



**CANAL DA IMPRENSA:
Revista eletrônica de crítica de mídia do curso de Jornalismo do Centro
Universitário Adventista de São Paulo (Unasp)¹**

Suellen TIMM²
Allan NOVAES³

Centro Universitário Adventista de São Paulo, Engenheiro Coelho, SP

APRESENTAÇÃO

Canal da Imprensa é a revista eletrônica de crítica de mídia do curso de Comunicação Social do Unasp - Centro Universitário Adventista de São Paulo, campus Engenheiro Coelho. De natureza temática e com periodicidade quinzenal, a revista é um espaço reservado aos alunos de Comunicação Social, contando, inclusive, com a supervisão de professores e colaboração de profissionais da imprensa.

A revista *Canal da Imprensa* está sob coordenação do professor Allan Novaes, tendo como editores-assistentes os alunos Raphael Vaz e Suellen Timm, do quinto período de Jornalismo. A jornalista Andréia Moura atua como ombudsman da revista, supervisionando a produção dos articulistas e repórteres.

A revista eletrônica *Canal da Imprensa* foi idealizada pelo professor Ruben Dargã Holdorf e concebida pelos alunos do segundo ano de Comunicação do Unasp, em meados de 2001. Após um ano em experimentação, somente em 21 de agosto de 2002 seu primeiro número conquistou as páginas da internet.

Em 2005, o *Canal* modernizou seu espaço visual e redefiniu sua proposta editorial. Sob a liderança do *Observatório da Imprensa, Monitor de Mídia* e *SOS Imprensa*, o *Canal* participou da criação da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoi) e agora atua também colaborando com os projetos da rede.

OBJETIVOS

A linha editorial do veículo orienta os articulistas a analisar e criticar o papel da mídia brasileira e internacional. Suas abordagens não permitem o proselitismo religioso nem a propaganda política.

¹ Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria B Jornalismo, modalidade produto Impresso, como representante da Região Sudeste.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo do Unasp, email: suellenelise@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do Unasp, email: allan.novaes@unasp.edu.br.



Em sua análise da mídia, *Canal da Imprensa* assume o compromisso de lutar pelos direitos de expressão e consciência, assegurados pela Constituição Brasileira de 1988, sem esquecer-se, contudo, da responsabilidade social e ética que deve reger a produção jornalística e editorial dos meios de comunicação.

O *Canal da Imprensa* acredita que a mídia deve prestar contas à sociedade de tudo aquilo que divulga, veicula ou publica, e que por esse motivo o conteúdo desta revista eletrônica serve como um observatório que 1) critica o conteúdo e a produção jornalística da mídia no Brasil e no exterior; 2) aponta investidas abusivas ou desrespeitosas da mídia sobre a opinião pública e a manutenção da cidadania; 3) analisa tendências dos meios de comunicação em sua função informativa, comercial e ideológica, sem esquivar-se de identificar suas causas e até antecipar possíveis efeitos sobre a sociedade.

JUSTIFICATIVA

A democratização informativa inesperada, anárquica e irresponsável que acompanha o *boom* jornalístico da internet, torna urgente o mínimo de garantia de legitimidade e qualidade das notícias (BERTRAND, 2002, p.16). A solução para o descontrole da qualidade informativa, que promete seguir a expansão e diversificação da internet, vai além de medidas ou critérios estabelecidos por instituições públicas, empresas de comunicação ou órgãos representantes da classe jornalística: o combate à proliferação de práticas jornalísticas antiéticas cabe, primariamente, à formação universitária. É no ensino de jornalismo que a construção de uma práxis ética, competente e crítica deve se firmar.

Para BERTRAND (1999, p. 155), as escolas de Jornalismo são soluções, em longo prazo, para a maioria dos problemas concernentes a qualidade dos serviços prestados pela mídia. Não é à toa que a formação universitária, enquanto educação contínua, encaixa-se na classificação denominada *Media Accountability System* ou MAS (Ibid, p. 155), cuja tradução pode ser “sistemas de responsabilização da mídia”. Os MAS são quaisquer “meios de melhorar os serviços de mídia ao público” (Ibid, p. 35) – é através deles que a mídia consegue “descobrir, corrigir, explicar seus erros e equívocos, desculpando-se por eles” (Ibid, p.35).



A universidade, portanto, é o espaço que fornece “cultura geral”, “conhecimentos específicos num setor” e uma “consciência deontológica⁴” (1999, p. 155) aos futuros jornalistas. Conquanto a experiência profissional proporcione eficazmente o conhecimento geral e, mais especificamente, o domínio do conhecimento técnico, o pensamento deontológico e ético é fruto de uma formação universitária – BETRAND defende que uma das razões para essa assertiva é o fato da academia sofrer menos a arbitrariedade do Estado ou as típicas imposições do mercado (Ibid, p. 174).

Para cumprir seu papel na construção de uma consciência socialmente responsável, deontológica e crítica dos universitários, parece não ser suficiente que as escolas de Jornalismo apóiem-se apenas na promoção de eventos de cunho teórico-reflexivo, como palestras, seminários, debates ou mesmo disciplinas sobre ética e responsabilidade social da mídia. Tais medidas são necessárias, mas não de todo suficientes. Ao universitário é necessária, juntamente com o insumo teórico, uma iniciação prática no mundo da responsabilidade social da mídia. É preciso que, além de debates e discussões sobre as implicações morais e éticas da profissão, os cursos de Jornalismo familiarizem o universitário com os sistemas de responsabilização da mídia que eles entrarão em contato no mercado de trabalho e os ensinem os fundamentos de uma crítica responsável da mídia.

O grande desafio das escolas de Jornalismo e de seus professores é agregar uma dimensão ética ao aprendizado técnico do ofício, adaptando boa parte da lógica dos “sistemas de responsabilização da mídia” descritos por Bertrand à realidade acadêmica, como uma espécie de controle de qualidade da produção universitária de agências *júnior* de notícias, jornais-laboratório, telejornais e radiojornais universitários, sites de crítica de mídia ou mesmo de pesquisas e análises de caráter científico sobre a imprensa.

E é nesse contexto que a relevância e necessidade de um projeto acadêmico da natureza do *Canal da Imprensa* se firmam. Por meio da prática de crítica de mídia universitária o estudante de Jornalismo terá condições de refletir sobre os produtos do mercado e sobre sua própria prática, formando assim uma consciência ética e deontológica mais responsável.

⁴ A deontologia, no que se refere a mídia, é “um conjunto de princípios e de regras, estabelecidos pela profissão, de preferência em colaboração com os usuários, a fim de responder melhor às necessidades dos diversos grupos da população” (BERTRAND, 1999, p. 22).



MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Participam do *Canal da Imprensa* cerca de 30 pessoas, entre professores-orientadores, um ombudsman e alunos do segundo e terceiro anos majoritariamente que fazem às vezes de articulistas, repórteres, editores, revisores e webmasters. A produção do site obedece a uma série de passos cuja rotina inicia-se com reuniões de pauta, culminando na publicação da edição da quinzena e finalizando em uma reunião de avaliação sobre a edição publicada, com direito a análise dos comentários do ombudsman, que analisa a produção discente. Os passos estão detalhados a seguir.

1. Reunião de Pauta: No início de cada semestre são realizadas reuniões de pauta do *Canal* na qual estão presentes os alunos e editores do veículo. Nessas reuniões são propostos os temas jornalísticos que serão analisados no *Canal* e definida agenda do ano. Normalmente os temas são previamente pautados pelos editores. Devido ao fato de o *Canal* ser atualizado quinzenalmente, as reuniões também acontecem na mesma periodicidade, e sempre na própria redação do *Canal*.

2. Redação de Pautas: Após a reunião de pauta, os editores-assistentes redigem as pautas de acordo com o tema e a editoria. Para isso, é realizada uma leitura prévia em jornais e revistas sobre o tema e assuntos relacionados para que a pauta não fique superficial. A pauta normalmente contém algumas sugestões de leitura, sugestões de abordagem, uma pequena explicação do tema da edição, a informação da editoria e por fim uma descrição das informações que o texto do articulista deve conter. A data e horário de entrega também são especificados. As pautas são enviadas por e-mail para os articulistas e também entregue uma cópia impressa geralmente nas quintas ou sextas-feiras.

3. Produção dos textos: Após a entrega das pautas os articulistas ficam livres para redigir os textos onde for mais viável. Geralmente, para isso dedicam até quinze dias de trabalho. A produção está dividida conforme as editorias presentes no site.

A *Reportagem* é apurada na redação do veículo já que a maior parte das entrevistas é realizada por telefone, e também porque esse trabalho raramente é individual. Esta é a capa de cada edição do *Canal*. Nas demais editorias o número de textos varia de acordo com a necessidade e o tema.

Além dos Fatos: abordam aspectos mais abstratos do tema e que vão além da notícia em si, aspectos relacionados ao tema. Isso exige mais pesquisa e aprofundamento, portanto os articulistas mais experientes que escrevem na editoria.



Impresso em Foco, De olho na tela e Rádioescuta: analisam os diversos veículos de comunicação impressos, televisivos e radiofônicos respectivamente. Para tanto, os articulistas utilizam os periódicos da biblioteca do Unasp ou mesmo a senha para o acervo online. As duas últimas editorias entram periodicamente de acordo com a necessidade. Os alunos de nível intermediário que escrevem para a editoria.

Jogo Aberto: entrevista grandes nomes relacionados ao tema. O trabalho é realizado por um ou dois alunos de nível intermediário. O número de entrevistas também varia de uma até três por edição. Junto ao arquivo com a entrevista em formato “ping-pong” o articulista envia uma foto e um breve currículo para a chamada no índex.

Canal Cult: é dividido em *Identidade* – biografia crítica de alguma personalidade no assunto-, resenhas filmes e livros. A editoria também varia as resenhas de acordo com a edição. Os textos são redigidos por alunos iniciantes no veículo já que exige menos preparo em relação às demais editorias. O filme ou livros são disponibilizados pelo próprio *Canal* que possui um orçamento específico para a compra desses materiais.

Olho vivo e Eventos: é redigido por estudantes iniciantes. As notícias e eventos são retirados de diversos sites e são relacionadas ao jornalismo. O número de textos varia de acordo com a edição e com a quantidade de acontecimentos da semana.

O que aconteceria se...: um estudante experiente que fica responsável. Trata-se de uma crônica que supõe algum fato absurdo relacionado ao tema. Apresenta ironia e humor, e articulistas específicos para a editoria. A forma da crônica é de livre escolha de seu autor, já que o escritor recebe apenas o tema e um pequeno direcionamento em sua pauta.

Acadêmica: a pedido dos leitores, o *Canal* criou uma editoria onde os leitores e jornalistas podem publicar suas produções. Os textos, enviados por e-mail, são selecionados e revisados antes da publicação. A editoria entra em algumas edições porque depende da quantidade e qualidade dos trabalhos enviados.

Publicidade: alguns alunos do curso de Publicidade e Propaganda do Unasp são convidados a escrever na coluna. A editoria entra no ar também de acordo com o tema, já que, devido ao *Canal* abordar temas jornalísticos, apenas alguns assuntos favorecem uma abordagem publicitária. Os articulistas de publicidade são escolhidos pelos editores ou recomendados pelos professores do curso.

4. Entrega de textos e assessoria: na data marcada, os alunos entregam os textos, que são analisados pelos editores e professor-responsável. Nesse momento,



ocorre uma espécie de assessoria, na qual as correções ou solicitações de adendos ou alterações no texto são feitas, sempre tendo em vista a pata estabelecida.

5. Publicação do site: a cada quinzena, o site entrar no ar às quintas-feiras com o auxílio do aluno webmaster.

6. Reunião de avaliação: após a publicação, uma reunião de avaliação é feita para analisar a qualidade da edição publicada, conforme a análise feita pelo ombudsman. Nessa mesma reunião, faz-se também a sugestão de pautas para a edição seguinte e então o ciclo recomeça conforme o passo 1 descrito acima.

Sob essa perspectiva, são feitas entre sete a dez edições por semestre. A cada edição são selecionados textos a serem enviados para publicação no site *Observatório da Imprensa*, como requisição da Renoi, da qual o Canal faz parte, e ocorre a publicação de um dos textos no site *ParanáOnline*, do jornal *O Estado do Paraná*, veículo parceiro da instituição ao qual pertence o Canal.

REFERÊNCIAS

BERTRAND, Claude-Jean. **O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2002.

_____. **A deontologia das mídias**. 2.^a ed. Bauru, SP: Edusc, 1999.

CANAL DA IMPRENSA. Disponível em: <http://www.canaldaimprensa.com.br>. Acesso em: 27/09/06.