para cada cidade brasileira.

O último dado concreto apontava para 2.300 instituições de ensino superior (INEP, 2006) no Brasil, mas sabe-se que o número quase dobrou principalmente pela facilidade e maior flexibilidade nas regras para se abrir uma instituição de ensino superior e também pelo crescimento econômico do País, ascensão ao ensino superior de uma parte da população e ainda pelo incentivo estatal da concessão de bolsas de estudo e programas de ampliação e modernização de universidades públicas principalmente nas regiões mais pobres. Dessas instituições há, aproximadamente 1.000 cursos de Comunicação, desses 40% (400, aproximadamente) são de Jornalismo.

O curso de Jornalismo hoje é um dos dez mais oferecidos entre as universidades do País. Sua procura, apesar das polêmicas sobre o diploma e do excesso de pessoas formadas para a absorção do mercado, só cresce, inclusive há novas solicitações a cada mês para abertura de novos cursos junto ao Ministério da Educação.

Uma curiosidade é que no Brasil há quase o dobro de cursos de Jornalismo em relação aos cursos de Odontologia.

Em todas as unidades federativas do País (27 no total) há ao menos dois cursos de Jornalismo. Todas as capitais estaduais, a capital federal, e grandes cidades brasileiras tem ao menos um centro de ensino superior que oferecesse esse tipo de curso. Isso mostra que a formação jornalística brasileira ao menos em termos de centros de estudos superiores não oferece carências para os profissionais que queiram aprender ou se aperfeiçoar nessa área de mediação informacional.

No País os cursos de Jornalismo fazem parte das quase duas dezenas de habilitações da área de Comunicação Social. Também são habilitações nessa área comunicacional social brasileira, além do Jornalismo: Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Cinema; Rádio e TV; Audiovisual; Radiojornalismo; Produção Editorial; Produção Visual; Fotojornalismo; Produção Cultural; Cinema Digital e Publicidade e Marketing). Ou seja: um jornalista no Brasil é um bacharel em Comunicação Social – com habilitação em Jornalismo, geralmente em um curso que dura entre quatro anos e quatro anos e meio.

No Brasil as instituições de ensino superior têm autonomia de fazer seus currículos obedecendo necessidades regionais, culturais e mercadológicas, tendo de apenas oferecer em suas grades curriculares algumas disciplinas básicas que não correspondem a 15% do total da carga-horária. Ou seja: 85% da carga-horária de um curso pode ser completamente diferente de outro.

Bacharel no contexto educacional brasileiro é o profissional liberal, aquela pessoa formada para o mercado ou para atuar como profissional de mercado. As graduações brasileiras também formam licenciados, para atuarem na educação (serem professores dos ensinos básico e médio), basicamente na função de professores, e tecnólogos, para atuarem na área de tecnologia.

No bacharelado, a formação proporcionada ao aluno é voltada para o mercado de trabalho, numa determinada área de atuação. [...] Os cursos de bacharelado têm duração de quatro a seis anos, dependendo da habilitação. Alguns cursos de bacharelado oferecem diferentes tipos de habilitação, que devem, necessariamente, compartilhar um núcleo comum de disciplinas e atividades (JORNAL DA EDUCAÇÃO, 2012).

Atualmente mais modais no Brasil são os cursos de tecnologia, há, inclusive instituições específicas para formação de tecnólogos. O Governo Brasileiro mantém uma rede de Institutos Federais (chamados de IFs) que são exclusivos para formação de tecnólogos de nível superior. Essa é a rede estatal de ensino superior que mais cresce no Brasil e uma das que mais crescem no Mundo.

Os cursos de tecnologia são cursos rápidos de graduação que formam profissionais para ingressar imediatamente no mercado de trabalho. Com duração de cerca de três anos, ao contrário do que muitas pessoas pensam, não estão apenas relacionados à tecnologia. Nestes cursos, se aprende métodos e teorias orientadas a investigações, avaliações e aperfeiçoamentos tecnológicos com foco nas aplicações dos conhecimentos a processos, produtos e serviços. A grade curricular é pensada de modo a desenvolver competências profissionais, fundamentadas na ciência, na tecnologia, na cultura e na ética, com vistas ao desempenho profissional responsável, consciente, criativo e crítico (JORNAL DA EDUCAÇÃO, 2012).

Desde junho de 2009 para se exercer a profissão de jornalista no Brasil não é mais obrigatória a formação universitária. Essa não obrigatoriedade do diploma também é uma realidade em quase todas as habilitações em Comunicação Social no contexto brasileiro. A não obrigatoriedade do diploma de jornalista para exercício da profissão foi derrubada pela maior corte judiciária do País o STF – Supremo Tribunal Federal após ações públicas promovidas por grandes conglomerados de comunicação. Apesar dos protestos das

categorias que defendem os jornalistas e, principalmente, das instituições de ensino a decisão jurídica se mantém.

Mesmo assim a procura pelas universidades, principalmente as públicas, vem aumentando, mostrando o interesse na área. Segundo o Guia de Profissões (2012) em instituições de ensino como a USP – Universidade de São Paulo (em São Paulo) a concorrência do vestibular¹³ chega a 35 candidatos por vaga. Na UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro (no Rio de Janeiro) a concorrência é de 26 candidatos por vagas. Na UFOP – Universidade Federal de Ouro Preto (em Minas Gerais) a concorrência é de 25 candidatos por vaga. Em quase todas as universidades públicas brasileiras a concorrência geralmente supera de dez candidatos por vaga.

Entidades como a FENAJ e o FNPJ fazem campanhas semanais no Brasil para que seja retornado a obrigatoriedade para se exercer a profissão de jornalista apenas para quem tem curso superior na área. Há uma série de projetos de Lei na Câmara dos Deputados e no Senado Federal para tentar anular a decisão do STF. Mas até o meio do mês de março de 2012 nenhuma dessas propostas tinham obtido garantia de entrada nas pautas de discussões parlamentares.

No Brasil um curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – pode ser oferecido por uma universidade, um centro universitário, uma faculdade ou um instituto universitário. No país os cursos superiores são autorizados por comissões formadas por professores de notório saber nomeados pelo MEC – Ministério da Educação ou pelos Conselhos Estaduais de Educação (órgãos das unidades federativas).

Uma universidade no Brasil é um centro de estudos superiores que geralmente além de formar pessoas na graduação também oferece cursos de pós-graduação Lato Sensu (Aperfeiçoamento, Especialização e MBA) e Stricto Sensu (Mestrado e Doutorado). Geralmente concentram os maiores centros de pesquisa ou dominam exclusivamente a pesquisa de alto nível. Uma universidade é o nível máximo de uma instituição de ensino no Brasil. No país aproximadamente 10% das instituições são universidades. A maioria das universidades são públicas.

Já um centro universitário é uma instituição com mais de dez cursos superiores e com menos de 20 cursos e que ainda não oferece pós-graduação Stricto Sensu. No Brasil

¹³ No Brasil para se chegar a uma universidade tem de se passar por um processo seletivo chamado Vestibular. Quanto mais conceituada é a universidade mais ela tem concorrentes. Por isso há tantos candidatos para tão poucas vagas nas maiores instituições. Geralmente as concorrências são maiores nas instituições públicas.

correspondem, aproximadamente a 5% do total de instituições superiores. Quase a totalidade dos centros universitários são privados.

Uma faculdade é uma instituição de ensino superior que tem entre dois e dez cursos superiores e geralmente têm apenas cursos de graduação. As faculdades correspondem, aproximadamente, a 78% do número de instituições de ensino superior no Brasil. Quase a totalidade das faculdades são privadas.

Um instituto universitário é uma instituição menor que uma faculdade que geralmente oferece entre um e dois cursos superiores. Correspondem a aproximadamente 2% do número de instituições de ensino superior no Brasil. Quase todos são privados.

Esses tipos de instituições de ensino superior no Brasil pode ser público ou privado. Há instituições públicas: federais, estaduais e municipais ou comunitárias. Há instituições privadas de empresas ou confessionais.

As instituições federais são as que pertencem ao Governo Federal (poder que está na capital federal, Brasília) e é gerenciado pela Secretaria de Ensino Superior do Ministério da Educação do Brasil. Atualmente há 64 universidades federais e 27 institutos federais (um para cada unidade federativa e seus respectivos campus, geralmente espalhados por várias cidades).

Já as instituições estaduais são as que têm manutenção pelos estados. Há unidades federativas que não têm universidades estaduais e há outros que têm mais de uma universidade. A maior universidade do Brasil – a USP – Universidade de São Paulo – é uma universidade pública estadual, mantida pelo Governo do Estado de São Paulo. Atualmente no Brasil há 39 universidades estaduais.

As instituições municipais são as mantidas pelas prefeituras municipais. Elas estão concentradas quase totalidade em estados das regiões Sudeste e Sul, onde as prefeituras têm mais recursos financeiros. Há menos de 40 universidades municipais no Brasil.

E as instituições comunitárias são as que são mantidas por comunidades ou por conselhos representativos. A maioria delas também está ligada a municípios ou foram comunitarizadas quando eram universidades municipais. Essas universidades cobram mensalidades, teoricamente para a manutenção da instituição. Universidades públicas municipais, estaduais e federais no Brasil não há cobrança de mensalidade e de nenhuma taxa de manutenção. Em alguns casos se cobra valores para alguns serviços extras ao oferecimento do serviço educacional. Há menos de 30 instituições de ensino superior municipais no Brasil.

Uma instituição de ensino superior privada é uma que pertence a uma empresa ou rede de universidades, visa o lucro e funciona como qualquer tipo de empresa. Esse tipo de instituição corresponde à maioria das instituições de ensino superior no Brasil. Já uma instituição de ensino superior confessional no Brasil é a que tem caráter privado, por cobrar mensalidades, mas é considerada fundação, por isso goza de benefícios fiscais do Governo Federal. Quase a totalidade das universidades confessionais brasileiras (são mais de 50) têm ligações com a Igreja Católica ou então com igrejas evangélicas. A maior rede de universidades confessionais brasileiras são as PUCs – Pontifícias Universidades Católicas.

3 – Reflexões e lições do ensino de Jornalismo no Brasil para a realidade e prática

O ensino de Jornalismo no Brasil é refletido por uma privatização do ensino superior sedimentado há muitas décadas, apesar do crescimento da rede de universidades públicas federais, paga-se para se formar em Jornalismo e para muitos ainda é apenas um sonho. Um curso superior de quatro anos de bacharelado em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo no Brasil – não sai por menos de R\$ 30.000. Alguns cursos superiores em universidades mais renomadas do Brasil têm valor até cinco vezes maior, R\$ 150.000,00.

As universidades como centros de produção de conhecimento, de reflexão social têm por obrigação discutir essa temática, mas, paradoxalmente se vê que muitas vezes a universidade forma e prepara pessoas para o mercado, justamente o mesmo mercado que tanto critica em seus bancos escolares. Esse é um grande paradoxo a ser refletido na formação dos futuros jornalistas.

Nota-se que as diferenças regionais, estaduais por si só já trazem uma grande diferença no se ensinar Jornalismo, por isso envereda-se mais pelos desafios globais, apontando-os como: relação teoria e prática; o teórico; o prático; a pesquisa; o ensino; a extensão; a questão da pós-graduação; a questão do mercado de trabalho e questão da crise política e econômica.

É fato que no Brasil a universidade é um local consolidado de conhecimento, tendo uma importante responsabilidade no sentido de formar cidadãos críticos e preparados, justamente para poder interatuar com a sociedade cujo qual está inserido, mudando-a positivamente e trazendo cada vez mais elementos cidadãos e transformadores para a

sociedade. Sobre as questões da teoria e prática esse talvez seja o maior desafio contemporâneo das instituições formadoras de jornalistas no país.

Já sobre a pesquisa na graduação é um fato importantíssimo em duas grandes direções: a primeira no sentido do aprofundamento do que se é estudado e, principalmente pensado e empirizado na universidade sobre a sociedade e, segundo, tirar possíveis alunos do julgo do mercado e das semi-escravidões profissionais. No Brasil muitos estudantes de graduação em Jornalismo são atraídos por promessas fáceis de estágio e terminam servindo de mão de obra barata ao mercado. Quando estão prestes a se formar esses estagiários são substituídos por outros estagiários e terminam se formando e não sendo tão aproveitados pelo mercado, justamente por conta dessa sistemática cruel. A universidade tem a responsabilidade de debater e preparar o acadêmico para essas interfaces, principalmente dos perigos do mercado. Claro que não se cai na ingenuidade de que tudo o que é do mercado é mal, mas a consciência que existe bons e maus meios de comunicação jornalísticos ajudam gigantescamente na melhor preparação dos acadêmicos para sua vida profissional. No Brasil uma carreira profissional jornalística dura, em média, 25 anos.

A extensão é importante porque traz uma contribuição da universidade à sociedade e aproxima experiências, mostrando o lado positivo da universidade à sociedade, principalmente a universidade pública, que recebe verbas graças aos impostos dessa mesma sociedade. É na extensão que se sai do ambiente do “ideal” e se conhece o prático, principalmente podendo fazer algo imediato por profissionais, comunidades e grupos.

A pós-graduação em Jornalismo hoje é outro grande desafio, principalmente pra pensar, em termos de mestrado e doutorado, com mais afincado o que realmente é a sociedade, propondo teorias e empirismos.

Sobre a questão do mercado de trabalho o desafio é a união entre a teoria e a prática, principalmente em relação as questões da atual conjuntura econômica e política global que hoje põem o mundo em uma situação de amplas e rápidas mudanças.

O pesquisador Dilvo Ristoff (2006, p.11-12) destaca que a universidade brasileira está em crise. “O *campus* começa, cada vez mais, a ser concebido também como um “não-lugar”, projetando um futuro desenho institucional ainda sem uma definição muito clara (RISTOFF, 2006, p.12). E evolui “Essas crises adquirem nomes diferentes, como os citados por Boaventura de Sousa Santos, mas, em todas elas, parece haver uma crise de modelo subjacente” (RISTOFF, 2006, p.13).

Vive-se no Brasil sua maior expansão do ensino superior de sua história. Nos últimos dez anos foram instalados mais de 200 novos campus universitários e mais de 20 novas universidades foram criadas. Em pouco tempo triplicou-se as vagas do ensino superior público no Brasil, acompanhado a área de Jornalismo semelhante evolução.

Outra forma de expansão foi a concessão de bolsas de estudo para pessoas que se consideram pobres e de minorias étnicas através do Prouni – Programa Universidade Para Todos.

Um dos impulsos para a formação jornalística brasileira tem sido também a inserção dos estudos dessa área nos Programas de Pós-graduação *Stricto Sensu* – nível de mestrado e Doutorado. A UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina montou o primeiro mestrado exclusivamente em Jornalismo. A mesma instituição pleiteia doutorado na área. Já há mestrado em Jornalismo também na UEPG – Universidade Estadual de Ponta Grossa, no Paraná e também um mestrado profissionalizante na Universidade Federal da Paraíba, em João Pessoa – PB.

Por isso os desafios e intersecções não se fecham, apenas começam a estar abertos para novos estudos.

Considerações

O ensino de Jornalismo no Brasil vive uma grande evolução e ao mesmo tempo um grande paradoxo por conta das relações com o mercado de quem sai da universidade.

Hoje um dos pontos fortes da formação jornalística no Brasil é o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo. A entidade hoje reúne cerca de 200 professores associados-ativos em seus eventos, que ocorrem a cada dois anos e já foram sediados em quase todas as regiões do País. O FNPJ é um grande espaço de reciclagem, socialização de ideias e inovações acerca do ensino de Jornalismo no País. Nota-se que a Espanha segue igual caminho também fundando sua associação aos mesmos moldes.

A reciclagem constante de ideias e de práticas é um ponto forte para continuar colocando a universidade à frente do pensamento de mercado, principalmente no sentido de interatuar em melhores possibilidades para melhores dias e reflexões.

Referências

FNPJ – FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO. **O que é o FNPJ**. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/historico>>. Acesso em 05 de março de 2012.

FENAJ – FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Estatuto da FENAJ**. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br>>. Acesso em 29 de fevereiro de 2012.

GUIA DE PROFISSÕES. **Jornalismo**. Disponível em: <<http://vestibular.brasilecola.com/guia-de-profissoes/jornalismo.htm>>. Acesso em 05 de março de 2012.

INEP – INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Modelos institucionais de ensino superior**. Brasília: Inep, 2006, Coleção Ensino Superior em Debate, v.07.

JORNAL DA EDUCAÇÃO. **O que é bacharelado, tecnologia e licenciatura no Brasil**. Disponível em: <<http://www.jornaldaeducacao.inf.br>>. Acesso em 06 de março de 2012.

MAFFESOLI, Michel. **A transfiguração do político** – a tribalização do mundo. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES DO BRASIL. **Dados gerais sobre radiodifusão no Brasil**. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/radiodifusao/dados-de-outorga/23457-dados-gerais>>. Acesso em 07 de março de 2012.

RISTOFF, Dilvo. Introdução. *IN*: INEP – INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Modelos institucionais de ensino superior**. Brasília: Inep, 2006, Coleção Ensino Superior em Debate, v.07.

UOL – UNIVERSO ON LINE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/infografico/pnad/perfil-de-domicilios/2010/09/07/o-perfil-dos-domicilios-brasileiros-segundo-a-pnad.jhtm>>. Acesso em 02 de março de 2012.