

ÉTICA E QUALIDADE: BASES PARA A IMPLANTAÇÃO DE UM OBSERVATÓRIO DE TELEJORNALISMO NO PARANÁ

ETHICS AND QUALITY: BASIS FOR THE IMPLEMENTATION OF A MEDIAWATCHER TELEVISION NEWS IN PARANÁ

João Somma Neto*

Rogério Christofolletti**

RESUMO:

O jornalismo é uma atividade que se ocupa de atender um direito, previsto na Declaração Universal dos Direitos do Homem. Previsto no artigo 19, este direito se refere às capacidades de comunicação e informação dos seres humanos em sociedade. Em sociedades complexas como as nossas, não basta apenas que esse direito esteja previsto em leis. É necessário criar condições para que os cidadãos tenham seus direitos atendidos e que instituições, como o jornalismo, busquem aperfeiçoar suas práticas, já que informar é um dever de organizações e profissionais. Este artigo discute aspectos como ética e qualidade editorial no jornalismo brasileiro, apresentando as condições necessárias para implantação de um projeto que deve resultar num observatório de mídia, concentrado em análises do telejornalismo paranaense. A iniciativa já está em desenvolvimento e objetiva contribuir para a melhoria de produtos e serviços jornalísticos, permitindo também que seja disseminada uma prática de consumo crítico dos meios de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Direito à comunicação; Observatórios de mídia; Ética; Telejornalismo; Paraná.

ABSTRACT:

Journalism is concerned to meet a right provided for in the Universal Declaration of Human Rights. This right is provided for in Article 19 and refers to communication and information of human beings. In complex societies like ours, it is not enough that the right is provided for in law. It must create conditions so that institutions such as

* Professor da Universidade Federal do Paraná (UFPR). PARANÁ, Brasil. jsomma@ufpr.br

** Professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e coordenador do Observatório da Ética Jornalística (objETHOS). SANTA CATARINA, Brasil. rogerio.christofolletti@uol.com.br

journalism, seek to improve their practices, as it is a duty to inform organizations and professionals. This article discusses aspects such as ethics and editorial quality in Brazilian journalism, presenting the necessary conditions for implementation of a mediawatcher project, focused on the analysis of television news Paraná (Brazil). The initiative is already in development and aims to contribute to the improvement of journalistic products and services, also allowing a culture media literacy to be disseminated.

KEYWORDS: Right to communication; Mediawatchers; Ethics; TV News; Paraná.

INTRODUÇÃO

Uma dificuldade que atravessa os esforços para expansão de políticas públicas nas áreas que abrangem os direitos humanos é o desconhecimento generalizado do teor e do alcance dos direitos na sociedade brasileira. A ignorância serve de combustível para a desmobilização social e para a permanência de um estado de inoperância. As últimas décadas, no entanto, têm sido pródigas no surgimento e fortalecimento de organizações não-governamentais, empresas, coletivos e ativistas individuais que se empenham na disseminação dos direitos humanos para além das cartilhas das entidades multilaterais que tradicionalmente se encarregam dessas pautas. A entrada em cena desses atores tem levado os governos a se movimentarem mais nessa área, formulando e implantando políticas que socializam os direitos e os traduzem em mudanças sociais concretas. As pressões que esses atores exercem têm também contagiado setores da sociedade adormecidos ou alijados a engrossar o coro pela necessidade urgente não só de manutenção como de expansão de políticas que assegurem os direitos humanos.

No que tange o direito à comunicação - consagrado no artigo 19 da Declaração Universal -, o distanciamento entre a grande maioria da população e o processo comunicativo e seus entornos ainda é muito grande. A tendência observada empiricamente é que os cidadãos consideram esse um terreno privativo dos profissionais que nele atuam, eximindo-se de exigir aquilo que lhe afeta, olvidando-se de que também são variáveis importantes na equação comunicativa. Sem essa percepção, como esperar que haja engajamento e mobilização para exigências mais efetivas de políticas públicas que ampliem os canais de informação dos entes públicos à população, que exijam mais qualidade de conteúdos midiáticos, que observem se os meios de comunicação respeitam e difundem os demais direitos?

Gentili (2005) lembra que o direito à comunicação é um direito-meio, isto é, a partir de sua vigência e abrangência, podemos conhecer outros direitos, o que leva as pessoas a se posicionarem mais firmemente diante das disputas na sociedade. Kovach e Rosenstiel (2003) enumeram aspectos que ajudam a tornar o jornalismo um importante catalisador da democracia nas sociedades complexas. Silva (2010) aponta para a perspectiva de se buscar a construção do jornalismo como uma teoria que fortaleça a democracia e a convivência social contemporânea. McQuail (2012) revisita o conceito de interesse público à medida que empreende um completo escrutínio da atuação da mídia sobre o imaginário coletivo e nossas formas de sociabilidade e comunicabilidade.

Bertrand (1999, 2002) formulou a noção de Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia (MARS) como um conjunto de esforços e iniciativas que comprometam mais os produtores de informação com a qualidade de seus produtos e serviços, que ampliem a transparência de suas ações e que permitam uma maior participação dos públicos aos debates que fundamentam essas práticas. São dispositivos de crítica de mídia, sobretudo. Concretizados na figura de ombudsman ou defensores dos leitores (cf. MACIÁ, 2001; HERRERA; ZETA, 2004); nas seções de cartas e comentários nos jornais, revistas e sites; em publicações especializadas; em associações de usuários ou conselhos de leitores; organizações e coletivos de jornalistas; e observatórios de mídia, por exemplo, (CHRISTOFOLETTI; DAMAS, 2006; PAULINO, 2009).

Detemo-nos no caso dos observatórios de mídia por ver nessas instâncias um ambiente propício para o acompanhamento sistemático de produtos jornalísticos, e uma instância onde se pode contribuir para o aperfeiçoamento de práticas e procedimentos da área e para a disseminação de uma cultura crítica de consumo midiático. Neste sentido, um observatório atua como oportunidade de qualificação profissional e pedagogia midiática (DAMAS; CHRISTOFOLETTI, 2006). Esses mediawatchers podem subsidiar repórteres, editores, redatores e gestores a buscarem a definição de indicadores de qualidade - seguindo Cerqueira, 2010; Guerra, 2010; Rothberg, 2010 - que não apenas se ocupem de aspectos técnicos, mas também éticos e que atendam às demandas e às expectativas informacionais da sociedade.

BREVE PANORAMA DA MÍDIA PARANAENSE

O papel desempenhado pelos meios de comunicação no estado do Paraná, contribuindo em maior ou menor grau para bem informar a população e, em consequência, garantir o

cumprimento do direito constitucional de acesso às informações de relevância pública e social, pode ser avaliado quando se considera a quantidade de veículos de comunicação e sua distribuição geográfica, além da propriedade e controle dos mesmos.

Tal como acontece em todo o país, também em território paranaense observa-se o fenômeno dos oligopólios na área da comunicação. De acordo com o projeto “Donos da Mídia”, existem 645 veículos no Paraná, responsáveis por produzir e difundir conteúdos para cerca de 10,3 milhões de habitantes. Entre os domicílios das famílias paranaenses, 94,07% contam com aparelhos de televisão, 92,88% têm receptores de rádio, e 27,73% dispõem de microcomputadores¹.

Embora quase duas dezenas de empresas de comunicação, algumas sediadas no eixo Rio-São Paulo e trabalhando em âmbito nacional, operem no Paraná, poucas detêm a maior parte dos veículos com atuação mais significativa no estado. Em uma extensão territorial aproximada de 200 mil quilômetros quadrados, predominam apenas quatro grupos empresariais no ramo da comunicação, os quais controlam as principais emisoras de televisão, rádios e meios impressos, considerando abrangência, audiência, produção, transmissão e retransmissão de materiais informativos e/ou jornalísticos.

Esses quatro grupos são respectivamente:

1. RPC – Rede Paranaense de Comunicação, controlada pelas famílias Cunha Pereira e Lemanski, composta por 12 veículos, sendo oito estações de televisão filiadas à Rede Globo, sediadas em importantes cidades das mais destacadas regiões produtoras do estado, bem como por três jornais diários e uma emissora de rádio FM com sede em Curitiba. Pertencem ao conglomerado a TV Paranaense Curitiba, TV Oeste Cascavel, TV Cataratas Foz do Iguaçu, TV Imagem Noroeste Paranaíba, TV Coroados Londrina, TV Cultura Maringá, TV Guairacá Guarapuava, TV Esplanada Ponta Grossa, o jornal Gazeta do Povo Curitiba, o jornal Tribuna do Paraná Curitiba, o Jornal de Londrina e a Rádio 98 FM Curitiba.
2. O conglomerado J. Malucelli engloba mais de 40 grandes empresas de diversos setores, como o financeiro, construção, seguros, comércio, energia, concessões e comunicação, entre outros. O conglomerado é proprietário de sete veículos: TV Bandeirantes Curitiba, TV Bandeirantes de Maringá, Band News FM Curitiba, CBN Curitiba, o jornal Metro, a Rádio Globo Curitiba e a Rádio Globo Paranaguá, situada no litoral do estado.
3. Grupo RIC (Rede Independência de Comunicação). Pertence à família Petrelli, que igualmente possui sete veículos funcionando em cidades importantes do Paraná, incluindo capital e interior, assim como detém outros sete em Santa Catarina. É afiliado à Rede Record, e no Paraná atua em televisão e rádio FM com a RIC TV Curitiba, RIC TV Maringá, RIC TV Cornélio Procópio, RIC TV Oeste na cidade de Toledo, Rádio Jovem Pan FM Curitiba, Jovem Pan FM Maringá e Jovem Pan FM Ponta Grossa.

4. Grupo Massa. Afiliado ao SBT, pertence ao comunicador Carlos Massa conhecido como Ratinho. Também possui sete veículos, operando com quatro emissoras de televisão e três de rádio, compreendendo a TV Iguazu Curitiba, TV Naipi Foz do Iguaçu, TV Tibagi Apucarana, TV Cidade Londrina, Rádio Massa FM Curitiba, Rádio Eldorado São José dos Pinhais, e Rádio Massa FM Maringá.

Além desses empreendimentos midiáticos considerados de maior influência e alcance, outros cinco grupos ligados a igrejas (católicas, evangélicas e adventistas) controlam emissoras de televisão e rádio no Paraná. São eles: Grupo Solano, afiliado à Rede Vida; Grupo MIC (Milícia da Imaculada Conceição); Grupo SIAC (Sistema Adventista de Comunicação); Igreja Apostólica Renascer em Cristo; e Grupo SARA (Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra).

Pela observação dos dados relativos à mídia, fica clara ainda a existência no estado de grande número de rádios AM, em quantidade maior do que as FM, enquanto o número de rádios comunitárias acompanha o que se registra em outros estados do Sul do Brasil. A quantidade é mínima se comparada às rádios empresariais AM e FM, desequilibrando as forças na radiodifusão local e marginalizando as programações e conteúdos gerados nas comunidades.

Quanto à televisão, o quadro da mídia paranaense indica que o estado conta com número expressivo de geradoras (37), tendo ainda 488 retransmissoras. Ao todo são 22 redes de TV atuando no território.

Este panorama resumido da mídia paranaense aponta a efetiva participação das emissoras de televisão no contexto da comunicação no estado, não somente pela quantidade, mas também pela forma como se distribuem territorialmente, pelo alcance abrangente a todas as regiões, como também pelos índices de audiência obtidos, o que torna a TV senão o mais importante meio de acesso à informação, pelo menos um dos grandes instrumentos de que a população pode dispor para exercer este direito como elemento primordial no que se relaciona ao exercício da cidadania.

Em paralelo a esses aspectos, diversos estudos têm apontado que o povo brasileiro tem um gosto especial pela televisão, consumindo de maneira contumaz uma diversidade grande de conteúdos transmitidos cotidianamente, em seus variados gêneros segmentados nas grades de programação em horários que contemplam públicos determinados ou mesmo heterogêneos.

Esta linha de raciocínio tem suporte em pesquisas, tanto na academia, como no campo dos institutos especializados, como é o caso do levantamento da SECOM/20152, segundo o qual a televisão é o meio de comunicação predominante no País com percentual de 95%. Segundo o estudo, são diversos os motivos que levam as pessoas a assistir TV, mas o principal é a necessária busca por informações. Conforme os resultados obtidos pela pesquisa, 79% das pessoas integrantes da enorme audiência televisiva brasileira usam a televisão para se informar.

A junção entre a forma de se fazer jornalismo, em geral, e especificamente na televisão, com a consagração de normas técnicas e a aplicação, em maior ou menor escala dos princípios éticos fundamentais que norteiam essa prática, com o sistema vigente de propriedade dos meios de comunicação, pode resultar em distorções no método jornalístico, as quais afetam basicamente as relações com o público e abarcam o modo como as informações são transmitidas e recebidas pelos cidadãos. Isto tem a ver com conceitos como interesse público, verossimilhança, exatidão, verdade, que remetem a valores (cf. KARAM, 2014, p.174).

Todo o conjunto de situações advindas desse processo justifica a necessidade de se pesquisar e estudar a fundo os fenômenos concernentes ao jornalismo televisivo em sua função social preponderante no que se refere à vivência democrática na sociedade moderna.

Por isso, torna-se essencial, e viável, a proposta de se implantar um observatório do telejornalismo paranaense, também porque até o momento inexistente qualquer recurso que possibilite acompanhar de perto o que é produzido, de que forma, o que é priorizado e o que é deixado de lado nos noticiários de televisão. É também preciso avaliar quais os valores que movem as escolhas, os enfoques, o direcionamento, os tipos de imagens preferidas, os personagens e a quem é dada a oportunidade de visibilidade e de voz, entre outros fatores fundamentais que podem melhor caracterizar o jornalismo de televisão no Paraná.

A concentração, pela TV, atinente aos procedimentos produtivos de um tipo de jornalismo culminando na transmissão de informações e conhecimento pode acarretar pouca diversidade de apuração, e a determinação de angulações, enfoques e o tratamento dessas informações. Portanto, o estudo crítico do jornalismo televisivo via monitoramento e observação sistemática pode se constituir em elemento contributivo para identificar nuances inicialmente pouco perceptíveis em nossa realidade.

POR UM OBSERVATÓRIO DO TELEJORNALISMO PARANAENSE

No intuito de enfrentar esses problemas, propomos a criação e implantação de um projeto de pesquisa e extensão que resulte num laboratório para a observação e a crítica do telejornalismo paranaense sob as perspectivas da ética e da técnica jornalísticas.

A partir de atividades conjuntas com o Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), vinculado ao Departamento e ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, devem ser desenvolvidas pesquisas e estudos sobre telejornais da TV em sinal aberto no Paraná inicialmente, podendo abranger também Santa Catarina na sequência.

A proposta parte de uma atração telejornalística com grande audiência em Curitiba, para depois incorporar gradualmente outros centros do Paraná e programas de outras emissoras até atingir âmbito regional, obedecendo a um planejamento de médio e longo prazo. Será avaliado material produzido e veiculado nos telejornais, mediante sua desconstrução sistematizada, elencando variáveis como: fontes de informação, seleção dos sujeitos falantes, tempos de fala, tratamento da informação conforme princípios éticos, enfoque do material jornalístico, abordagem do assunto, entre outras. Análise de conteúdo, de enquadramentos, e monitoramento de coberturas também serão técnicas e abordagens utilizadas, a depender da necessidade, pertinência e adequação, ou seja, de acordo com os objetivos traçados em planos específicos.

A necessidade de se aprofundar investigações científicas a respeito do jornalismo televisivo parte do pressuposto de que ele está presente nas inter-relações sociais, as quais chegam a ultrapassar o aspecto de simples mediação exercida na transmissão de fatos significativos e também de visões sobre a realidade para o público. Junto a outras instâncias que promovem a produção e circulação de conhecimentos, compartilha a responsabilidade pela formação de ideias, julgamentos, opiniões, valores individuais e coletivos, sentimentos e matrizes de pensamento.

Estas são algumas características bastante expressivas da comunicação jornalística na contemporaneidade, uma vez que ela pode abranger tudo que tenha interesse público, histórico ou de momentânea atualidade. Por esses motivos, além de outros, vem se desenvolvendo experiências com o intuito de ampliar e promover mecanismos eficientes para a compreensão mais consistente do papel e atuação do jornalismo, principalmente

por meio de laboratórios dedicados ao monitoramento e crítica de mídia e em especial da produção jornalística direcionada ao grande público.

Hoje se verifica uma grande amplitude alcançada pela televisão na produção e veiculação de notícias levadas ao público brasileiro, o que ressalta ainda mais a importância de se instituir sistemática e criteriosa observação crítica dos telejornais por meio de ações como o monitoramento capaz de resultar em pesquisas múltiplas.

Com o avanço da tecnologia, os meios de comunicação passam por constante evolução, assim como o jornalismo que neles se produz, marcando fortemente sua presença a cada momento no cotidiano da sociedade. Tanto que é inegável o espaço e o tempo ocupado pela televisão, rádio, veículos impressos, internet com suas redes sociais, e outras mídias emergentes, na vida das pessoas.

A dinâmica que envolve a audiência, a sua conquista e expansão, é um dos fatores direcionadores de conteúdo, formato, e estruturação dos materiais audiovisuais e programas produzidos inclusive nos setores de jornalismo das emissoras televisivas.

Tendo em vista estas noções iniciais e a demarcação bem como a delimitação da proposta, é necessário selecionar entre os telejornais produzidos e veiculados pela TV aberta paranaense, numa primeira etapa, aquele de maior alcance e audiência junto ao público, para uma análise pormenorizada em seus aspectos de forma e conteúdo com ênfase em seus elementos referentes à ética jornalística. Para tanto, como objeto de estudo inicial, propõe-se primeiramente trabalhar com um programa específico da maior e mais abrangente rede televisiva paranaense - RPC -, dentro de um prazo também determinado. Neste caso, um noticiário com periodicidade diária (exceto aos domingos), o “Paraná TV 1ª. Edição” que tem duração média de 45 minutos e abrangência estadual. Pretende-se numa primeira fase limitar o universo pesquisado às edições de uma semana (seis edições) veiculadas em 2015, cujas gravações estão concluídas e com decupagem em execução.

Tendo como primeiro objetivo, criar condições que permitam desenvolver e implantar um laboratório de observação e monitoramento do telejornalismo paranaense associado ao objETHOS do POSJOR/UFSC com igual participação do grupo de estudos da imagem da UFPR, será indispensável também a elaboração de uma página na internet para dar maior visibilidade ao observatório proposto.

Para atender esta necessidade já está sendo criado o site do observatório do telejornalismo paranaense, denominado **teleVISUM OBSERVATIO**, onde serão publicados os resultados das pesquisas, análises, artigos, bem como outros subsídios de interesse científico acerca do telejornalismo, estabelecendo link com o site objETHOS.

Entre as possibilidades de estudos e pesquisas posteriores a partir das observações realizadas está a avaliação do material produzido e veiculado por telejornais, principalmente nas perspectivas da ética e da técnica do jornalismo. Também poderão ser aferidos os vieses com que se apresentam as reportagens, entrevistas, notas, e demais materiais jornalísticos, especialmente no que tange às imagens, conceitos e valores passados ao público sobre os problemas que o afetam direta ou indiretamente.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Com a montagem e implantação do laboratório de observação e monitoramento do telejornalismo paranaense praticado na TV aberta, haverá desenvolvimento de ações conjuntas com o Grupo de Pesquisa objETHOS do POSJOR/UFSC, responsável já por uma quantidade significativa de material científico acerca do jornalismo, cujo modelo de funcionamento serve de base para nossa proposta, acarretando necessariamente a concretização de pesquisas variadas.

De acordo com as delimitações da pesquisa inicial, como já foi especificado, após confecção de site próprio do observatório do telejornalismo paranaense, serão iniciadas as tarefas de avaliação preliminar de um dos telejornais locais da principal emissora de TV do Paraná com sede em Curitiba - RPC, totalizando edições veiculadas durante uma semana (seis edições). Essas edições vão configurar uma pesquisa piloto a partir da qual poderão ser pautados novos procedimentos com diferentes abrangências.

Para tanto, empregaremos métodos de análise dos telejornais, identificando as principais notícias e/ou reportagens de cada edição, partindo das leituras e interpretações múltiplas possíveis das mensagens transmitidas e priorizando quesitos relacionados à ética e técnicas de produção jornalística em seus aspectos formais e textuais, mediante a desconstrução do material jornalístico em análise, focando seus principais componentes constitutivos e de produção.

Dessa forma, poderão ser empregados métodos da análise de conteúdo mediante dados quantitativos e qualitativos, bem como outras metodologias que se apresentem mais

viáveis em conformidade com o que for observado em termos de características do material coletado, e objetivos de pesquisa.

Neste sentido parte-se da premissa básica que considera a ruptura quanto ao paradigma epistemológico que considera haver oposição entre estudos qualitativos e quantitativos, adotando-se a visão de Bauer, Gaskell & Allum (2004), segundo a qual “não há quantificação sem qualificação”. Ou ainda a perspectiva da avaliação quantitativa fundamentada na interpretação, explicação e compreensão dos dados sob uma ótica qualitativa, como defende Bauer (2004). E no caso da detecção de critérios e tendências de noticiabilidade, agendamentos, enquadramentos, a análise de conteúdo se apresenta como instrumento válido em pesquisas sobre o jornalismo em geral, incluindo o telejornalismo, permitindo o conhecimento sobre aspectos dos formatos, gêneros e produtos midiáticos, como enfatiza Herscovitz (2010).

Outra possibilidade que se apresenta para aprimorar as análises possíveis se materializa na proposta de leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais como bem explica Becker (2012).

Enfim, são bastante variadas as matrizes teóricas que podem ser aplicadas, isoladamente ou hibridizadas, o que pode representar maior peso aos estudos. Nesta proposta, a análise vai considerar, a princípio, não apenas o discurso verbal e/ou imagético, mas também os argumentos, os aspectos diversos do material jornalístico, as estruturas das reportagens (VTs), etc. montando-se planilhas a partir das quais serão avaliadas as principais características do objeto de estudo, visando estabelecer sua adequação ou não a normativas éticas e técnicas norteadoras do trabalho jornalístico.

O telejornalismo se vale da linguagem imagética juntamente com a verbal falada, que ao lado de outros tipos de linguagem configuram a linguagem televisiva propriamente dita, composta de multiplicidade de imagens, efeitos visuais e sonoros, sons ambientes, ruídos, músicas, vinhetas que identificam a programação, chamadas, simulação de situações por computação gráfica, efeitos especiais de sons e imagens para impedir a identificação de fontes, vinhetas de passagem e demarcatórias de entradas e saídas de determinadas informações.

É esta linguagem que dá suporte e sustentação aos significados dirigidos aos telespectadores e às imagens projetadas sobre uma dada realidade ou recorte dela. Além disso, a seleção e hierarquização dos assuntos e temas norteadores de cada reportagem

jornalística difundida passam pelo posicionamento, quase nunca direto e claro, do comunicador e de quem ele representa acerca daquilo que é tratado no material jornalístico.

Para iniciar o trabalho, após criação do site, serão analisadas gravações das seis edições do telejornal já existentes e devidamente preservadas em arquivos digitais, as quais foram produzidas no segundo semestre de 2015, como frisado acima, avaliando todo o conteúdo de cada edição, destacando-se o principal assunto e o material jornalístico que o apresentou. A análise levará em conta, num primeiro momento, algumas variáveis principais, como origem da produção da reportagem, fontes utilizadas, sujeitos a quem é dada voz, tempo de fala dos sujeitos falantes, presença ou ausência de considerações a respeito do assunto pelo veículo que transmite a informação, observância ou não a princípios éticos preconizados no jornalismo, etc. Poderão ser consideradas também variáveis secundárias, se verificada interferência das mesmas no aspecto de significações presentes no produto final.

Os dados serão coletados, tabulados e avaliados para que se chegue a conclusões que possam resultar em uma compreensão do fenômeno da comunicação jornalística praticada. A partir dos dados colhidos e analisados, e uma vez identificados resultados da pesquisa, serão produzidos artigos científicos e submetidos para publicação em periódicos da área.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendemos que a implantação de um projeto como o de um observatório de mídia no Paraná pode contagiar não apenas os profissionais do telejornalismo local, mas também levar os públicos e demais grupos interessados a refletir sobre qualidade técnica, independência editorial, condições de produção, agendamento social e midiático, parâmetros éticos e atendimento de expectativas da audiência.

Entendemos também que o cidadão comum - a quem antes os meios de informação estavam a tratar de forma passiva - pode alargar seu horizonte no que tange ao direito à comunicação, buscando se informar melhor e exigindo coberturas mais equilibradas e afinadas com os anseios sociais. A universidade, como local privilegiado de construção de certos saberes, tem condições operacionais e legitimidade social para contribuir com esse debate, à medida que a sociedade brasileira desperta para novas necessidades, como a democratização da mídia, a garantia das liberdades de expressão e de

imprensa, e o engendramento de novos ecossistemas midiáticos mais social e eticamente comprometidos.

É fato que um observatório de mídia se apresenta como um passo numa caminhada longa e estafante. Entretanto, a construção de saídas coletivas e o debate por soluções são necessários para operar as mudanças esperadas. E que elas não sejam apenas mudanças, mas efetivas transformações para o jornalismo, para a sociedade e para os direitos humanos.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2010.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George; ALLUM, Nicholas C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 3. ed. São Paulo: Vozes, 2004.

BECKER, B. Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. *Matrizes*, São Paulo, v. Ano 5, n. 2, p. 231-250, Janeiro/Junho 2012.

BERTRAND, Claude-Jean. *A deontologia das mídias*. Bauru: Edusc, 1999.

BERTRAND, Claude-Jean. *O arsenal da democracia*. Bauru: Edusc, 2002.

CERQUEIRA, Luiz Augusto Egypto de. *Qualidade jornalística: ensaio para uma matriz de indicadores*. Brasília, Unesco: Debates CI Unesco, nº 6, novembro de 2010

CHRISTOFOLETTI, Rogério; DAMAS, Susana Herrera. Media Watchers: a profile of press criticism in Latin America. *Brazilian Journalism Research*, vol. 2, Nº 2, 2006, pp. 11-28

DAMAS, Susana Herrera; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Fiscalizar e alfabetizar: dois papéis dos observatórios de meios latino-americanos. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p.149-169, jan./jun. 2006

GENTILLI, Victor. *Democracia de massas: jornalismo e cidadania*. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2005.

GOLDENBERG, Mirian. *A Arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. *Análise de conteúdo em jornalismo*. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. 3. ed. São Paulo: Vozes, 2010.

GUERRA, Josenildo Luiz. *Sistema de gestão da qualidade aplicado ao jornalismo: uma abordagem inicial*. Brasília, Unesco: Debates CI Unesco, nº 5, novembro de 2010

HERRERA, Susana ; ZETA, Rosa. Ombudsman: el defensor de la audiencia en los medios latinoamericanos. Lima: Universidad de Piura, 2004.

KARAM, Francisco José Castilhos. Jornalismo, ética e liberdade. 4ª. Ed. São Paulo. Summus, 2014.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. Os elementos do jornalismo. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

MACIÁ, Carlos. La participación y los derechos de los públicos en el proceso informativo: la figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador. Tese(Doutorado)– Universidad San Pablo, Madrid , 2001.

MCQUAIL, Denis. Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso, 2012.

PAULINO, Fernando. “Responsabilidade Social da Mídia. Análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, Portugal e Espanha. Brasília: Casa das Musas, 2009

ROTHBERG, Danilo. Jornalistas e suas visões sobre qualidade: teoria e pesquisa no contexto dos Indicadores para o Desenvolvimento da Mídia da Unesco. Brasília, Unesco: Debates CI Unesco, nº 4, novembro de 2010

SECOM. Pesquisa Brasileira de Mídia 2015. Brasília: Secretaria de Comunicação Social - Gabinete da Presidência da República. Brasília, 2015. Disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 03/07/2015.

SILVA, Luiz Martins da. O jornalismo como teoria democrática. IN: CHRISTOFOLETTI, Rogério. Vitrine e vidraça: crítica de mídia e qualidade do jornalismo. Covilhã: LabCom Books, 2010.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

NOTAS

1. Dados do IBGE e PNAD disponíveis em <http://donosdamidia.com.br/estado/PR> acesso em 05/10/2015.
2. Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. - Brasília :Secom, 2014. Disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 03/07/2015.

Artigo recebido: 27 de outubro de 2015

Artigo aceito: 10 de dezembro de 2015