



Universidade Federal de Santa Catarina

Programa de Pós-Graduação em

Engenharia da Produção

**ENSINO DE JORNALISMO NA
ERA DA COMPETITIVIDADE:
A REALIDADE DE CURITIBA**

Ana Maria de Souza Melech

**Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Engenharia de Produção da
Universidade Federal de Santa Catarina
como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em
Engenharia da Produção**

Florianópolis

2001

Universidade Federal de Santa Catarina

Programa de Pós-Graduação em

Engenharia da Produção

ENSINO DE JORNALISMO NA

ERA DA COMPETITIVIDADE:

A REALIDADE DE CURITIBA

Ana Maria de Souza Melech

**Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Engenharia de Produção da
Universidade Federal de Santa Catarina
como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em
Engenharia da Produção**

Florianópolis

2001

Ana Maria de Souza Melech


**ENSINO DE JORNALISMO NA
ERA DA COMPETITIVIDADE:
A REALIDADE DE CURITIBA**

**Esta dissertação foi julgada e aprovada para a obtenção do
título de Mestre em Engenharia de Produção no Programa de
Pós-Graduação em Engenharia de Produção da
Universidade Federal de Santa Catarina**

Florianópolis, 26 de setembro de 2001

**Prof. Ricardo Miranda Barcia, PhD
Coordenador do Curso**

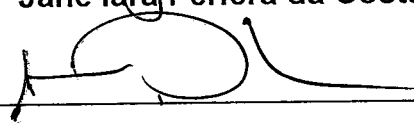
BANCA EXAMINADORA



Prof.ª Olga Regina Cardoso, Dr.ª
Orientadora



Prof.ª. Jane Iara Periera da Costa, Dr.ª.



Prof. Álvaro Guillermo Rojas Lezana, Dr.

Para Edgard, Paula, Luíza e Cecília.

Agradecimentos

Agradeço a todos que, de alguma forma, tornaram possível este trabalho. Aos que doaram seu tempo para responder as pesquisas, aos que contribuíram com idéias e sugestões e aos que me incentivaram. Agradeço também aos autores citados neste trabalho, que tornaram possível as pesquisas e que me emprestaram, de certo modo, suas idéias. Agradeço de forma especial, as orientações preciosas das professoras Olga Regina Cardoso e Jane Iara Costa.

SUMÁRIO

Lista de Tabelas	viii
Lista de Reduções	vix
Lista de Gráficos	x
Resumo	xi
Abstract	xii
1 Introdução	01
1.2 Justificativa	02
1.3 Objetivos	08
1.3.1 Geral	08
1.3.2 Específico	08
1.4 Limitação da Pesquisa	09
1.5 Estrutura do Trabalho	10
2.0 O Processo de educação no Brasil	12
2.1 O ensino de jornalismo no Brasil	17
2.2 Currículo de jornalismo:	
Uma árdua Caminhada	19
2.3 O processo de ensino universitário	25
3.0 Universidade:	
um serviço para a sociedade	28
3.1 Qualidade no ensino superior	30
3.2 Qualidade no ensino de jornalismo	39

3.3 A Busca pela qualidade	41
3.4 Relação entre vagas públicas e privadas	43
4.0 Metodologia	48
5.0 Pesquisa: Mercado de Trabalho e	
Recém - Formados	53
5.1 Mercado de Comunicação em Curitiba	55
5.2. Resultados da Pesquisa com mercado	55
5.3 Resultados da Pesquisa	
com recém-formados	59
5.4 Conclusões da pesquisa	63
6.0 Estudo de Caso: Projeto Zine	65
7.0 CONCLUSÕES	87
7.1 Recomendações futuras	92
Referências Bibliográficas	
Anexos	

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Componentes de Qualidade nas IES	38
--	-----------

LISTA DE TABELAS

Tabela 1:

Relação de candidatos/vagas 12

Tabela 2:

Relação candidatos/vagas jornalismo 46

Lista de Gráficos

Gráfico 01: Avaliação do Mercado profissional recém-formados	58
Gráfico 02: Aspectos específicos jornalismo	59
Gráfico 03: Aspectos do conhecimento em jornalismo.....	62
Gráfico 04: Avaliação do curso freqüentado	63

Lista de Reduções

Abreviaturas

LDB = Lei de Diretrizes e Bases

IES = Instituições de Ensino Superior

UFPR = Universidade Federal do Paraná

IPARDES = Instituto Paranaense de

Desenvolvimento e Estatística

IBGE = Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MEC = Ministério de Educação e Cultura

Resumo

Este trabalho descreve a relação existente entre IES- Instituição de Ensino Superior, que oferecem o curso de jornalismo em Curitiba, e o mercado de trabalho.

Para isso buscou-se na referência histórica o processo de educação brasileira e o surgimento do jornalismo como ensino universitário. Somando-se a isto, a questão do ensino universitário em um novo ambiente, onde a alteração do número de vagas, para o curso, acarretou em uma nova perspectiva para as IES: mudaram-se as regras de oferta e procura no ensino superior privado.

Traçar o perfil dos profissionais recém-formados em jornalismo e a realidade do mercado de trabalho, foi objetivo deste trabalho, como também, levantar uma avaliação qualitativa dos cursos curitibanos, feita por profissionais recém-formados.

Abstract

This labor describes the existent relationship among IES - Institution of higher education, that offer the journalism course in Curitiba and the job market

For that it looked for in the historical reference of Brazilian process education and the appearance of the journalism as academical teaching. Besides this, the subject of academical teaching in a new atmosphere, where the changes of the vacancies number for the course carted in a new perspective for IES, they moved the offer rules and it seeks in the private higher education.

One of the objectives of this labor was to trace the professionals' profile recently-formed in journalism and the reality of the job market, as well as, a qualitative evaluation of the "curitibanos" courses, done by recently-formed professionals.

1. INTRODUÇÃO

Os capítulos a seguir buscam traçar um parâmetro sobre a educação no Brasil, tomando por base as diferentes conjunturas que compõem e direcionam a estrutura e o pensamento da educação superior. O presente estudo está focado no ensino de jornalismo, especificamente, nas condições em que é praticado pelas diversas faculdades e universidades localizadas na cidade de Curitiba.

1.1 O tema

A era da tecnologia alterou valores e conceitos, nunca em tão pouco tempo a vida no planeta teve uma alteração tão rápida. A globalização deixou de ser uma profecia para incorporar-se à vida de muitos habitantes. Essa nova estrutura modificou regras que estavam há tempos disciplinadas.

Com isso, todos os setores da sociedade sentiram modificações em suas estruturas e isso não podia deixar de afetar também a educação. A busca pelo conhecimento nunca foi tão importante quanto se mostrou nas últimas décadas do século passado, bem como imprescindível no século que se inicia. Acompanhar e atualizar-se sobre as inovações tecnológicas passou a representar uma preocupação não só para o campo empresarial mas também para vida privada.

Foi em consequência dessa desafiadora realidade que a Nova LDB - Lei de Diretrizes e Bases ampliou a autonomia para as Universidades, com a intenção de que estas instituições possam estabelecer padrões de qualidade voltados às comunidades em que estiverem inseridas. Além de uma flexibilização ampla na conformação dos conteúdos curriculares, também passou a funcionar um sistema mais aberto que permitiu a ampliação do número de escolas particulares no país.

A flexibilidade na abertura de novas faculdades e universidades privadas, operacionalizada pelo governo entre 1996 e 2001, modificou um quadro que há anos persistia: a lei da oferta-procura em relação ao número de vagas oferecidas. Dados fornecidos pelo MEC - Ministério da Educação e Cultura indicam que, no Brasil, o número de vagas no ensino superior cresceu 25% nesse período, sendo que nas últimas duas décadas o número de matrículas no ensino superior estava estagnada.

Com o maior número de cursos e, conseqüentemente, maior oferta de vagas-ano nas instituições universitárias, o estudante deixou de ser um personagem passivo para tornar-se alvo do sistema educacional, e este por sua vez, passou a ser considerado um "serviço".

No mundo ocidental vive-se uma "sociedade de serviços", ou uma "economia de serviços" e esta economia é caracterizada pelo fato de mais da metade do produto interno bruto ser produzido no chamado setor de serviços (Grönroos, 1993)

Mas esse paradigma está colocando as Instituições de Ensino Superior-IES diante de uma situação ainda não vivida. Se antes bastava divulgar a data do vestibular e esperar o preenchimento das vagas, hoje a disputa entre as instituições obriga uma nova postura, mais agressiva.

Nesse ambiente competitivo já se pode sentir as disposições de algumas IES pela criação de determinados cursos, que aparentemente respondem por um bom nível de aceitação e procura. Um deles é o curso de Jornalismo que, em Curitiba, está sendo oferecido por 04 (quatro) universidades, das quais uma é pública, 01(um) centro universitário e 03 (três) faculdades .

Diante dessas condições as dúvidas mais freqüentes são:

- As Instituições de Ensino Superior estão se adequando às novas regras, ou estão apenas se apropriando das vantagens e facilidades para obtenção de registros de novos cursos, mas continuam mantendo os mesmos vícios que o sistema educacional perpetua?

- Os serviços prestados pelas Instituições de Ensino Superior estão formando profissionais capacitados para as atividades que o mercado exige?

1.2 - Justificativas

A complexidade da sociedade atual alterou as perspectivas do conhecimento; regras formatadas já não podem ser consideradas, dada a dinâmica e a mutabilidade das relações sociais. A diversidade que começou a fazer parte do dia a dia das sociedades também se refletiu no conhecimento e por extensão no ensino.

Conceitos profissionais foram alterados, assim como o próprio conceito de engenharia, que para a idade média era considerada como a profissão "dos homens de projetos, apoiando sua arte sobre sólidos conhecimentos de geometria e de mecânica herdados das épocas da Antiguidade e da Idade Média", Sacadura (1999, p.13). Na atualidade, a engenharia inclui uma grande diversidade de conhecimentos, competências, funções exercidas e posicionamentos profissionais. Como cita Jean-François Sacadura (1999, p17):

"Da engenharia civil à eletrônica, da mecânica às telecomunicações, desenvolveu-se um universo tecnológico variado, no qual o engenheiro pode exercer funções de administrador ou de *manager*, ao lado de missões mais tradicionais de designer de objetos ou de sistemas, ou de chefe de produção. O engenheiro pode ser pesquisador, ou vendedor de produtos ou serviços."

Essa visão ampla da engenharia justifica a pertinência deste trabalho ao tema, pois levando-se em consideração esta dinâmica social, pode-se supor que o ensino universitário é um serviço prestado por uma organização para um determinado público, sendo assim também matéria para a engenharia da produção. Martins afirma (1998,p04):

"O setor de serviços emprega mais pessoas e gera maior parcela do produto interno bruto da maioria das nações do mundo. Desta forma, passou-se a dar ao fornecimento de serviços uma abordagem semelhante à dada à fabricação de bens tangíveis. Houve pois, uma ampliação do conceito de produção, que passou a incorporar os serviços; fechou-se o universo de possibilidades de produção e a ele deu-se o nome de operações. Assim, operações compõem o conjunto de todas as atividades relacionadas com a produção de bens e ou serviços"

Para relacionar o tema em estudo e a engenharia da produção, pode-se ainda citar Slack (1997), que afirma que a administração da produção trata da maneira pela qual as organizações produzem bens e serviços, onde produção engloba toda a atividade ou processo que, de forma sistematizada, tem o objetivo de alcançar algum resultado (bens/serviços). Assim, "todos os livros que você toma emprestado da biblioteca, os tratamentos recebidos no hospital, os serviços esperados das lojas e as aulas na universidade, também foram produzidos" Slack (1997, p31).

No processo competitivo, cada empresa está permanentemente buscando o melhor ajustamento entre o produto específico que ela oferece e o mercado. Essa mudança de ambiente na área da educação superior pode encontrar instituições despreparadas. Na prática, as IES podem adotar uma postura mais agressiva aumentando a qualidade aos seus serviços e com isso dar maior valor conceitual aos cursos e aos diplomas de jornalismo. Não basta, portanto, que os cursos estejam autorizados pela Comissão de Especialistas do MEC pois, para mantê-los ativos e em condições reais de viabilidade, as IES devem buscar de forma constante os padrões de qualidade para um melhor desempenho do seu processo.

Uma característica típica das empresas de serviços é que uma de suas produções são os novos relacionamentos sociais e que eles têm que estender sua capacidade organizacional muito além de suas próprias empresas (Grönroos, 1993). Sendo assim, percebe-se que o ensino nas instituições privadas pode ser definido como um "serviço" e o estudante seu consumidor. O aluno, que também é um consumidor, está amparado inclusive por leis que garantem o direito à qualidade do ensino. Passam as IES, como qualquer empresa em um ambiente competitivo, a responder às regras do mercado.

Diante dessa situação, algumas indagações se fazem necessárias:
Será que esse "boom" na oferta de cursos de jornalismo possui mais o objetivo

econômico do que um projeto estruturado de ensino de comunicação? Mas qual é o comprometimento na qualidade da prestação deste serviço e a realidade do mercado profissional? Até que ponto as IES estão cientes das diretrizes curriculares e técnicas que normatizam a qualidade do serviço educacional prestado para formação de bons jornalistas no Brasil?

Neste sentido, a justificativa deste trabalho baseia-se nos fatores culturais, políticos e econômicos que norteiam as novas posturas frente às necessidades educacionais e, especificamente, na formação de profissionais para atuarem na área jornalística. De fato, é relevante que se considerem discussões objetivas e subjetivas inerentes ao conteúdo e direcionamento dos cursos de Jornalismo em Curitiba, haja vista a contraposição entre os cursos públicos e os cursos particulares.

Os diversos tipos de cursos, no entanto, ainda percorrem caminhos que devem superar o discurso, pois o mercado de trabalho faz as mesmas cobranças, não importando se o aluno cursou ou não cursou uma escola pública ou particular. Na prática, o mercado exige do formando a capacidade para exercer com competência sua profissão, que domine os conteúdos teóricos e práticos de sua atividade e que desempenhe éticamente seu papel na sociedade.

As análises e interpretações contidas neste trabalho, portanto, pretendem servir como referencial teórico que contribua na constituição e no

melhoramento dos cursos de jornalismo em geral, sejam públicos ou particulares.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar os serviços educacionais prestados pelas IES no processo do ensino de jornalismo, em Curitiba, considerando o aumento do número de cursos, da oferta de vagas e a expectativa do mercado de trabalho.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar as bases estabelecidas pelas Diretrizes Básicas de Jornalismo, propostas pelo Ministério da Educação e Cultura, com relação a qualidade do curso.
- Identificar as expectativas dos formandos em Jornalismo em relação ao mercado de trabalho.
- Identificar as expectativas do mercado de jornalismo em relação aos recém formados.
- Propor sugestões para aprimorar o ensino de jornalismo em relação à qualidade e o mercado de trabalho.
- Propor, através de um estudo de caso, uma forma de aproximação entre ambiente acadêmico e mercado de trabalho

1.4 - Limitações da Pesquisa

Considerada a dinâmica dos sistemas de comunicação e, também do ensino de jornalismo, as análises aqui levantadas estão relacionadas ao período de tempo em que foi realizada esta dissertação.

Diante dessas complexidades, esta pesquisa não avalia, profundamente, os currículos dos cursos de jornalismo em Curitiba, por considerar as Diretrizes Curriculares do MEC como parâmetros de referência de qualidade para este cursos.

Pela abrangência do tema, esta pesquisa irá se concentrar especificamente em uma análise sobre o crescente aumento no número de cursos de jornalismo em Curitiba, o que tem gerado grande oferta de vagas, e a expectativa dos recém formados e do mercado de trabalho em relação às condições fundamentais para o aprendizado e o exercício profissional ético e qualitativo.

Este trabalho, portanto, não irá referir-se às questões de perfil de qualidade dos veículos de comunicação, como também não irá se ater aos programas de qualidade desenvolvidos pelas IES que oferecem o curso de jornalismo em Curitiba.

As análises aqui elaboradas se prenderão às normas de qualidade impostas pelo MEC e sua utilização nas IES, assim como o reflexo no mercado da adoção ou não dessas diretrizes.

1.5 Estrutura do Trabalho

O presente trabalho está estruturado em capítulos, a saber:

Capítulo 1 - Introdução ao trabalho desenvolvido, bem como os objetivos e as características dos objetos de estudo.

Capítulo 2 - Revisão da literatura onde são abordados temas relativos à educação superior no país, sua evolução e o reflexo político e econômico que sempre norteou o sistema educacional, e também um breve histórico da evolução do ensino de jornalismo; Análise sobre as IES e a relação com o mercado de serviços; A importância da Qualidade no ensino superior e no ensino de jornalismo, e os reflexos que a nova LDB causou ao ensino de jornalismo em Curitiba; Pesquisa de campo: entrevistas com Diretores e Chefes de Redação de empresas jornalísticas locais, bem como o perfil do profissional.

Capítulo 3 - Metodologia - Nesta fase do trabalho será fornecido o detalhamento da pesquisa e os instrumentos utilizados para realização da pesquisa de campo, amostras e coleta de dados, da pesquisa bibliográfica e do estudo de caso.

Capítulo 4 - Pesquisa com mercado de trabalho e recém-formados - Os resultados dos questionários são analisados neste item onde as interpretações são descritas em forma de texto e gráficos.

Capítulo 5 - Estudo de Caso. O estudo faz uma abordagem sobre um projeto de extensão desenvolvido pela Universidade Tuiuti do Paraná (Departamento de Comunicação Social), e tem como objetivo demonstrar a possibilidade de se realizar trabalhos pedagógicos em parceria com o mercado de trabalho em jornalismo.

Capítulo 6 - Conclusões e recomendações relativas ao trabalho. As interpretações obtidas após terminadas todas as etapas da dissertação, encontram-se neste capítulo, bem como as considerações e recomendações para trabalhos futuros.

- Referências Bibliográficas. Inclui-se todas as obras citadas no corpo do trabalho, assim como os sites consultados.

- Anexos.

2.0 O processo de educação no Brasil

A história da educação no Brasil mostra que ela sempre teve um valor maior para diferenciar classes sociais do que em relação a importância na aquisição do conhecimento. Essa cultura que se instituiu logo após a colonização pelos portugueses, se mantém, em muitos casos, inalterada e em muitos aspectos define a escolha por um curso superior.

Mesmo após 500 anos ainda persistem alguns valores coloniais. A educação, embora devesse ser o fator de evolução do conhecimento, acaba atuando como fator de escalada social. Percebe-se esta situação analisando a procura por cursos que no pensamento popular definem a formação em "doutor", e que, coincidentemente, são os mesmos que eram procurados pelas abastadas famílias coloniais. Seguindo essa regra, os cursos de Medicina e Direito continuam entre os mais procurados. O quadro abaixo mostra a relação de candidatos por vagas, nos últimos cinco anos, destes cursos na Universidade Federal do Paraná - UFPR:

Tabela 1. Relação candidatos número de vaga nos últimos quatro anos na UFPR.

Cursos	Ano				
	1996	1997	1998	1999	2000
Medicina	37,91	28,93	32,22	36,71	31,28
Direito (D)	32,33	28,63	32,13	31,09	27,06
Direito (N)	39,82	33,39	39,50	34,07	26,95

Romanelli (1999, p. 3) define bem essa questão cultural, onde mostra ser mais importante receber o diploma do que a aquisição do conhecimento:

"A forma como foi feita a colonização das terras brasileiras, mais a evolução da distribuição do solo, da estratificação social, do controle do poder político, aliados ao uso importado da cultura letrada, condicionava a evolução da educação escolar brasileira.

A necessidade de manter desníveis sociais teve, desde então, na educação escolar, um instrumento de reforço das desigualdades. Nesse sentido, a função da escola foi de ajudar a manter privilégios de classes, apresentando-se ela mesma como uma forma de privilégio, quando utilizou-se de mecanismos de seleção escolar e de um conteúdo cultural que não foi capaz de propiciar as diversas camadas sociais sequer uma preparação eficaz para o trabalho."

As fases seguintes são marcadas por períodos políticos e econômicos pelos quais o país passaria. A transição da economia agrícola para a industrial trouxe mudanças no conceito em relação à educação, embora essas mutações tenham ocorrido de forma lenta, como salienta Romanelli (1999, p. 46)

"Foi aqui que começaram a apresentar-se mais nitidamente e as contradições em que viviam as classes que procuravam a educação escolar: em sua composição entraram mais

acentuadamente os interesses das elites dominantes saídas do patriarcalismo rural, com mentalidade arcaica, em relação à educação, mas altamente requintadas, em relação aos padrões de consumo. Essas elites, cujos padrões estavam mais próximos das elites dos países industrializados, definiram o grau de modernização econômica ao nível desses padrões e não a um nível compatível com as possibilidades da sociedade brasileira, como um todo. Mas, relativamente a escola, essas mesmas elites não estavam interessadas no trabalho e, muito menos ainda, no trabalho científico."

A nova fase que se sucedeu reflete na educação com o fim do sistema político-social dualista predominante a partir da década de 30. Com o conflito político que colocou frente a frente as classes dominantes do país, de um lado os setores que apoiavam a posição ou oligarquias de Minas Gerais e São Paulo e de outro setores que desejavam romper com essa dominação política com o apoio de intelectuais, pecuaristas do sul e do movimento tenentista tendendo para uma nova ideologia política-desenvolvimentista. Com essa nova postura, a educação também passa por uma reformulação, e idéias vindas, principalmente, da Europa e Estados Unidos, buscam responder a uma nova sociedade industrial que desponta. A transformação da sociedade agrícola para urbano-industrial aumentou a demanda social pela educação e o ensino que era até então aristocrático passou a ser seletivo e técnico.

Mas essa transição não ocorreu de forma tão tranqüila e concreta. A superficialidade na maneira de analisar a complexidade da sociedade brasileira, baseando-se em exemplos vindos de fora, fez com que as diretrizes não fossem implementadas a contento. Ribeiro (2000,p.132) diz:

"Na realidade, o processo de transformação das sociedades européias em bases capitalistas foi um, o processo norte-americano foi outro e o processo do Brasil foi uma terceira possibilidade.

Estas distintas situações infra-estruturais das sociedades citadas resultam em diferentes situações superestruturais e, portanto, educacionais, tanto ao nível das idéias como ao nível das instituições existentes, situações estas que têm que ser levadas em considerações quanto da ocasião de transforma-las."

Através desses movimentos e, sobretudo, através da Revolução de 30, o que se procurou foi um reajustamento constante dos setores novos da sociedade com o setor tradicional, do ponto de vista interno, e , destes dois, com o setor internacional, do ponto de vista externo. A crise econômica de 1929 apresentava ao país, junto com a revolução de 30, um novo cenário. Na época em que as exportações começaram a sofrer queda acentuada, a renda aplicada no setor agrícola responsável por essas exportações começou a ser desviada para a produção industrial voltada para o mercado interno. Segundo Sodré (1998), o Brasil conseguiu emergir da crise graças a acumulação primitiva de capital e a ampliação crescente do mercado interno, fatores que

possibilitaram arrancada do país para o seu desenvolvimento industrial em plena crise.

A instabilidade verificada na expansão escolar caracterizava bem o dualismo em que vivia a sociedade brasileira. O sistema escolar refletiu em todos os seus aspectos as contradições assumidas pelo desenvolvimento e o ainda poder das antigas oligarquias. De um lado o capitalismo industrial avançou, de outro a política dos latifundiários permaneceu e com ela toda cultura das elites rurais em contraste com a ignorância das massas.

Essa mesma proporção de contradição foi repassada para a escola, que embora tenha buscado mudanças em decorrência da demanda exigida com o novo cenário industrial, continuava a manter a estrutura definida pela escola das elites. Isto é, não sofreu mudanças substanciais, a ponto de oferecer, quantitativa e qualitativamente, o ensino que a sociedade necessitava.

Essas reformulações no sistema educacional brasileiro acabaram por não construir um método, ou melhor, perfil educacional que atendesse às necessidades de demanda, de desenvolvimento e de aquisição de conhecimentos que alterassem a estrutura do país. O Brasil de ontem e de hoje é um país que ainda não fez da competência a sua prioridade. O conhecimento especializado ficou restrito a pequenos grupos de interesse, enquanto a maior parte da população fica por conta de um ensino superficial desconectado da realidade e muitas vezes desmotivador.

2.1 Ensino de Jornalismo

O exercício da profissão de jornalista precedeu, em muitos anos, a oficialização do ensino de jornalismo no Brasil. Já em 1808, com a vinda da corte portuguesa, surge o primeiro jornal brasileiro, A Gazeta do Rio de Janeiro, veículo que nasceu sob as ordens de D. João VI. Desta forma, o exercício da profissão manteve-se atrelado aos interesses do poder político e econômico vigente. Outra característica desses primeiros anos do jornalismo brasileiro foi que os praticantes eram pessoas ligadas às camadas sociais mais abastadas. Nessas primeiras décadas de nossa história o interesse pela comunicação levou muitos advogados a praticar o jornalismo, já que naquela época as faculdades de direito ministravam, além do ensino da própria profissão, também conhecimentos que abrangiam a área de humanidades. Segundo Romanelli, (1999 p. 41) "tais funções eram exercidas por aqueles que praticavam o jornalismo ou a política, razão pela qual as camadas em ascensão ou as camadas dirigentes revelaram preferência especial pelas Faculdades de Direito".

As transformações sofridas no país, desde o fim do século XIX marcaram, além da ascensão da burguesia, o crescimento da empresa jornalística. Segundo Sodré (1998,p. 275):

"A passagem do século, assim, assinala, no Brasil, a transição da pequena à grande imprensa. Os pequenos jornais, de

estrutura simples, as folhas tipográficas, cedem lugar às empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função ...

...Essa transição começara antes do fim do século , naturalmente, quando se esboçara, mas fica bem marcada quando se abre a nova centúria. Está naturalmente ligada às transformações do país, em seu conjunto, e, nele, à imprensa é um dos aspectos desse avanço; o jornal será, daí por diante, empresa capitalista, de maior ou menor porte."

A oficialização do ensino de jornalismo coincide com a fase de estruturação e crescimento da empresa de comunicação no país. O decreto lei que instituiu o ensino de jornalismo no sistema de ensino superior no país foi assinado em maio de 1943 pelo então presidente Getúlio Vargas. A lei previa que o curso seria ministrado pela Faculdade Nacional de Filosofia com a cooperação da Associação Brasileira de Imprensa e dos sindicatos representativos. As primeiras escolas foram a de São Paulo, Escola de Jornalismo Cásper Líbero em 1947, e em 1948 o curso de Jornalismo da Faculdade Nacional de Filosofia, hoje Universidade Federal do Rio de Janeiro.

A partir daí é sentida a mudança de valores e objetivos dentro do meio da comunicação, pois os pequenos jornais que operavam de maneira amadora passam a produzir em escala industrial definindo a notícia como seu produto.

Medina (1978, p. 55) enfoca esse período da seguinte forma:

"Neste contexto de expansão industrial, o fato que se sobressai é indiscutivelmente a carência de mão-de-obra especializada. Na verdade, as empresas tentam o recrutamento, tão decantado por certas correntes tradicionais, de profissionais liberais de outras áreas, muitas delas afins ao jornalismo."

A especialização desse novo ramo de negócio passou a exigir profissionais que dominassem todas as etapas da construção da notícia e as novas faculdades pretendiam oferecer as ferramentas necessárias. Mas o grande questionamento era, e ainda é, qual será a melhor maneira de elencar disciplinas que constituam o ambiente mais próximo da realidade da comunicação?

2.2 Currículo de Jornalismo: uma árdua caminhada.

Vinte anos após a promulgação do decreto-lei que criou o curso de jornalismo nasce o primeiro currículo mínimo. A dificuldade encontrada pelos relatores ficou documentada na voz de Celso Cunha e Josué de Mello (1979, p.24), autores do primeiro currículo.

"Não é fácil fixar um currículo das disciplinas necessárias a essa formação profissional. Em outros cursos, o problema não reveste a mesma complexidade, pois a especialização tem os seus limites

mais ou menos definidos, e o currículo, no caso, é geralmente constituído pelas disciplinas específicas e matérias afins. Já ao Jornalismo, em certo sentido, tudo interessa. Sua originalidade, sua especificidade, está na própria generalidade."

Apesar das dificuldades encontradas pelos relatores do primeiro currículo de jornalismo, este era considerado bastante liberal, segundo afirmação de Silva (1979, p.25). Este primeiro documento listava doze disciplinas, sendo que cinco "gerais" : Cultura brasileira, História e Geografia do Brasil, Civilização Contemporânea, Estudos Sociais e Econômicos e História da Cultura Artística e Literária, quatro "especiais": Português e Literatura da Língua Portuguesa, uma língua estrangeira moderna, Ética e Legislação da Imprensa e História da Imprensa; e três "técnicas" : Técnicas de jornal e Periódico, Técnica de Rádio e Telejornal, e Administração de Jornal e Publicidade.

Além da advertência da necessidade de outras disciplinas gerais, o currículo de 1962 recomendava, ainda, que as disciplinas técnicas deveriam compreender obrigatoriamente uma parte prática de jornalismo, com estágio em redações de jornal, emissoras de rádio e televisão e empresas de publicidade, bem como cursos de datilografia, estenografia e fotografia. Esse primeiro currículo dava uma ampla margem de liberdade às escolas e aos professores na elaboração seus planos e permitia aos estudantes uma visão do mundo menos limitada aos aspectos tecnicistas da profissão.

Mas após 1966 o currículo de jornalismo sofre modificações, obedecendo às tendências políticas que assolavam o país. Das matérias consideradas de cunho geral apenas seis permaneceram, as outras foram substituídas por disciplinas técnicas. Neste período a revisão curricular tinha um objetivo censurador, eliminando a possibilidade do estudos de correntes filosóficas que pudessem incutir idéias contrárias as disseminadas pelo regime político da época. Essa tendência fica clara no texto de Silva (1979, p.27), quando comenta sobre a modificações nos currículos do curso de Comunicação:

'As coisas começariam a tornar-se bem mais seguras e claras em 1966. Naquele ano, com a situação política nacional já bem definida...

A camisa de força começava a ficar mais bem apertada. Agora já eram 16 disciplinas a comporem o mínimo e a tendência para tecnificação já aparecia com maior relevo."

Seguiram-se a essas mudança no currículo mínimo, outras que em sua maioria tiveram pouca alteração em termos de transformação do ensino em comunicação, principalmente em jornalismo. De qualquer forma, o currículo não constitui somente uma garantia de um ensino de qualidade e com uma postura aberta aos anseios da sociedade. Comparando as últimas reformas curriculares nesta área, percebe-se que elas são mais aparentes do que reais. Caracterizam-se por pequenas mudanças que acabam não alterando a

situação anterior, mantendo o mesmo perfil conservador lançado nas modificações curriculares de 1966. Quanto a essas reformas do currículo de comunicação, Mello (1979, p.38) salienta:

"Mudar os currículos sem alterar as estruturas em que os mesmo se apoiam, e que lhes darão substância, é como mudar a fachada de um edifício, mantendo o intocado nos seus alicerces e nas vigas mestras. Temos aliás, o exemplo das reformas curriculares dos antigos cursos de jornalismo, cujas modificações, por mais acertadas que pudessem ter sido na escolha dos elencos de disciplinas, nunca conseguiriam abalar os sustentáculos das instituições acadêmicas em que estavam localizados, conservando-se exatamente como estavam o nível e a orientação do ensino.

As mudanças de currículos em nosso sistema educacional têm aliás seguido a mesma estratégia das reformas ministeriais dos governos republicanos. Quando dos ânimos estão exacerbados nas esferas políticas, procura-se acalmá-los com mudanças de nomes, sem mudanças de metas."

Dentro desse panorama emoldurado desde a criação dos cursos de jornalismo até o presente momento, verifica-se que as diretrizes que nortearam a evolução do ensino de jornalismo, muitas vezes esteve mais arraigada aos interesses políticos e financeiros vigentes, do que à própria responsabilidade

quanto ao conhecimento das competências necessárias para a formação do profissional de comunicação.

Outra dificuldade encontrada para adequação curricular regional ocorre, principalmente porque a base de referência sobre a profissão está centrada no eixo Rio de Janeiro e São Paulo e, em muitos casos é importada de países do primeiro mundo. Isso ocorre porque os veículos de comunicação mais expressivos estão localizados nessas cidades, o que acaba transformando-os em referência em jornalismo para o restante do país. Aí reside a nova postura sobre o ensino de jornalismo e mercado profissional: primeiro quanto à comunicação proposta pela escola internacional, que obedece a requisitos próprios daquela cultura, principalmente no que se refere à inovação tecnológica, já que a produção de novas tecnologias nesses países em relação a *softwares*, equipamentos gráficos, televisivos e radiofônicos, e de informática são absorvidos pelo mercado profissional de maneira mais rápida. Segundo, quanto aos aspectos pertinentes à realidade sociocultural existente em cada região, novas considerações devem ser ponderadas. O mesmo ocorre com cidades como Rio de Janeiro e São Paulo, que também possuem realidades diferentes das que existem em Curitiba, não podendo servir de referência para composição de currículos que foram elaborados com base nas instituições de ensino ou mercado profissional dessas cidades.

Existem outros fatores que influenciam na elaboração curricular. Um deles diz respeito à própria implantação do curso de jornalismo. A inovação

tecnológica alterou sobremaneira o ensino de jornalismo, não só em sua estrutura técnica, mas também em relação as linguagens adotadas e novas abordagens que se tornaram possíveis. Só que essa tecnologia tem um custo elevado, e muitas IES com cursos iniciantes optam por currículos com disciplinas práticas (laboratoriais) nos últimos anos de formação, retardando investimentos de maior porte. Neste caso a alteração curricular responde, principalmente, à situação financeira da instituição.

Contraopondo esse processo histórico surge a nova LDB, que possibilita a estruturação de um curso de jornalismo ambientado numa realidade que permita ao estudante poder vincular suas necessidades acadêmicas ao mercado. Essa prática exige um currículo de disciplinas que responda pelas necessidades que o mercado de trabalho cobra de seus profissionais. Na área de comunicação, especificamente do curso de jornalismo, a interferência tecnológica ocorrida na última década alterou os parâmetros e o elenco das disciplinas. As necessidades de conhecimento e competências ao profissional de jornalismo se alteram dia a dia. Desta forma, o maior desafio para as IES é o de listar as disciplinas de maneira que transformem o conhecimento adquirido nas necessidades dos mercados de trabalho locais.

Ao analisar a implantação das novas diretrizes que norteiam a qualidade do ensino de jornalismo, proposta pelo Ministério da Educação, não se pode ignorar das possibilidades e realidades de cada região e de cada IESs. Desta forma, este trabalho procura fazer uma leitura crítica da realidade de Curitiba

em relação ao ensino de jornalismo e o mercado local existente. O principal objetivo é traçar um panorama entre universidade e mercado, do ponto de vista do ensino oferecido pelas IES, necessário para formação da profissão e a realidade do mercado. Este estudo torna-se necessário porque nos últimos cinco anos o número de cursos de jornalismo saltou de três para oito.

Mas será que esses jovens profissionais estão respondendo ao perfil que o mercado de comunicação curitibano exige? E as Instituições de Ensino Superior particulares que oferecem a habilitação em jornalismo, estão preparadas para responder a esse mercado? Os capítulos seguintes buscam analisar o mercado de comunicação em Curitiba abrangendo instituições de ensino e o mercado de trabalho. Tendo como estudo de caso a análise de uma instituição de ensino e do mercado profissional tomando por base as informações obtidas junto ao Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná e de empresas jornalísticas da cidade de Curitiba.

2.3 O processo de ensino universitário

A crítica à universidade, vinda da parte dos acadêmicos, pelo fornecimento de um processo educacional comum, como parte da transmissão de uma cultura comum, tem sido paralela aos ataques oriundos de fora dos muros da academia. O processo de globalização que leva os países à mais ferrenha competição aumentou a necessidade deles investirem em educação como recurso para melhorar a competitividade de suas indústrias e negócios.

Como afirma Santos Filho, (2000), em vez de se valorizarem produtos, resultados ou dimensões estáticas da realidade, valoriza-se o caráter permanentemente dinâmico do processo; desta forma a única coisa permanente é o processo. No espírito do caráter dinâmico e processual da realidade, cabe à universidade priorizar os processos de aprendizagem e as habilidades do processo, a fim de preparar seus alunos para um mundo de constantes mudanças e de permanentes revoluções tecnológicas.

Os desafios educacionais da pós-modernidade estão em preparar indivíduos para a transitoriedade de todos os aspectos da vida, trazendo a necessidade da atualização constante e da emancipação como sujeitos históricos. Pós-modernidade, nesta ótica, significa, para a educação, o desafio de compreender a atualidade de uma sociedade cada vez mais carregada de símbolos. A tecnologia do mundo atual e futuro, por mais que seja globalizada, é e será, sempre, meio, instrumento, estratégia, decorrência. "Cabe à educação a função de posicionar os indivíduos como sujeitos diante dela, submetendo a ciência e a tecnologia às determinações objetivas do ser humano". (Pereira,2000,p.179)

Segundo Pereira, (2000,p.179) entre os vários desafios para o indivíduo nessa era de pós-modernidade, estão:

- viver e interagir numa sociedade cada vez mais científica e tecnológica;
- responder às solicitações cotidianas do mundo da informação eletrônica;
- compreender e trabalhar os complexos problemas sociais, econômicos, políticos e seus desdobramentos, tais como: destruição do meio ambiente, conflitos, raciais e culturais, guerras nacionalista e culturais;
- novas formas de gestão do processo produtivo;
- conviver com os desdobramentos do mundo artificial (incrementam-se estudos sobre a inteligência artificial, engenharia genética, realidade virtual).

Assim, esses novos desafios geram a instabilidade, a rápida transformação do mundo, a diversidade das crenças morais, religiosas e ideológicas, que estão também em constante fluxo e fazem com que o mundo se pareça efêmero e superficial. Nestas condições sociais, a alteração dos processos educativos torna-se fundamental. Cabe às universidades confrontar esta nova problemática e proceder à atualização histórica de suas idéias, estruturas e funcionamento, a fim de tornarem-se relevantes, colaboradores efetivamente para o progresso político, científico, social e cultural da sociedade humana.

3.0 Universidade: um serviço para a sociedade

Falar em ensino como serviço pode soar como heresia para muitas pessoas ligadas à educação. Por outro lado, oferecer um serviço de qualidade auxilia e não compromete a filosofia da universidade como instância independente e crítica dedicada à preservação, desenvolvimento e transmissão da ciência e cultura e à formação de cidadãos e profissionais de alto nível.

Para aprofundar a análise da relação entre universidade e mercado, Habermas, (1978) faz uma referência a uma nova imagem de ciência, não mais neutra e pura como no início do século XIX, mas intimamente ligada ao mundo do trabalho e da produção. Habermas insiste na crítica à imagem idealista de ciência como ciência pura, independente de quaisquer aplicações e à função educativa do cultivo desta ciência por ela mesma. A evolução das disciplinas e competências tecnológicas, ocorrida desde então, implicou em profundas transformações, não restando razões para que a universidade se proteja e se isole da esfera profissional. Atualmente, os processos de pesquisa estão ligados à sua aplicação prática e à utilização econômica: "A aplicação da ciência na técnica e a re-aplicação dos processos técnicos na pesquisa tornaram-se essenciais no mundo do trabalho" (Habermas, 1978,p.362).

No caso do ensino brasileiro, a afirmação de Romanelli (1999, p.32) feita na página 14 desta dissertação , reforça a tese de Habermas quando diz que o primeiro processo de educação no Brasil tinha mais interesse em adequar-se

ao modelo de países industrializados, definindo assim o padrão de modernização brasileiro, do que buscar interesses na aplicação desses conhecimentos para o trabalho ou mesmo para o trabalho científico.

Direcionar o interesse das IES para o mercado significa assumir uma nova postura diante de métodos convencionais de relacionamento com alunos e sociedade. Segundo Kotler, (1998, p. 32) " administrar relações não é tarefa pequena", mas a instituição precisa adotar fundamentos da administração moderna para sobreviver nesse novo ambiente.

Para definir a atividade das IES como serviços, é necessário entender de que maneira essas instituições estariam inseridas nesta categoria. Como o processo de aprendizagem (conhecimento) pode ser considerado a aquisição de um produto intangível, é apropriado citar a definição esboçada por Grönroos (*apud* Kotler&Blomm, 1993, p.35) onde serviço é " qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer à outra que seja essencialmente intangível e que não resulte em propriedade de coisa alguma."

Serviços são produtos puramente ou essencialmente intangíveis, como viagens e planos de saúde. Outras características inerentes ao serviço são citadas por Churchill , Jr e Peter (2000, p.307):

"Os serviços tendem a ser diferentes de bens em vários aspectos. Primeiro, compradores e vendedores de serviços muitas

vezes têm um relacionamento com os clientes personalizado e contínuo. Serviços são, em grande medida, intangíveis. Serviços são, com frequência, difíceis de separar da pessoa do vendedor e os clientes podem envolver-se mais com sua produção."

A partir dessa definição pode se considerar todo processo de aprendizado como a aquisição de um bem intangível e que a participação dos alunos (clientes) é necessária em todo o processo de produção deste produto (aprendizado). Sendo que, este envolvimento também irá compor o resultado desse serviço. Churchill e Peter (2000, p.293), afirmam que uma das características que distingue serviços de bens é a participação dos clientes:

"Os clientes muitas vezes participam numa certa medida da produção de muitos tipos de serviços. Se você apreciar uma exposição no MAC terá de andar pelo museu e prestar atenção no que está sendo exibido. Analogamente, se uma organização compra os serviços de uma agência de publicidade, os funcionários precisam trabalhar junto com ela, examinar suas idéias e fazer a seleção final. "

3.1 Qualidade no ensino superior

Conceitos utilizados nas estratégias administrativas das grandes empresas mundiais passam a fazer parte do ambiente educacional, principalmente no ensino superior. O que se observa hoje é o engajamento das

Instituições Superiores na utilização de programas que tornem a produção do ensino mais moderna, ágil e interessante para o aluno. Embora pareça uma heresia falar em ensino como um produto, como se conhecimento fosse produzido em uma linha de montagem, mas a competitividade entre as IES, realçada com a ampliação do número de vagas e de instituições, torna necessária esta análise. Agora com o novo ambiente proposto para as IES, a Qualidade passa a ser considerada como tema-chave para a educação superior nos próximos anos, como salienta Arruda (1997, p.05):

Os assuntos da Qualidade dominam hoje o debate da educação superior em vários países, à medida que ministros, burocratas, empregadores e interesses de negócios tornam-se cada vez mais ligados às **saídas** das instituições de educação superior, bem como as sociedades estão tomando consciência do real valor de seu investimento neste segmento.

Como **saídas**, o autor define: o produto, a geração e transmissão do conhecimento, o aluno formado (egresso) e os serviços prestados à sociedade; como **entrada** os recursos humanos, materiais e financeiros e o ingresso de alunos.

Com a utilização do termo "Qualidade" para mensurar a capacidade de atendimento, a expectativa dos clientes ou nível de realização de características específicas referentes ao ensino superior, outros termos tornam-se comuns no contexto da educação como: processo, cliente, produto,

fornecedor, política de Qualidade, controle da Qualidade, garantia da Qualidade, auditoria da Qualidade, contribuição da Qualidade, gestão da Qualidade, auto-avaliação e avaliação. No segmento de educação esses termos ficam assim definidos por Arruda (1997, p. 05):

Processo - Atividades definíveis, repetíveis e previsíveis utilizadas para fornecer um produto ou serviço.

Produto - É o resultado de uma atividade específica. Em uma Instituição de Educação, temos como produto: a geração e transmissão do conhecimento, o aluno formado, os serviços prestados à sociedade.

Cliente - É aquele (pessoa, instituição, processo) que recebe e utiliza o produto. Em uma IES, os clientes são os alunos, e de forma mais geral, a sociedade.

Fornecedor - Cada processo dentro de uma Instituição é o cliente do processo anterior, enquanto que o processo anterior é seu Fornecedor.

Política da Qualidade - São as diretrizes Globais de uma Instituição relativas à Qualidade, é formalmente expressa pela alta administração.

Gestão da Qualidade - Função gerencial que determina e implementa a política da Qualidade (Planejamento estratégico da Qualidade, planos de ação e avaliação)

Controle da Qualidade - Este termo se refere aos mecanismos dentro de uma instituição ou sistema para assegurar conformidade com os padrões da Qualidade. Ele é adaptado da indústria, onde os inspetores ou controladores da qualidade, um pouco independentes da força de trabalho principal, monitoram as características das saídas. Porém, a experiência na indústria mostrou que não é suficiente ter um grupo de monitoramento da qualidade eficiente, mas também, a força de trabalho como um todo tem que estar convencida da importância da qualidade.

Garantia da Qualidade - Este termos geralmente tem significado os mecanismos e ações usados para proporcionar aos mantenedores confiança com relação ao Controle da Qualidade e aos padrões que estão sendo seguidos. A Garantia da Qualidade apresenta quatro componentes inter-relacionados:

- 1- Um grupo de pessoas na Instituição tem a responsabilidade de manter a qualidade do Produto ou serviço;

- 2- Um grupo de pessoas na Instituição tem a responsabilidade de melhorar a Qualidade do produto ou serviço;
- 3- Um grupo de pessoas na Instituição entende, usa e sente propriedade com relação aos sistemas que estão implantados para manter e melhorar a Qualidade;
- 4- A gerência da Instituição verifica regularmente a validade e viabilidade dos sistemas para verificar a Qualidade.

Auditoria da Qualidade - Este termo se refere a um processo de pesquisa externa para fornecer garantias sobre os mecanismos de controle da Qualidade implantados em algum local.

Contribuição da Qualidade - Este termo diz respeito a revisão ou exame sistemático, usualmente conduzido externamente para determinar se as atividades da Qualidade cumprem com os planos elaborados e se o "produto" (processo educacional) está implementado efetivamente é adequado para alcançar objetivos.

Auto-avaliação Este termo se refere usualmente aos processos pelas quais uma IES fornece dados para sustentar uma avaliação de sus próprias atividade.

Avaliação - Este termo se refere usualmente à análise e julgamentos sistemáticos sobre a degradação ou eficácia de um programa, atividade, mecanismo ou processo.

Alguns desses procedimentos já fazem parte de sistemas utilizados por algumas IES, mas para instituir essas mudanças é preciso que as IES tomem consciência da parte que lhes cabe neste contexto e passem a agir em busca da superação e atualização de seus processos de ensino, pesquisa e gestão administrativa. Mas, muitas vezes, culturas antiquadas e arraigadas tornam essas mudanças difíceis de acontecer em sua totalidade. Niskier (1997, p.13) cita as seguintes palavras em relação aos desafios que as IES tem pela frente:

Os que militam na área educacional sabem como é complicado fazer alguma coisa no sentido de mudar o status vigente. São interesses consolidados, uma clara vocação para a inércia e uma certa incompreensível perplexidade. Só mesmo quando conceitos de vanguarda, como os que se expressam pela Qualidade Total, passam a figurar em nosso cotidiano, podemos alimentar uma esperança de sentir o aperfeiçoamento de resto indispensável.

Desta forma, a implantação da Gestão da Qualidade nas Instituições de Educação Superior será o caminho pelo qual estas respondam em tempo hábil às exigências internas e externas do seu meio ambiente, melhorando a

qualidade do seus processos, através de um conjunto de princípios, ferramentas e procedimentos que fornecem diretrizes para administrar a Instituição nas suas atividades.

Partindo do ponto de vista que o aluno também é cliente, é necessário que se entenda quais são suas expectativas em relação ao ensino aprendizagem. Para Arruda (1997, p.48), as IES devem propiciar condições que satisfaçam a visão e o planejamento de vida, desse aluno-cliente, de modo a responder:

As condições necessárias - equipamentos, infra-estrutura, recursos humanos etc, para oferecer o curso desejado.

- Professores atualizados e engajados em propostas inovadoras do saber consoantes com o seu tempo.
- Ambiente aberto à introdução de novas tecnologias e produção de conhecimentos.

A nova realidade é cada vez mais sensível a atributos educativos, visão de conjunto, autonomia, iniciativa, flexibilidade, raciocínio analítico, habilidade para interpretar situações, habilidades para processar informações e tomar decisões, habilidades para atividade política, para entender outras culturas, sob os avanços da tecnologia, sobre mudanças sociais e mudanças constantes nas atividades e carreiras profissionais.

A universidade deve representar o espaço onde a produção acadêmica acontece. A expectativa da sociedade sobre a universidade é a de vanguarda

do desenvolvimento na condição de instituição intelectual. O seu compromisso é se voltar para sociedade como um instrumento capaz de mediar suas necessidades atuais e suas direções futuras. Mas como adequar essa postura diante das expectativas que cercam o ensino universitário? Pereira (2000, p.163) define esse novo paradigma da seguinte maneira:

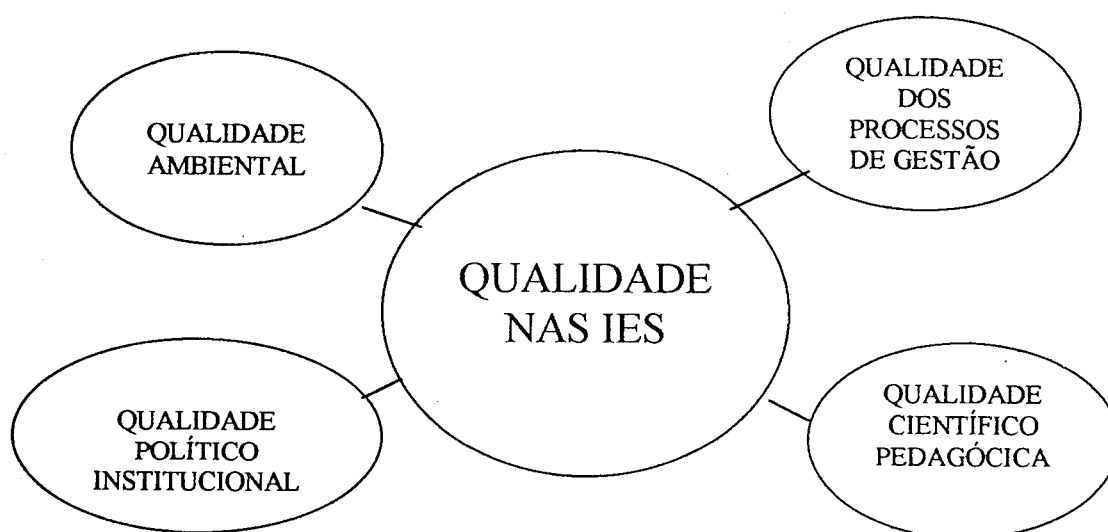
"O desafio que está posto para a universidade tem sido assumido por alguns (Hutchins, 1978, Bell 1976, Bonham, 1979, Rouanet, 1992) como a necessidade de proporcionar uma formação básica, um domínio de um conjunto de capacidades muito diversas como as sociais, as comunicativas, as de auto-formação, que dêem suporte a uma atividade especializada e a agir como cidadão de um mundo globalizado. Nesse sentido a educação geral como base da formação universitária é vista por muitos teóricos como sendo a melhor preparação para viver e trabalhar num mundo de vertiginosas mudanças tecnológicas e como condição básica para a construção de novos conhecimentos."

Mesmo diante das transformações de gestão que hoje se fazem necessárias para as IES, o principal papel delas é satisfazer as necessidades da sociedade na qual estão inseridas. Desta forma, Arruda (1997, p.12) destaca que a Gestão da Qualidade tem como princípio atender às necessidades do ser humano, de modo a :

- Estabelecer padrões para satisfazer as necessidades das pessoas a quem a Instituição está servindo;
- Manter padrões para garantir que essas necessidades sejam atendidas; -
- Melhorar padrões para assegurar que as necessidades humanas sejam atendidas de forma cada vez melhor.

Desta forma, pode-se definir a Qualidade em uma IES, como sendo composta de:

Figura 1 Componentes da Qualidade em uma IES.



Fonte: Arruda, José Ricardo. *Políticas & Indicadores da Qualidade na Educação Superior*. (1997, p.15)

Onde:

- A Qualidade Ambiental diz respeito à infra-estrutura: salas de aula, laboratórios, equipamentos, bibliotecas, sistemas de comunicação, dependências, videotecas, restaurantes etc.

- A Qualidade do Processos de Gestão diz respeito à Qualidade inerente aos processos administrativos da instituição, tais como, atendimento aos alunos, calendários escolares, normas de funcionamento, capacitação de recursos humanos etc.
- A Qualidade Científico-Pedagógica diz respeito aos métodos e processos de ensino-aprendizagem, currículo, bem como à geração e difusão do conhecimento.
- A Qualidade Político-Institucional diz respeito à credibilidade que a instituição desfruta no meio da sociedade que a mantém. Esta credibilidade está no reconhecimento da instituição como referência padrão pela sociedade na qual está inserida e que a mantém.

3.2. Qualidade no ensino de jornalismo

Novas mudanças na estrutura dos cursos superiores ocorreram a partir de 1996 quando foi editada a nova Lei de Diretrizes e Bases- LDB. Essa nova diretriz muda a estrutura da educação superior no Brasil, alterando também as regras que norteiam o ensino de comunicação e, como consequência, o de jornalismo. Uma das principais alterações percebidas diz respeito à solicitação para abertura de novos cursos universitários - o que já era esperado pelas autoridades educacionais, pois um dos objetivos pretendidos pelo MEC era mesmo o de ampliar o número de vagas no ensino superior. Em Curitiba, um dos cursos mais requisitados pela Instituições de Ensino Superior particulares é o curso de Jornalismo, além de outros da área de comunicação.

Outra inovação da Nova LDB é quanto ao Sistema Nacional de Avaliação do Ensino Superior. O objetivo desse programa é de que através dos resultados do desempenho dos cursos e instituições, a sociedade esteja permanentemente informada sobre qualidade dos serviços educacionais disponíveis. Desta forma, a meta é de que se estabeleçam as condições para que as IES assumam a qualificação como compromisso social. Faz parte do Sistema Nacional de Avaliação do Ensino Superior a Avaliação das Condições de Oferta e o Exame Nacional de Cursos - o Provão.

Mas as recentes avaliações feitas nos cursos superiores mostram uma realidade preocupante, principalmente para os 86 cursos de Jornalismo já avaliados em todo território nacional. O Relatório Síntese da Avaliação das Condições de Oferta de Cursos de Graduação (preparado pela Secretaria de Ensino Superior - Sese, em 1999) traduz um quadro delicado para os cursos de Jornalismo no que se refere à qualidade, particularmente quanto à organização didático-pedagógica e às instalações, sobretudo aquelas que atendem às necessidades técnico-profissionais.

Na consideração global do item Organização Didático-Pedagógica, o resultado mostra que cerca de metade das escolas de Jornalismo no Brasil apresentam "condições insatisfatórias", com situação pior no Norte e no Centro-Oeste. No que se refere às matérias de conteúdo técnico-profissional

(técnica de redação, projeto gráfico e disciplinas audiovisuais), as condições apontadas pelo relatório são "insuficientes".

Outro dado revelado pelo MEC informa que muitos cursos de Jornalismo não possuem computador ou os têm em número mínimo, ou ainda, quando os têm, seu uso é apenas em atividades não curriculares. Em números, isso significa que aproximadamente 3/4 desses cursos têm instalações laboratoriais inadequadas. Para se ter uma idéia, no item "Instalações", que inclui estúdio de rádio e TV, laboratórios de fotografia e de informática, a maioria dos cursos de Jornalismo foi reprovada: 73% receberam classificação CI (Condições Insuficientes) e 13% CR (Condições Regulares).

3.3 A busca pela qualidade

Para elaboração das diretrizes curriculares que objetivam nortear a qualidade no ensino de comunicação no país, o Ministério da Educação (janeiro/2001, www.mec.gov.br) convocou as IES a apresentarem propostas para as diretrizes curriculares dos cursos de graduação, a serem sistematizadas pelas Comissões de Especialistas de Ensino de cada área.

A discussão das diretrizes curriculares mobilizou uma ampla parcela da comunidade interessada, com o objetivo de conferir legitimidade ao processo. Foram encaminhadas aproximadamente 1.200 propostas, provenientes de universidades, de faculdades, de organizações profissionais, de organizações

docentes e discentes. A maioria das propostas saiu da própria comunidade acadêmica. Convém destacar a ampla participação tanto do setor público quanto do setor privado na organização de seminários e encontros para debate, com a presença da SESu/MEC. O Fórum Nacional de Pró-Reitores de Graduação - ForGrad - desempenhou papel importante na discussão e na sistematização das propostas de diretrizes curriculares encaminhadas pelas universidades.

Outra norma instituída pela Nova Diretriz é quanto à restrição do currículo mínimo para jornalismo. As condições atuais permitem maior liberdade para as instituições adaptarem seus currículos às suas realidades regionais.

As Diretrizes Curriculares da área da Comunicação foram elaboradas com objetivo de atender a três objetivos fundamentais:

a) **flexibilizar** a estruturação dos cursos, não mais submetidos à exigências de um currículo mínimo obrigatório, buscando a diversificação de experiências de formação para atender a variedades de circunstâncias geográficas, político-sociais e acadêmicas, para ajustar-se ao dinamismo da área, e para viabilizar o surgimento de propostas pedagógicas inovadoras e eficientes;

b) **recomendar** procedimentos e perspectivas essenciais, de modo a funcionar como um padrão de referência para todas as instâncias que, buscando a qualidade, objetivem uma sintonia com as composições majoritariamente defendidas pelas instituições e entidades representativas da área;

c) **estabelecer** critérios mínimos de exigências, no que se refere à formulação e à qualidade da formação, que possam funcionar como parâmetro básico de adequação e pertinência para os cursos da área.

3.4 Relação vagas públicas e privadas

A falta de vagas no ensino superior no Brasil foi uma das principais características da defasagem cultural e científica no Brasil, situação que fez do ensino superior um grande fator de diferenciação social, como diz Freitag (1989,p34):

"É assim que uma reforma a no ensino superior, visando a gratuidade do ensino para assegurar vagas também aos filhos de operários e agricultores nas universidades, acaba beneficiando os mais ricos, já que são justamente as classes sociais mais abastadas que têm condições de aproveitar os curso superiores não-pagos, deixando vagas na rede privada para os filhos de trabalhadores, os quais se vêem forçados a trabalhar de dia para freqüentar a universidade paga à noite."

Para mudar essa realidade, o Governo Federal, através de uma nova reforma educacional, tenta solucionar a defasagem entre número de alunos e vagas no ensino superior. Facilidades para implantação de novos cursos, para abertura de novas faculdades e centros universitários alteram a estrutura do ensino de terceiro grau. Segundo entrevista concedida pelo Ministro da Educação e Cultura, Paulo Renato de Souza, à revista "Agitação", de janeiro/fevereiro de 99, "a meta principal para a atual gestão, é ampliar em mais de 30% as matrículas no ensino superior, e também incluir uma nova categoria de ensino, como cursos seqüenciais (modalidade de nível superior de curta duração)". Para atingir seus objetivos, o governo criou facilidades para autorização e abertura de novos cursos, fato percebido claramente nas IES particulares, que ampliaram tanto a oferta de vagas como também o número de cursos.

Cerca de 75% das 873 Instituições de Ensino Superior hoje existentes no país pertencem à iniciativa privada, como informa Dilvo Ristoff em seu livro "A Universidade em Foco", onde o autor aborda o tema "A privatização não faz escola". (1999, p.187)

Mudanças importantes vêm sendo introduzidas no que diz respeito à expansão do sistema e sua melhoria, à avaliação da graduação e ao apoio à expansão da pós-graduação. A lei que criou o Conselho Nacional de Educação, ao definir suas competências, estabeleceu as bases para um novo

sistema de credenciamento das instituições de ensino superior, baseado na flexibilidade do ensino e na avaliação da qualidade dos serviços prestados.

Para garantir qualidade de ensino foi introduzido o credenciamento periódico das instituições e cursos, a partir de avaliações realizadas por meio de procedimentos específicos. Desde 1996 é realizado o Exame Nacional de Cursos, o PROVÃO, prestado pelos graduandos de diversas áreas. Com base nos resultados desse exame e também na Avaliação das Condições de Oferta, que é uma verificação "in loco" da estrutura operativa dos cursos, realizada por comissão de especialistas, o MEC avalia a qualidade do ensino e decide se renova ou não o credenciamento das instituições e dos cursos.

Essa situação também se reflete em Curitiba, principalmente nos últimos quatro anos, onde a ampliação do número de vagas no ensino superior é facilmente perceptível. No curso de Jornalismo a ampliação ocorreu no número de vagas oferecidas por instituições tradicionais e também a criação de novas IES. No entanto, essa situação atingiu somente as instituições particulares. A Universidade Federal do Paraná, única pública a oferecer o ensino de Jornalismo em Curitiba, ampliou sua oferta de 22 para 30 vagas, no período diurno. Desta forma a maioria dos alunos interessados em cursar Jornalismo vai continuar disputando as poucas vagas gratuitas oferecidas pela UFPR.

Tabela 2. Relação de candidatos por número de vagas

Relação candidatos/ vagas relativos ao curso de jornalismo da UFPR														
1996			1997			1998			1999			2000		
C	V	C/V	C	V	C/V	C	V	C/V	C	V	C/V	C	V	C/V
622	22	28,27	615	22	27,95	626	22	28,45	685	22	31,14	730	30	24,33

Fonte: Guia do candidato/vestibular 2001 p.52 - UFPR/CCCV

C = candidatos

V= vagas

C/V= relação candidatos vagas

Como demonstra a tabela 2, a procura pelo curso de Jornalismo na Universidade Federal do Paraná aumentou nos últimos quatro anos; mesmo com a ampliação do número de vagas o índice de candidato por vaga manteve-se estável.

No caminho inverso ao sistema público temos o ensino privado, que teve um aumento considerável nas vagas oferecidas para o curso. Em contrapartida, uma nova realidade surge para algumas dessas novas IES, que não estão logrando êxito na procura por suas vagas. Sendo assim, a abertura de novas faculdades e ampliação de número de vagas modificam o ambiente competitivo, principalmente para as IES particulares, que agora se vêem obrigadas a adotar uma nova postura perante ao mercado.

O maior interesse para essas instituições é o de atrair alunos melhores e em maior quantidade e mantê-los fiéis, já que as transferências entre IES

particulares não chega a ser um empecilho. Para isso, a necessidade de mudar a abordagem junto aos alunos é destacada por Kotler e Fox (1994, p.18), da seguinte forma :

"A razão do interesse por marketing é o declínio do número de jovens em idade de entrar na faculdade. O mesmo número de faculdades "na caça" de um número de alunos potenciais cada vez menor significa que as mesmas têm que lutar arduamente para manter seus níveis de matrículas, ou como acontece em algumas escolas de prestígio, para evitar a redução de seus padrões elevados."

Guardando as devidas proporções, uma vez que o mercado de educação americano possui características que diferem das nossas, as IES particulares de Curitiba estão diante de momento próximo ao vivido por essas instituições norte-americanas. A competição entre instituições particulares pela busca de novos alunos irá tornar-se uma das suas prioridades.

Após o MEC autorizar a abertura de novas Instituições de Ensino Superior, o número de cursos de Jornalismo saltou de três para oito em Curitiba e eles ofereceram, a partir de 2001, um total de 900 vagas anuais. Essa nova realidade, somando-se a grande quantidade de vagas também disponibilizadas para outros cursos do terceiro grau, está modificando o perfil da cidade, que de capital do estado, está se tornando, também, uma capital universitária.

4. Metodologia

A metodologia utilizará o método fenomenológico de pesquisa, porque este método preocupa-se com a descrição direta da experiência tal como ela é, onde a realidade é construída socialmente (Gil,1999). Desta forma, esta pesquisa buscará, através da análise da realidade do ensino e do mercado de jornalismo em Curitiba, a atual conjuntura desse mercado face às transformações ocasionadas pelo aumento do número de vagas e de instituições. A qualidade de ensino e o novo ambiente competitivo para as IES também serão temas desta análise.

Outro aspecto abordado por este trabalho será a utilização da pesquisa quantitativa, por considerá-la pertinente ao presente estudo, pois, segundo Silva e Menezes, a pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números, opiniões e informações para classificá-los e analisá-los (Silva, Menezes, 2000).

Para análise do mercado de trabalho em jornalismo e da qualidade da formação proporcionada pelas IES, serão aplicados questionários com Chefes de Redação dos veículos de comunicação social (Jornais, Rádios e Tevês) de Curitiba que possuam departamento de jornalismo, e também com alunos egressos, formados no ano de 1999 e 2000.

A escolha do questionário como ferramenta de pesquisa deve-se ao fato de mesmo constituir o meio mais rápido e barato de obtenção de informações, além de garantir o anonimato (Gil, 1999). Estes critérios que personificam o questionário, facilitam a obtenção de informações necessárias, sem que as pessoas que fazem parte do mercado de trabalho ou os alunos egressos, sintam-se constrangidos diante de informações sobre sua formação ou mesmo sobre os recém formados contratados pelos veículos de comunicação em Curitiba.

A análise, via questionário, será feita para dois tipos distintos de amostra, um composto por cinco questões fechadas e duas abertas, destinadas para alunos egressos do curso de jornalismo, formados nos anos de 1999 e 2000. Outro questionário, composto por três questões fechadas simples, uma questão fechada com desdobramento para mais cinco questões fechadas e duas questões abertas, destinada a Chefes de Redação dos veículos informativos de Curitiba, responsáveis pela contratação de recém formados.

As amostras são probabilísticas intencionais, pois a suposição básica da amostra intencional é que através de bom julgamento e uma estratégia adequada, podem ser escolhidos os casos a serem incluídos e, assim, chegar a amostras que sejam satisfatórias para as necessidades da pesquisa (Mattar, 1996). Os alunos egressos analisados, fazem parte da amostra que compõem os jornalistas sindicalizados em Curitiba, um total de 3.095, onde

286 são os sindicalizados nos anos de 1999/2000, conforme dados fornecidos pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná - SJPP. A pesquisa será realizada por e-mail , para as duas amostras.

Para evitar dúvidas ou dificuldades aos entrevistados, foram realizados dois pré-testes com os questionários em questão: O primeiro realizado pelas professoras Doutoras da Universidade Federal de Santa Catarina: Olga Regina Cardoso e Jane Iara Costa, orientadoras desta dissertação; e outro por profissionais jornalistas e por professores da Universidade Tuiuti do Paraná. Relatório do pré-teste em anexo.

A importância de se realizarem pré-teste em questionários é destacada por Gil na seguinte citação (Gil, p96,2000):

" Procura-se verificar se todas as perguntas foram respondidas adequadamente, se as respostas dadas não denotam dificuldade no entendimento das questões, se as respostas correspondentes às perguntas abertas são passíveis de categorização e de análise, enfim, tudo aquilo que puder implicar a inadequação do questionário enquanto instrumento de coleta de dados".

Outro aspecto pertinente à metodologia do trabalho está na pesquisa bibliográfica, onde serão utilizados fontes bibliográficas sobre o tema, assim como periódicos. A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já

elaborado, constituído, principalmente, de livros e artigos científicos. Para Gil (1999), as fontes bibliográficas são em grande número e podem ser assim classificadas: Livros de leitura corrente; livros de referência: informativa e remissiva; publicações periódicas: jornais e revistas e impressos diversos.

As vantagens e desvantagens da pesquisa bibliográfica podem ser resumidas da seguinte forma (Gil,p50,1999):

"A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Esta vantagem se torna particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço.

A pesquisa bibliográfica também é indispensável nos estudos históricos. Em muitas situações não há outra maneira de conhecer os fatos passados se não com base em dados bibliográficos.

Estas vantagens da pesquisa bibliográfica têm, no entanto, uma contrapartida que pode comprometer em muito a qualidade da pesquisa. Muitas vezes as fontes secundárias apresentam dados coletados ou processados de forma equivocada."

Outro ponto abordado pela pesquisa será um estudo de caso sobre um projeto desenvolvido pela Universidade Tuiuti do Paraná, que buscou unir a

área acadêmica com o mercado de trabalho. O projeto, intitulado "Zine - Página do Estudante", foi desenvolvido em uma parceria entre o curso de Jornalismo da UTP e o jornal Gazeta do Povo. Como método de pesquisa, o estudo de caso pode ser definido como (Gil, p 59,1999):

"Um conjunto de dados que descrevem uma fase ou a totalidade do processo social de uma unidade, em suas várias relações internas e nas suas fixações culturais, quer seja essa unidade uma pessoa, uma família, um profissional, uma instituição social, uma comunidade ou uma nação. "

A pertinência deste estudo de caso se refere ao fato dele retratar a experiência realizada por uma instituição de ensino superior em jornalismo junto a uma empresa jornalística paranaense, desenvolvendo com isso uma aproximação entre o mundo acadêmico e a realidade cotidiana do jornalismo. Este projeto esteve em ação, durante os anos de 98 e 99, tendo como característica principal a atuação dos estudantes em um veículo de grande imprensa diária, sendo monitorados por um professor coordenador. Como este trabalho visa discutir a relação entre o ensino prestado pelas IES, que oferecem o curso de jornalismo em Curitiba, e o mercado de trabalho, o estudo de caso possibilitou a análise de duas extremidades, sendo possível, com isso, estabelecer conclusões sobre esta relação.

5. Matrículas em jornalismo em Curitiba - variação

Dados do INEP - Instituto Nacional de Educação e Pesquisas, divulgados no Censo de Educação Superior 2000, informam que a variação positiva de matrícula, na região Sul do Brasil, no período de 1998 a 1999 foi de 33,1%, nas IES privadas.

Esta é uma realidade que se reflete particularmente na cidade de Curitiba, onde o número total de matrículas no ensino superior chegou a 60.681, sendo 41.759 em IES privadas, conforme dados do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e do IPARDES - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IBGE/IPARDES, 1998).

Curitiba também é sede da primeira universidade brasileira, a Universidade Federal do Paraná- UFPR, com 89 anos. Foi na UFPR que surgiu o primeiro curso universitário de Jornalismo em Curitiba, inaugurado em 1965. Hoje a UFPR oferece 30 vagas para o curso(www.ufpr.br) . Além do ensino público, oferecido pela Federal, a ampliação do número de vagas para o curso de Jornalismo em Curitiba deve-se principalmente às IES particulares, desta forma relacionadas:

- * **PUC** - Pontifícia Universidade Católica do Paraná: 120 vagas/ano
- * **UTP** - Universidade Tuiuti do Paraná: 200 vagas/ano
- * **Centro Universitário Positivo** : 100 vagas/ano

* **Uniandrade** - 100 vagas/ano

Seguindo a mesma proposta do Ministério da Educação e Cultura, faculdades isoladas também entraram no mercado:

Faculdade Essei - 100 vagas /ano

Faculdades Opet - 100 vagas /ano

Faculdades Unibrasil - 100 vagas /ano

Faculdades Hoyler - 70 vagas /ano. (A Faculdade Hoyler optou por fechar as turmas de Jornalismo a partir de 2001, transferindo os alunos para outras instituições particulares).

As IES que possuem turmas no quarto ano de Jornalismo são a PUC, UFPR e UTP, sendo que a previsão é de que aproximadamente 200 recém-formados vão ingressar no mercado de trabalho em 2002.

Em 2001 foram oferecidas, ao todo, 850 vagas para cursos de Jornalismo localizados em Curitiba, indicando considerável aumento na oferta devido aos diversos cursos instalados na cidade recentemente. A estimativa é que, daqui a quatro anos, somando-se todos os cursos, aproximadamente 800 novos jornalistas entrem anualmente no mercado de trabalho.

5.1. Mercado de Comunicação Curitibano

Mapear o mercado de comunicação em Curitiba não é muito fácil, já que a profissão pode se desdobrar em emprego em jornais, revistas, rádios e tvs, como também em inúmeras assessorias de imprensa, sejam elas empresas particulares prestadoras de serviços em comunicação, como também em departamentos de comunicação de grandes empresas ou mesmo na esfera pública. Por esse motivo, para efeito de pesquisa, foram considerados o mercado que compreende jornais diários, rádios que mantêm um departamento de jornalismo e emissoras de tevê, onde foi realizada uma pesquisa censitária. Esta pesquisa é aconselhada quando se têm uma população pequena e porque os dados dessas são facilmente obtíveis (Mattar, 1996).

Em Curitiba atuam 11 rádios AM e 11 FM (AERP- Associação de Emissoras Radiofônicas do Paraná) , 8 jornais diários (Sindijor - Sindicato dos jornais e revistas do Estado do Paraná) e 5 emissoras de televisão.

5.2. Resultados da Pesquisa com o Mercado

A pesquisa realizada com o mercado pode ser considerada como censitária (Mattar, 1996), já que o universo pesquisado esteve restrito a empresas jornalísticas curitibanas que possuem departamento de jornalismo.

São elas, Jornal Gazeta do Povo, Jornal Estado do Paraná, Jornal Folha do Paraná, Jornal do Boqueirão, Jornal Primeira Hora, Rede Paranaense de

Televisão, Rede Bandeirantes de Televisão, Rádio CBN Paraná-FM, Rádio Clube Paranaense -AM e Rádio Exclusiva - FM.

A Pesquisa foi feita através de um questionário enviado por e-mail aos chefes de redação desses veículos, responsáveis por contratação de recém-formados. O Objetivo desse questionário é detectar as principais falhas na formação desses jovens profissionais e com isso estabelecer um rol de necessidades na adequação do serviço educacional proporcionado pelas IES em relação ao mercado. Não que as IES devam pautar-se pelo mercado, exercendo um trabalho meramente tecnicista, mas mapear até que ponto esse profissional recém-formado está à margem do exercício profissional do jornalismo.

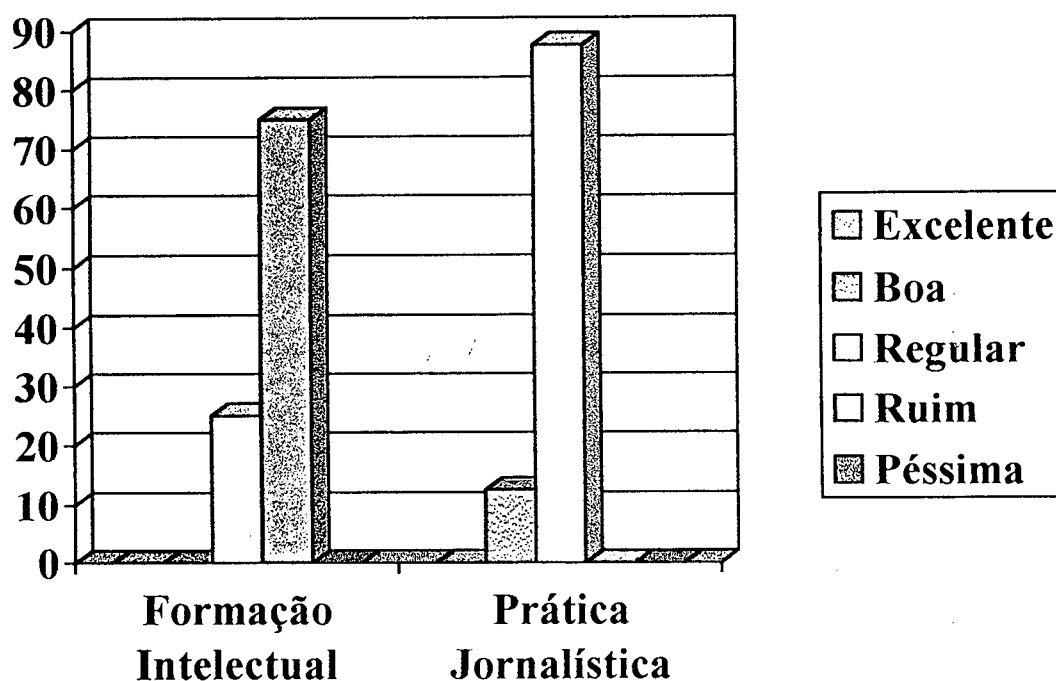
Dos dez questionários enviados, retornaram nove. No questionário que não retornou foi possível observar que não houve erro de endereço, mas, por algum motivo, não foi respondido. Os erros de não respostas são considerados, podendo ocorrer em maior grau quando realizados por correio, neste caso correio eletrônico. Mattar considera que essas falhas ocorrem por mudança de endereço, ou falta de motivação em responder a pesquisa. (Mattar, 1996)

Considerando que do universo pesquisado apenas um veículo não retornou, os resultados da pesquisa levarão em conta as questionários que obtiveram êxito.

Diante da análise das respostas, o resultado a que se chega, tendo como base a opinião do mercado diante dos recém-formados, e do serviço prestados pelas IES em Curitiba, é que existe uma defasagem em relação ao que o mercado exige como trabalho profissional e o resultado obtido por esses alunos em sua formação.

Os profissionais questionados deixaram claro que uma das principais carências é quanto à formação intelectual, isto é, conhecimentos gerais, que supera a deficiência no aspecto prático, tanto para a televisão, jornal impresso ou radiojornalismo. O gráfico a seguir demonstra a opinião dos profissionais em relação a estes aspectos:

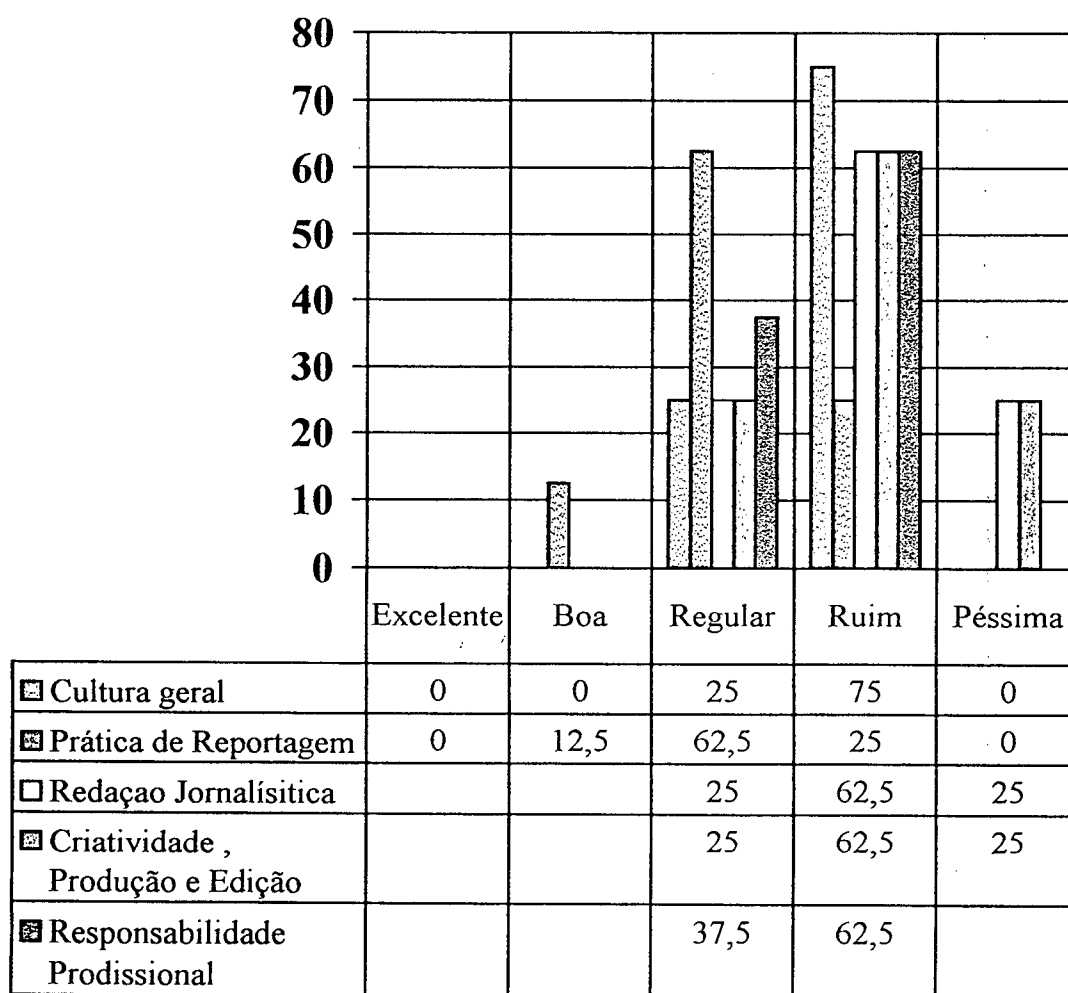
Gráfico 1: **Avaliação do mercado de profissionais recém-formados**



Fonte: Dados Primários (2001)

Quanto aos critérios específicos do jornalismo, sobre temas como Cultura Geral, Prática de Reportagem, Prática e Redação Jornalística, Criatividade, Produção e Edição, e Responsabilidade Social, as respostas mantiveram-se dentro do mesmo patamar, onde observa-se a tendência em qualificar os recém-formados entre "regular" e "ruim", como pode ser observado no gráfico a seguir:

Gráfico 2: Aspectos específicos de jornalismo



Fonte: Dados Primários (2001)

Quando analisa-se as questões abertas percebe-se a manutenção das mesmas opiniões, sendo conveniente lembrar o fato de que os profissionais que as responderam estão nas redações há mais de quatro anos e sofrendo as modificações que, principalmente a tecnologia, exerce na profissão.

A questão que mais interfere na qualidade do profissional dos recém-formados, segundo resultados da pesquisa, é a que trata da formação em cultura geral capaz de gerar a intelectualidade pertinente à prática e ao exercício profissional, fato esse que é a base para que se realize um trabalho jornalístico de qualidade.

5.3 Resultado da pesquisa com recém-formados

Na pesquisa realizada com profissionais recém-formados em jornalismo foi adotada a seguinte metodologia. As amostras são probabilísticas intencionais, pois a suposição básica da amostra intencional é que, com bom julgamento e uma estratégia adequada, podem ser escolhidos os casos a serem incluídos e, assim, chegar a amostras que sejam satisfatórias para as necessidades da pesquisa (Mattar, 1996). Desta maneira, os recém-formados foram escolhidos a partir do banco de dados do Sindicato dos Jornalistas do Paraná, onde foi selecionada a amostra de 286 jornalistas que obtiveram o credenciamento nos anos de 1999 e 2000.

Os questionários foram enviados por e-mail, com retorno de 76 questionários respondidos, 26.5%. A não resposta deveu-se, principalmente, como endereço eletrônico não existente, respostas remetidas pelos provedores. Embora não seja o ideal, a taxa alta de não resposta é uma das características das pesquisas via correio (Mattar, 1996).

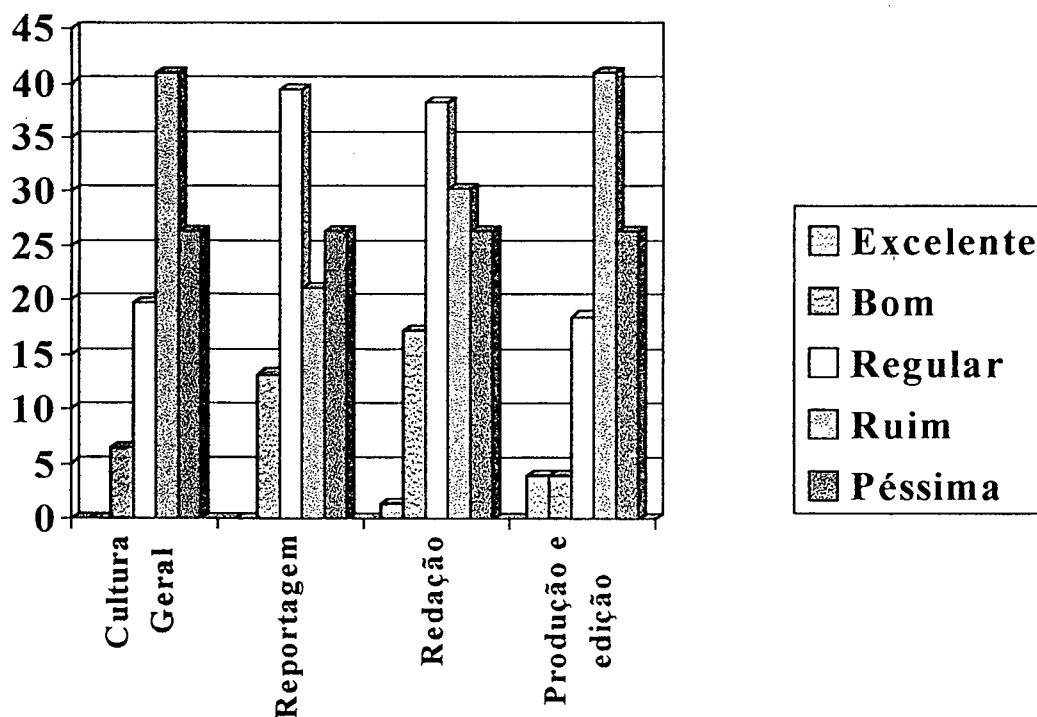
Do universo pesquisado não foi considerada a IES em que esses profissionais foram formados, para se obter uma legitimidade e parcialidade nos resultados.

Assim como os chefes de redação, os jovens profissionais também questionam a qualidade do ensino em jornalismo. Nas questões que abordam o desempenho como aluno de comunicação, apenas 13,15% consideraram seu aproveitamento como "excelente"; enquanto que 46,85% acharam boa sua performance e 40% "regular".

Quanto ao aprendizado teórico, 53,94% afirmaram que tiveram um desempenho "regular", 26,31% "bom" e 19,73% acham que seu desempenho foi "ruim".

Os aspectos específicos da profissão também obtiveram a média "regular", assim como na avaliação feita pelos profissionais e chefes de redação. No quadro a seguir é possível relacionar a opinião dos recém-formados:

Gráfico 3 Aspectos do conhecimento em jornalismo



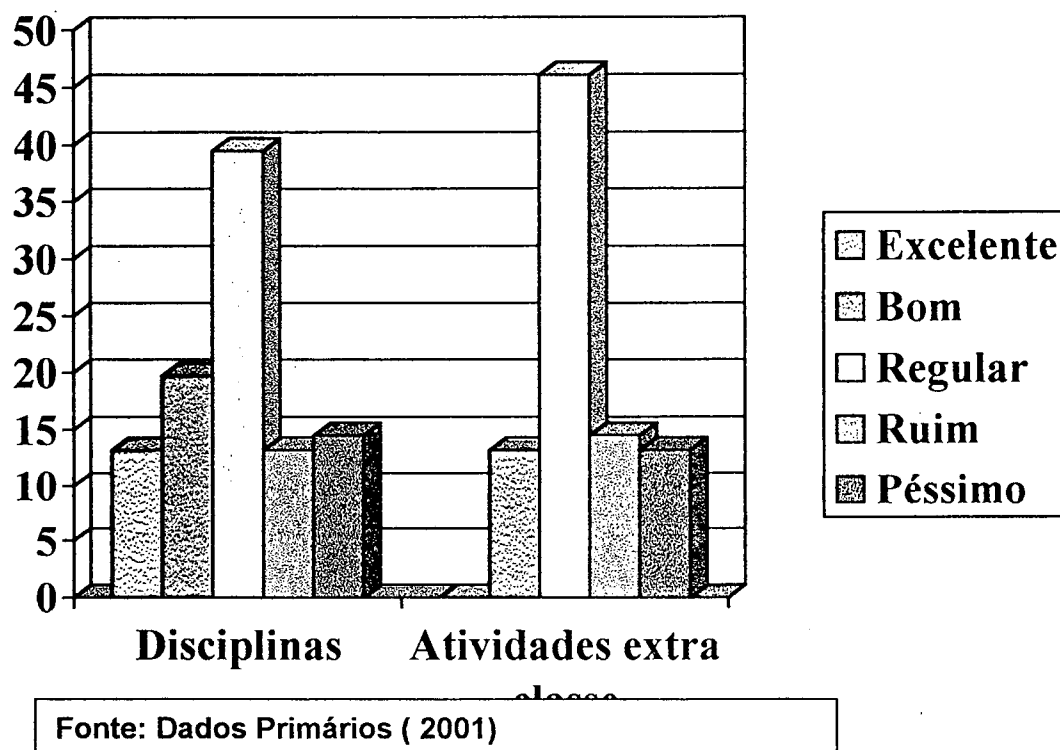
Fonte: Dados Primários (2001)

Considerando o fato de que as avaliações respondidas pelos alunos recém-formados são, basicamente, sobre as IES que freqüentaram, e que correspondem às instituições que formaram em Jornalismo no ano 1998/1999, em Curitiba, restringe-se o universo de IES para PUC - Pontifícia Universidade - Católica do Paraná, UFPR - Universidade Federal do Paraná e UTP Universidade Tuiuti do Paraná.

Quando inquiridos sobre a nota, de um a dez, que dariam às IES que freqüentaram, 19,73% deram nota 5,0(cinco), 35,52% nota 6,0 (seis), 27,63% nota 7,0(sete) e 17,10% deram nota 8,0 (oito).

As avaliações do curso freqüentado sobre as disciplinas cursadas e atividades extra-classe como seminários, palestras, atividades de extensão, oficinas, visitas, estão expressas no gráfico a seguir:

Gráfico 4 - Avaliação do curso freqüentado



As instalações das IES também foram analisadas. Quanto ao desempenho da biblioteca 7,89% dos alunos responderam que é excelente, 19,73% acham "boa", 42,10% afirmam que é "regular", 23,31% "ruim" e 6.5% "péssimo". Os laboratórios de redação, telejornalismo, rádiojornalismo e fotojornalismo também receberam pontuações, ficando com 21,05% para condições "boas", 39,47% para "regulares", 26,31% para "ruins", 13,15% "péssimos" e nenhuma indicação para "excelente".

Nas questões abertas ficou clara a opinião dos entrevistados quanto a qualidade de ensino prestado por estas IES. A preocupação constante é quanto a qualificação dos professores, relação destes com o mercado, laboratórios mais condizentes com a realidade das instituições, relação equipamento/aluno, e quanto à realidade do mercado estar tão longe do que se prega na escola. As sugestões para melhoria do sistema passam, por essas adequações, professores qualificados, laboratórios eficientes e uma aproximação entre escola e mercado de trabalho.

5.4 Conclusões da pesquisa

O resultado dos questionários feitos com profissionais recém-formados e profissionais que atuam no mercado há mais de quatro anos e desempenham funções de comando nos veículos de comunicação, permite observar que há quase uma unanimidade em relação aos serviços prestado pela IES.

Estes serviços educacionais estão deixando a desejar quanto a formação do profissional que o mercado espera. Isto acontece porque as IES estão distantes das modificação que ocorrem no trabalho jornalístico. Outro dado importante levantado, principalmente nas questões abertas, foi quanto às dificuldades em relação ao perfil profissional, formado a partir da busca pelo conhecimento intelectual e ética profissional, considerados critérios

fundamentais para os jornalistas e que deveriam ser melhor trabalhados pelas escolas.

Por outro lado, a pesquisa feita com os profissionais recém-formados mostra as mesmas carências apontadas pelo mercado, isto é, instituições com deficiência na formação e na prestação de seus serviços educacionais, seja por falta de equipamento ou de professores qualificados. Outro item valorizado foi a deficiência na articulação entre as disciplinas teóricas e práticas e a proximidade com a dinâmica do mercado de trabalho.

6.0 Estudo de Caso - Projeto Zine

O presente Estudo de Caso foi realizado a partir de um projeto de extensão desenvolvido pela Universidade Tuiuti do Paraná, junto ao Curso de Jornalismo no período de 1996 a 1998.

As novas condições educacionais e tecnológicas impostas às universidades nos últimos anos, obrigando que adotassem rapidamente mudanças criativas quanto a produção acadêmica e a própria relação com a comunidade, foram os fatores que propiciaram o desenvolvimento do Projeto Zine, que reuniu as atividades de jornalismo e ajudou a moldar uma nova imagem pública para o curso de Jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná, localizado na cidade de Curitiba, Paraná.

O desafio para a instituição era a construção de um melhor conceito para o curso e, a exigência de um trabalho diferenciado e até mesmo com riscos desconhecidos, era prioritário. O primeiro passo foi avaliar a produção do curso de jornalismo, com o objetivo de romper as barreiras e superar limites.

Constatado o desejo de que o curso pudesse melhorar suas atividades práticas, que incluíam um jornal-laboratório ainda sem público nem periodicidade definida e práticas laboratoriais de rádio e televisão distanciadas da realidade, a equipe encarregada pelo Projeto Zine acreditou que fosse possível romper com tudo o que já haviam realizado no curso até então.

O projeto pretendia atender à prática e capacitação acadêmica em jornalismo impresso, iniciativa que deveria elevar o conceito do curso perante a comunidade em geral. Na realidade, tratou-se de um projeto que envolveu duas frentes, de um lado a produção semanal de jornalismo, e de outro, o estabelecimento de relações com o mercado de trabalho, através do vínculo direto dos estudantes com o público leitor de um grande jornal diário.

A concretização do projeto foi viabilizada quando o jornal Gazeta do Povo, diário de maior circulação no Paraná, lançou o Caderno FUN, com doze páginas semanais. Destas, duas páginas foram destinadas aos alunos de jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná. Com o título de "Zine - Página do Estudante" deu-se início a um projeto que existiu no período de 1996 até 1998. A origem do nome surgiu, na prática, de uma simples divisão da palavra "Funzine", que significa "diversão" ou "entretenimento" da tradução inglesa.

Na mesma época, outros cadernos jornalísticos do mesmo gênero foram desenvolvidos, por jornais diários de importância nacional. A Folha de São Paulo lançou o "Folhateen" e o "Caderno ZAP" foi inaugurado pelo O Estado de São Paulo. Em geral essas publicações trazem matérias destinadas ao universo jovem: quadrinhos, games, música, sexo, comportamento, vestibular etc.

Além disso, tratou-se de um projeto onde o trabalho acadêmico estava sendo criticado e analisado semanalmente, não só por professores mas, também pelos próprios leitores do jornal. A produção da Página Zine não contava só com os artifícios de sala-de-aula, porque quando se fala em jornalismo real, vê-se imediatamente a “resposta” do consumidor da informação. Quando consideram-se todas as dificuldades inerentes à própria estrutura que mantém projetos dessa natureza, constatou-se que muito mais difícil do que “fazer” jornalismo real, é fazer jornalismo de laboratório que seja também real.

Mostrar a importância de projetos práticos extra-curriculares foi também um dos desafios do projeto, porque quando o material de “laboratório” foi para o público, a crença do coordenador era de que a mínima possibilidade de um insucesso pareceria ainda ser melhor do que o sucesso restrito a um simples tubo de ensaio.

O Brasil é um país rico em cursos de jornalismo: São centenas deles, responsáveis pela formação de profissionais que têm pela frente um mercado composto por cerca de 300 jornais diários e mais de mil jornais e revistas com periodicidade semanal e mensal. Aproximadamente 70 mil jornalistas trabalham no país, metade deles egressos de cursos universitários. Muitos estão ligados a veículos como jornal, rádio, televisão, agências de notícias, (ABI - Associação Brasileira de Imprensa.-1996), ou assessorias de imprensa, mas ainda assim uma das grandes preocupações quanto à formação de novos

profissionais continua sendo sobre a capacidade deles exercerem competentemente suas funções. Isso porque há muitas queixas quanto à qualidade técnica e de conteúdo dos “novatos”, que na realidade são resultado das dificuldades que enfrentam os próprios cursos (qualificação e experiência de professores, recursos financeiros, organização e planejamento pedagógico, auto-avaliação etc.), e ainda da má qualidade no ensino de 1º e 2º graus.

Neste sentido, professores e especialistas procuram meios para desenvolver projetos práticos associados ao amadurecimento teórico, o que possibilitaria ao estudante sair da universidade em melhores condições de enfrentar o mercado de trabalho, além de contribuir no desenvolvimento de novas iniciativas.

Projetos dessa natureza, normalmente, estão vinculados às exigências curriculares, tal como o “projeto experimental”, em que alunos do último ano do curso desenvolvem trabalhos práticos e teóricos nas áreas de rádio, tevê ou jornal impresso, e também o “jornal-laboratório”, cuja participação é obrigatória em pelo menos oito edições.

De fato, um dos grandes problemas enfrentados pela maioria de professores e estudantes de jornalismo está ligado à viabilidade prática e real de seus projetos, que muitas vezes estão mais voltados ao “lado experimental, sendo importantes enquanto experimento, mas ainda insuficientes quando comparados à vivência e aprendizado possíveis com o exercício de campo em

forma e conteúdo" (Coordenador do Projeto Zine- jornalista, professor e Mestre em Comunicação Social, Edgard Melech).

6.1 Integração Produtiva

O Projeto Zine envolveu 59 estudantes e aproximadamente 50 mil de leitores das sextas-feiras, dados do Jornal Gazeta do Povo. Essa integração entre a universidade e a empresa jornalística, e conseqüentemente com a própria comunidade, possibilitou a produção de matérias feitas por estudantes, sob a orientação e coordenação do professor Edgard Cesar Melech, pertencente a Universidade Tuiuti do Paraná, com o apoio dos editores do Jornal Gazeta do Povo. O trabalho sofreu uma auto-crítica constante, cujo objetivo foi sondar e avaliar o desempenho acadêmico. Além disso, foram coletadas informações teóricas e práticas de interesse científico, possibilitando determinados graus de evolução e melhoria da qualidade de todos e de cada um dos envolvidos. Buscou-se identificar pontos referenciais que auxiliassem na melhor performance teórica-metodológica, possibilitando a "Página Zine" não se constituir apenas em um espaço em que estudantes praticassem jornalismo, mas que se desenvolvessem como mediadores sociais da informação.

6.2 A implantação do projeto

O início do Projeto Zine passou por algumas dificuldades. Na verdade, foi um período em que grandes jornais também pensaram em fazer

jornalismo para adolescentes, por tratar-se de um filão de mercado ainda pouco explorado pela mídia impressa brasileira. A idéia era de que fosse possível fechar uma página semanal de serviços para os estudantes, leitores do jornal Gazeta do Povo, com a faixa etária variava entre os 14 e 19 anos. O projeto previa o patrocínio por uma empresa privada, através de anúncio de quarto de página, mas nas primeiras semanas a empresa retirou seu apoio financeiro. Com a ameaça de que o projeto tivesse chegado ao fim, a informação de que repórteres, editores e, principalmente, muitos leitores do jornal tinham gostado das primeiras produções, possibilitou a continuidade do projeto.

As primeiras pautas assustaram muito mais, não porque o trabalho teria que ser realizado no mesmo ritmo do jornal, mas porque seria produzido para "alguém de fora". O desafio maior era que, quando as matérias fossem publicadas, os leitores não seriam somente os colegas e professores da faculdade, acostumados ao jornal-laboratório, mas milhares de adolescentes famintos por temas que se identificassem ao seu perfil. Daí é fácil perceber os temores quanto à condição de que uma equipe universitária pudesse fazer algo realmente em nível profissional durante vários meses, inclusive nos feriados e ainda durante as férias escolares.

Por três meses, a partir de junho de 1996, alunos e professor produziram uma página standard semanal e em outubro do mesmo ano passaram a fechar duas páginas. Nessa época a produção chegou a pelo

menos cinco matérias/semana, o que alterou a comportada vida acadêmica. Por outro lado, o receio quanto a um possível fracasso foi aos poucos sendo substituído pelo entusiasmo.

O objetivo do projeto era apresentar algo novo para um público que , parecia cansado daquele jornalismo com fórmula convencional. O que se fez foi buscar uma estética mais agressiva e com aspecto visual mais surrealista, procurando manter a estrutura informacional. Mesmo assim o empreendimento obteve um razoável "sucesso".

A metodologia do projeto foi realizada dentro de um sistema "livre" quanto à participação acadêmica, sem a estrutura tradicional (presenças, avaliações etc.), mas foi dado enfoque à iniciativa do aluno. Esta sistemática permitiu uma seleção natural, sem qualquer imposição, pois o projeto esteve sempre aberto para quem desejasse participar.

As condições industriais que o processo jornalístico envolve, pois a notícia é, no fim de tudo, um "produto" da sociedade de informações (Medina,1999), obrigou o envolvimento operacional que atingiu todas as fases produtivas, desde o estabelecimento das pautas até o jornal impresso. Os detalhes de como surge uma pauta, um tema em particular, de como o repórter faz seu trabalho, das falhas e dos problemas no fechamento de cada edição - este foi o conteúdo experimentado na Página Zine.

Mas quem via a página já feita, toda sexta pela manhã, talvez não imaginasse quanto foi difícil realizar o trabalho, principalmente porque os cursos em geral ainda não têm a cultura da produção de jornalismo prático, que envolva periodicidade. Normalmente, as aulas iniciam em fevereiro e findam em junho para as férias de inverno; recomeçam em agosto e findam novamente em dezembro. Todo o planejamento para a educação brasileira segue esta norma de tempo, em que se considera pausas para férias, finais-de-semana e feriados. Esse calendário acadêmico em muito difere da agitação de um jornal diário, que mantém um ritmo intenso quanto a produção e distribuição de informações.

"Algumas vezes o exagerado academicismo das universidades e dos cursos de jornalismo em geral é muito criticado e há nisso uma boa dose de justiça. Não porque a escola esteja atrasada, mas porque muitas vezes se acomoda em relação à realidade"(Edgard Cesar Melech). No projeto Zine estudantes foram estimulados a repensar, por exemplo, esse conceito de "férias", não só porque impelidos pela indústria jornalística, mas principalmente porque as matérias e as páginas tinham que sair, que editores e os leitores não iriam aceitar desculpas do tipo "...recomeçamos quando as férias terminarem..." ou "...hoje não há aula e por isso não vou entregar minha matéria...".

Na prática, a cobrança é fundamental para que se estabeleça um ritmo de trabalho e também porque o envolvimento constante, periódico e empreendedor proporciona experiência e amadurecimento. Por outro lado,

desde o início, do ponto de vista jornalístico, o projeto Zine empenhou-se em Ter um trabalho bem acabado, digno de ser veiculado. Isso trouxe inúmeras preocupações quanto ao conteúdo, abrangência, texto e estética fotográfica, além é claro de uma busca pelo público, que em suma é o consumidor final.

Para tanto, foram considerados fatores como a faixa etária do leitor, o poder sócio-econômico, nível educacional, os temas de maior interesse etc. A base dessa proposta foi produzir matérias jornalísticas que incentivassem a manifestação, fosse através de elogios, críticas, cartas, telefonemas, fax ou via Internet. E isso foi tão positivo que muitas das pautas surgiram a partir de sugestões de leitores.

6.3 Liberdade de participação

A coordenação nunca esperou que todos os alunos do curso de jornalismo se interessassem pelo projeto, pois há estudantes que desejam escrever para jornal, alguns para rádio e outros para TV, e também há aqueles não querem saber de nada. Por isso, a opção foi fazer um projeto onde a sistemática formal de avaliação acadêmica seria cobrada apenas no conteúdo do trabalho e não nos tradicionais conceitos ou notas, bem como presenças ou faltas.

Antes de definir as metas de cada candidato ao trabalho prático, no entanto, foi necessário considerar a capacidade individual para a

reportagem e para a escrita, já que estudantes de todos os períodos do curso se inscreveram. Neste contexto e considerando a experiência vivida no desenvolvimento do projeto, foi possível considerar a responsabilidade dos coordenadores (professor da instituição e editores do jornal) ao avaliarem a potencialidade de cada acadêmico, orientá-lo, ensiná-lo. Mas isto nem sempre ocorreu e pode ser feito de forma personalizada. Os exemplos da produção de matérias para a Página Zine mostraram que não é possível estabelecer com certeza matemática que determinado aluno, no final do último ano do curso, saberá escrever tão bem quando um jornalista que esteja na ativa há vários anos. Isto porque formandos das melhores universidades entram no mercado ainda "frios" e, considerava-se também, o fato de boa parte dos participantes do Zine pertencerem a turmas dos primeiros anos do curso, que ainda não tinham adquirido qualquer noção técnica de reportagem e texto jornalístico.

Algumas matérias foram feitas com "boa vontade", e mesmo sob orientação, ainda assim os resultados não atingiram um "nível profissional" desejado. Muitas vezes, coordenador do projeto e editores foram obrigados a interferir no texto, alterando palavras ou até parágrafos. Percebeu-se que, conforme a participação do aluno aumentava, a qualidade do texto refletia um grau de amadurecimento que se equivalia àquela vivenciada por jornalistas experientes. Alguns participantes, inclusive, passaram a assumir tarefas extras, tais como ajuda na produção de pautas, acompanhamento e revisão de matérias, além de colaborarem na produção de colunas especiais.

Mas apesar de o projeto constituir-se num importante espaço à publicação de matérias (inclusive assinadas), mesmo assim a participação acadêmica ficou a desejar se considerados fatores qualitativos e quantitativos. Seja porque havia alunos que não se interessaram por matérias comportamentais ou não queriam fazer textos para público adolescente. A experiência mostrou que o fazer jornalístico não é para qualquer um. Exige dedicação, paciência, tempo, busca de informações, tenacidade, perseverança e ética. Isto prova que o chamamento e a participação são processos que envolvem, além dos aspectos acadêmicos e pedagógicos, a própria "seleção natural" calcada na vontade e interesse dos estudantes de jornalismo.

Projeto Zine - Aluno /trabalho	nº
Número de alunos que se inscreveram no projeto	110
Alunos que não publicaram matérias no período	59
Alunos com 02 ou mais matérias publicadas no período	16
Alunos com 01 matéria publicada no período:	35
Alunos que publicaram matérias no período	51
Alunos que publicaram fotos no período	04

Devido ao grande interesse inicial, 110 alunos se inscreveram no projeto Zine. Destes, 51 concluíram suas pautas, fizeram reportagens e textos e, por fim, tiveram matérias publicadas, enquanto os demais inscritos (59) apenas demonstraram interesse em colocar seus nomes

na ficha de inscrição. Alguns deles, no entanto, participaram efetivamente após o período inicial de doze meses.

Dos inscritos que tiveram material publicado, 35 limitaram essa participação a somente uma matéria no período analisado, enquanto que 16 alunos publicaram duas matérias ou mais até abril de 97, e apenas 6 publicaram três matérias ou mais. Dentre os inscritos que mais produziram, alguns publicaram até mais que 10 matérias. Estes foram alunos que demonstraram elevado senso participativo, capacidade produtiva e qualidade no tratamento do material jornalístico.

6.4 Avaliação dos textos

Quando o projeto Zine foi iniciado havia expectativas erradas por parte de alguns estudantes, que presumiam a possibilidade de escreverem "aquilo que bem entendessem". Além disso, consideravam seus textos "irretocáveis", objetos pessoais de um só dono. Porém, convencionou-se que todas as matérias teriam que ser revisadas ou reescritas, mas que isso dependeria da qualidade dos textos entregues. A maioria entendeu que a revisão editorial (aquela que não se limita a corrigir apenas falhas ortográficas) pode ser um procedimento normal em jornalismo, e que existe para melhorar o trabalho final, sem alterar o conteúdo da matéria. Além disso, considerou-se ainda que o aluno, após entregar o primeiro texto ao professor-coordenador, receberia uma orientação contínua para que melhorasse seu desempenho,

seja do ponto de vista ortográfico e linguagem jornalística, ou mesmo de conteúdo, citações, estilo e qualidade de informação.

Este trabalho resultou em muitos ganhos qualitativos, haja vista que 16 estudantes publicaram mais de duas matérias, volume e qualidade de produção que refletiram amadurecimento em relação ao período inicial. Dentre eles, alguns passaram a ser conhecidos publicamente, devido ao fato de as matérias serem assinadas. Essa produção “não-laboratorial” provou ajudar o aluno em vários sentidos. O mais importante foi a satisfação do primeiro trabalho publicado, a somatória da responsabilidade perante os entrevistados, o conceito perante professores, colegas e parentes, e o impulso inicial que todo jornalista merece. Publicar uma ou mais reportagens em jornal impresso com mais de 50 mil exemplares refletiu um peso documental e o possível resultado disso foi o crescimento pessoal e profissional dos envolvidos no projeto, bem como a melhoria da imagem pública do próprio curso de jornalismo da Universidade Tuiutii do Paraná.

5.6 Qualidade e Produtividade

O esforço em favor do profissionalismo passa pela questão da produtividade, uma das carências detectadas pelo projeto foi quanto a formação de nível secundário, de base cultural, filosófica e política, para que

possa corresponder às exigências de velocidade e de qualidade na reportagem, redação e edição. O quadro abaixo mostra esse particular:

Número de matérias publicadas	
Total de páginas veiculadas	66
Total de matérias publicadas	78
Total de colunas sobre profissões publicadas	35
Total de matérias publicadas	113
Total de fotos publicadas	13

Dados coordenação de Comunicação Social UTP- Universidade Tuiuti do Paraná

6.6 Escrever ainda é problema

O fato é que a habilidade de colher informações, interpretá-las e escrever é a principal ferramenta que o jornalista deve dispor. Existem outras também importantes, como raciocínio, memória, organização e criatividade, mas saber organizar idéias, estruturar frases, repassar informações num texto jornalístico é ainda o melhor caminho para a conquista profissional.

Se a capacidade de escrever revela-se como uma das principais exigências no acesso ao mercado de trabalho, de outro também os cursos de jornalismo sofrem impacto a partir desse mesmo problema. Se um recém-formado escreve mal, dizem, a culpa maior caberia aos próprios cursos, que não mantêm suficiente nível de qualidade, auto-avaliação e produção. A expectativa da maioria, aliás, é chegar ao último ano do curso com o domínio

das técnicas de redação, o que não ocorre plenamente em nenhuma escola do país. Os motivos nem sempre estão ligados à qualidade dos cursos, mas também às carências do ensino médio, bem como às aquelas sociais, econômicas e culturais. Há necessidade que algumas posturas curriculares sejam revistas e adequadas à realidade .

O projeto Zine procurou ser um elemento alternativo e enriquecedor do currículo, mesmo estando fora dele. Estudantes puderam sugerir pautas, fazer reportagens e escrever para um espaço com publicação periódica, de público definido e com exigência quanto ao nível de qualidade. Nele não havia como reprovar ou emitir qualquer nota ao participante, porque a metodologia, sistemática de produção e avaliação voltaram-se às necessidades da informação e interpretação jornalística.

Em suma, fechar a Página Zine toda semana foi o que importou, pois seria inaceitável fazer jornalismo prático sem que se assumisse o compromisso da periodicidade. Foi necessário, neste contexto, identificar os vários problemas e as muitas falhas. Dentre as dificuldades localizadas no decorrer dos últimos meses pela equipe, destacam-se:

1 - Na elaboração das pautas:

Em geral os alunos preferiram temas de pautas já elaborados, seja por sugestão do professor coordenador do projeto ou mesmo dos editores da Gazeta do Povo. Conhecedores desses temas, alguns desenvolveram e

aprimoraram as pautas, mas a maioria preferiu receber o material já pronto. Raros foram os alunos que trabalharam voltados para determinadas pautas, normalmente especializadas em música, informática e lazer. Esta sistemática acabou viabilizando e facilitando a produção de matérias, mas por outro lado criou dificuldades quanto aos conteúdos, já que pautas bem produzidas ajudam o repórter a desenvolver textos mais completos. Este foi o problema que mais exigiu atenção, pois as pautas tornaram-se "ponto de honra" e referência obrigatória.

Nas primeiras semanas, definiu-se que alguns alunos ficariam encarregados da pauta. Mas a idéia não funcionou por vários motivos, dentre os quais a não obrigatoriedade de prestar contas "oficiais", já que o projeto não emitia nota ou frequência da forma tradicional. Daí em diante, o coordenador da Página Zine passou a reunir todas as sugestões de pauta feitas pelos acadêmicos, e também a distribuir pautas para outros. Este foi um processo simplificado que gerou resultados, mas que talvez pudesse melhorar com a participação de um conselho editorial formado por estudantes de jornalismo e público leitor.

2. Na prática de reportagem:

É certo que para fazer reportagem são necessárias boas pautas, com informações e dados interessantes sobre o tema a ser trabalhado. Mas não é só isso. A observação constante e rotineira dos estudantes possibilitou criar a hipótese que esta atividade exige, além do já conhecido "faro"

jornalístico, aptidões como paciência, organização, interesse, pesquisa e, principalmente, facilidade de comunicação com as fontes. No projeto ficou claro que muitos estudantes têm de superar uma “barreira invisível” quando trata-se de conversar com as pessoas, perguntar sobre fatos ligados ao comportamento etc. Se o repórter restringe sua busca pela informação, contatando um número mínimo de fontes e limitando-se aos elementos “mais fáceis” de serem obtidos, o resultado negativo acabará sendo localizado no texto. Quando isso ocorre, há uma ligeira tendência de que o repórter, quando relata, faça sua análise pessoal, que muitas vezes (de forma equivocada) acaba por encobrir a opinião de possíveis fontes.

3. Na produção de fotos:

Nos primeiros meses, a opção da Página Zine foi por fotos “preparadas” ou “pousadas”, pois a equipe acreditava que conseguiria dar um melhor efeito às imagens envolvendo comportamento de adolescentes. Esse estilo, inicialmente, foi bem aceito pelo Jornal, porque inovou na linguagem e mostrava personagens interessantes em fotos movimentadas, mas pousadas. Havia a consciência de que o fotojornalismo exige imagem espontânea, mas havia motivos que nos indicavam a possibilidade quanto a uma produção alternativa. Quando a pauta foi “Medo”, a opção foi uma foto com uma garota com os cabelos arrepiados (de cabeça para baixo) e isto deu o efeito desejado. Na matéria sobre “Programas estranhos para fazer em Curitiba”, publicou-se uma foto-montagem de duas garotas assistindo dezenas de aviões pousar no aeroporto da cidade. Acreditava-se que o jornal Gazeta do Povo, por nunca ter

publicado material daquele tipo, causaria um choque visual no seu leitor - e constatou-se a aprovação dos leitores em geral.

Mas à medida que o tempo passava, era perceptível o desgaste que esse tipo de fotos "feitas sob encomenda" ocasionavam. As fotos começaram a ficar "marcadas" pelo leitor. Parecia que eram sempre iguais, além de que a qualidade caiu muito. Sobre esse tema, a estudante de jornalismo Kátia Michele Bezerra, agora já formada, fez a seguinte observação: A área de fotografia deveria ser um pouco mais integrada com os textos. Observa-se, às vezes, uma certa distância entre texto e fotografia, isto por serem realizados em tempo e locais diferentes. As fotos excessivamente produzidas podem 'cansar', dizer muito enquanto produção e faltar enquanto informação. "

6.7. Questões pertinentes:

1 - Os acadêmicos de jornalismo, a partir do momento em que tivessem a oportunidade de praticar reportagens e textos em nível profissional, com periodicidade e qualidade, poderiam desenvolver-se mais rapidamente e, além disso, demonstrarem desde cedo suas potencialidades?

Resposta -(Coordenador do projeto) : A produção e publicação de 113 matérias e 135 fotos jornalísticas na Página Zine, com periodicidade

semanal e circulação estadual, por si só, foi um importante indicativo do ganho de qualidade. Deve-se considerar que a participação foi limitada em termos de número de acadêmicos mas, por outro lado, os que participaram sabem o quanto amadureceram e também o quanto ainda precisam se desenvolver.

2 - O cotidiano de uma redação jornalística que funcione, mesmo na escola, é fundamental para o crescimento e a assimilação, por parte dos alunos, das técnicas de jornalismo, e isto pode contribuir para reformas e adaptações no sistema pedagógico e nos currículos mínimos, para que os cursos se aproximem mais da realidade?

Resposta (coordenador do projeto): O dia-a-dia jornalístico sempre esteve presente quando da produção da Página Zine. Todos os 51 acadêmicos que buscaram pauta, fizeram reportagem e publicaram suas matérias vivenciaram, de alguma forma, o cotidiano de uma redação jornalística, apesar dos exercícios terem sido realizados fora da redação do jornal. Esta experiência foi possível graças ao “modelo vivo” de trabalho por qual optamos, onde desde a pauta até a edição final houve a certeza de que tratou-se de “jornalismo real”, em que a cobrança não é só pedagógica, em que as fontes sabem que o que disseram “vai ser publicado”, e onde falhas e acertos foram corrigidos em equipe. Estas são práticas exemplares para que estudantes e professores repensem o cotidiano dos cursos de jornalismo em geral, propiciando-lhes idéias e alternativas que possam contribuir com o processo de comunicação e com o desenvolvimento social.

3 - Estabelecer formas de parceria entre professores e estudantes de jornalismo com as empresas de comunicação social seria uma das alternativas para que os cursos compreendam as estruturas organizacionais, industriais e tecnológicas de jornais, rádios e tvs, o que possibilitaria ganhos quantitativos e qualitativos, os quais permitiriam o estabelecimento de novos paradigmas mais aproximados da realidade social, econômica e política?

Resposta (coordenador do projeto): O exercício semanal de um projeto jornalístico possibilitou observar que a aproximação com a realidade faz a universidade aproximar-se da cultura da prática, que sabemos ser baseada em conhecimento teórico mas, ao contrário do modelo educacional adotado por muitas escolas, tem por meta fundamental a materialização. Professores e estudantes não podem ficar à margem do processo organizacional, industrial e tecnológico.

6.8. Conclusões

O Projeto Zine alcançou seus objetivos iniciais, apesar das muitas dificuldades surgidas. Alguns desafios foram superados, contudo, outros ainda precisam ser vencidos através de outros projetos do gênero. O trabalho em equipe precisa contar com o olhar crítico para o interior de sua própria

atividade, bem como reforçar o embasamento teórico calcado em experiências externas, sem esquecer que o processo deve ser dialógico e dialético.

Desta forma, ensino, cotidiano, experiência, informação e a própria vida estarão interligados pela linearidade do conhecimento, mas apesar de tudo, atingidos ainda assim pela subjetividade irregular da imprevisão.

Também importa saber que projetos alternativos são exercícios que não só auxiliam o estudante de jornalismo a praticar a teoria que aprende na escola e na vida, mas principalmente, porque são palco de aprendizados interiores ao desenvolvimento dos currículos, na busca pela formação profissional e pessoal dos indivíduos mediadores sociais da informação.

No Projeto Zine foi possível observar que dentre os alunos que mais produziram, todos revelaram grande interesse em participar, independentemente do seus desempenhos em outras disciplinas do curso. Para isso, dispuseram parte de suas horas reservadas ao lazer (finais de semana, férias e feriados), tudo para que pudessem concluir com êxito suas matérias. Por tratar-se de uma atividade extra-curricular, esses acadêmicos sabiam que no final das contas não haveria notas, chamadas ou diplomas, mas apenas a divulgação pública de seus trabalhos. O objetivo era o de participar da melhor maneira possível - o que certamente viabilizou excelente ganho de aprendizado.

Diferente da sistemática formal de ensino, no projeto também houve um tipo de responsabilidade que foi além da relação aluno-professor. A avaliação quase sempre fica “escondida” nos livros e nos colegiados de cursos, os quais são “reservados” apenas aos principais envolvidos. No caso em análise, não foi difícil entender da impossibilidade de aluno e professor manterem reservas ou segredos sobre o desenvolvimento ou a participação de um ou de outro. Por ser uma atividade de extensão em que a produção foi estampada semanalmente, quem emitiu o conceito final não foi o grupo que “fez”, mas o grupo de “consumiu” (leitores).

7. Conclusões

Após o desenvolvimento deste trabalho foram obtidas conclusões pertinentes a vários aspectos que serão comentados a seguir:

- **Ensino e Estratificação Social**

O ensino de jornalismo sofreu uma grande transformação desde que foi oficializado como ensino superior, em 1947, pelo presidente Getúlio Vargas. Sua evolução acompanhou e se inseriu na cultura educacional brasileira, sofrendo com isso as nuances decorrentes dessa inserção. O ensino superior no Brasil foi, muitas vezes, considerado mais como diferenciador social do que como meio de engrandecimento através da aquisição do conhecimento. Nossa história educacional foi, no princípio, fortemente estruturada dentro desta premissa.

A evolução social e a entrada para a era industrial tornou necessária a profissionalização. Essa nova postura econômica e industrial alterou os parâmetros educacionais, e foi dentro desse meio que surgiram os primeiros cursos superiores de jornalismo; antes, a profissão era exercida por advogados, filósofos e pessoas que tinham interesse na área. Esse interesse passava, muitas vezes, por fatores políticos e econômicos que dominavam a nação da época.

Passados os primeiros momentos da consolidação da profissão, as mudanças políticas ocorridas no Brasil, a partir da década de 60, marcaram novamente as regras que direcionariam o jornalismo. Uma nova cultura se estabeleceria e moldaria o perfil do profissional que era engajado com movimentos sociais ou com o poder político e econômico. Sofrendo com estas alterações, também a própria grade curricular que modificou-se, muitas vezes, mais de acordo com interesses políticos do que pelo conhecimento e da evolução da comunicação social.

- **Consolidação da profissão**

Com a ascensão do país às novas tecnologias e a um mundo onde a qualificação profissional passou a ser medida pela diferenciação entre empresas, o ensino universitário que era visto, muitas vezes, como um meio de estratificação social, passou a ser encarado como a chave para novas oportunidades de emprego ou de crescimento profissional.

Para adaptar-se a este mundo competitivo e globalizado, o ensino em geral tem sofrido profundas reformas, tanto em sua estrutura acadêmica como também em sua maneira de relacionar-se com a sociedade.

Uma das primeiras inovações neste sentido foi a criação da nova LDB- Lei de Diretrizes e Bases, aprovada em 1996, que permitiu, entre outras coisas, a abertura de novos cursos e ampliação no número de vagas para o ensino superior. No entanto, essa ampliação na oferta, ocorreu, principalmente, nas IES particulares.

A crescente privatização do ensino universitário originou um novo ambiente ainda não constatado empiricamente pelas IES, já que a competitividade passou a fazer parte da vida dessas empresas educacionais. Alunos que antes disputavam algumas poucas vagas, agora podem escolher com bastante calma pelo melhor curso. Surgiu, então, uma nova forma de relacionamento entre as empresas educacionais e seus clientes (consumidores) que, por outro lado, buscam mais qualidade na prestação dos serviços educacionais.

- **Relação de vagas e padrões de qualidade**

O aumento do número de vagas no ensino superior privado foi uma das metas do próprio governo mas, para que este aumento não ocorresse sem parâmetros, foram criadas diretrizes curriculares para normatizar a qualidade do ensino prestado, diretrizes estas criadas também a partir de sugestões das próprias IES. Além disso, o próprio mecanismo do PROVÃO - exame nacional de cursos, exerce um papel fiscalizador sobre as instituições.

Essas novas diretrizes transformaram a realidade também para o curso de Jornalismo. Em Curitiba, a partir da vigência da Nova LDB, foram criados 8 cursos de Jornalismo, com a oferta anual de 850 vagas.

- **Objetivos alcançados**

1. Após exaustiva pesquisa em obras pertinentes e pesquisa de campo, realizada através deste trabalho, levando em consideração o aspecto histórico que consolidou o ensino de jornalismo no país e em Curitiba, e o novo ambiente onde estão inseridas as IES particulares curitibanas, levantou-se como resultados que estas instituições não estão conseguindo suprir o mercado com profissionais plenamente capacitados e que, embora o número de ofertas para o curso tenha aumentado e que existam mecanismos de fiscalização quanto à qualidade pelo serviço educacional prestado, ele não está atendendo às expectativas de seus consumidores (alunos e mercado de trabalho).
- 2 Os mecanismos que regulam a qualidade do ensino em Jornalismo, tais como Padrões de Qualidade, Diretrizes Curriculares, Verificação para Criação, Reconhecimento e Provão parecem não ser suficientes, ou estarem incompletos, ainda, para provocar ações mais rápidas e eficazes quanto às transformações exigidas pela sociedade.

- 3 Os profissionais recém-formados estão chegando ao mercado despreparados. Não só no aspecto de domínio técnico em relação aos equipamentos, mas, principalmente, no que se refere ao conhecimento teórico, ético e intelectual, fatores básicos para o desempenho da profissão.
- 4 Os próprios recém-formados consideram sua formação como "ineficiente", sugerindo melhoras em relação à qualificação de professores, laboratórios e atividades que privilegiam o mercado de trabalho.
- 5 Outro fato apontado, após a pesquisa, é que, embora as críticas sejam quase uma unanimidade entre profissionais e recém-formados, o curso de Jornalismo ainda responde por uma grande procura nos vestibulares, fato que corrobora a pesquisa bibliográfica, onde ficou demonstrada a busca pela diferenciação de estrato social, através do acesso ao ensino superior, em detrimento ao interesse pela aquisição de conhecimento.
- 6 A integração entre meios de comunicação e escolas é uma das propostas no sentido de que se diminua o espaço entre o meio acadêmico e o mercado.
- 7 O Estudo de Caso, presente neste trabalho, mostra como uma atividade de extensão universitária possibilita integrar escola e mercado de trabalho, colocando o aluno num ambiente que, mesmo acadêmico, aproxime-se

da realidade prática. O exemplo ajuda a entender que o currículo formal não pode ser flexível. É importante que ele esteja de acordo com as necessidades e que, além dele, as instituições invistam em atividades de extensão e pesquisa - a melhor maneira possível para que os cursos de Jornalismo dêem condições reais de ensino, mas sempre observando que o papel universitário não é copiar o mercado, mas contribuir com ações diferenciadas e inovadoras que contribuam com a sociedade em geral.

7.1 Recomendações para pesquisas futuras

Durante a realização deste trabalho percebeu-se que o tema sugere alguns desdobramentos para análises e pesquisas futuras. Dentre as áreas ainda não abordadas, aqui estão elencadas algumas recomendações:

*** Análise curricular do curso de Jornalismo e adequação do mercado de trabalho.**

A evolução tecnológica que altera os meios de comunicação também transforma o conteúdo veiculado por estas mídias. Este é um dos fatores que acaba corroborando para o distanciamento entre o que acontece na prática e o que ocorre no meio universitário.

*** O perfil dos veículos de comunicação em Curitiba - avaliação da realidade deste mercado**

Não existem dados sistematizados sobre o mercado de trabalho para jornalistas em Curitiba. Levantar o potencial deste mercado, analisando as diversas áreas de atuação destes profissionais, torna-se necessário até para o planejamento de novos cursos.

*** As IES em um mercado competitivo - estratégias de mercado.**

O novo ambiente que se formou no meio universitário ocorreu de forma muito rápida. Alteraram-se padrões estabelecidos que estavam arraigados há muitos anos no meio acadêmico, seja na área político-pedagógica como também na relação de gestão administrativa da empresa de ensino. Torna-se necessário um trabalho de análise que busque determinar uma visão mais abrangente e real deste novo modelo de empresas educacionais.

Fontes Bibliográficas

ARRUDA, José Ricardo Campelo . Políticas e Indicadores da Qualidade na Educação Superior. Rio de Janeiro: Dunya,1997.

CHURCHILL, Jr, PETER, J. Paul. Marketing : criando valor para os clientes. São Paulo: Editora Saraiva, 2000.

COURTIS, John. Marketing de Serviços. São Paulo: Nobel, 1991

FREITAG, Barbara. Escola , Estado e Sociedade. São Paulo: Moraes, 1986.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1991.

GRÖNROOS, Chistian. Marketing: gerenciamento e serviços. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1993.

GUIA DO candidato/vestibular 2001 Universidade Federal do Paraná.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 1998.
Paulo: Mercado das Letras, 2000.

KOTLER, Philip, FOX, Karen F. A. Marketing Estratégico para Instituições Educacionais. São Paulo: Atlas, 1994

LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas,1993

LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade. Técnicas de Pesquisa. São Paulo: Atlas,1996.

LINSINGEN, Irlan von org. et al. Formação do Engenheiro. Florianópolis: Editora da UFSC,1999.

MARTINS, Petrônio G. e LAUGENI, Fernando P. Administração da Produção. São Paulo: Editora Saraiva, 1998.

MATTAR, Fauze N. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas,1996.

www.mec.gov.br janeiro -2001 - Site do Ministério da Educação.

- MEDINA, Cremilda de Araújo. Notícia: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Alfa- Omega, 1998.
- MELO, José Marques, FADUL, Anamaria, SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Ideologia e poder no ensino de comunicação. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.
- MENDES, Dumerval Trigueiro (org). Filosofia da educação brasileira. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.
- MORAES, Silva e. (org.). Universidade na Pós-Modernidade. São Paulo: Mercado das Letras, 2000.
- NISKIER, Arnaldo. Reflexões sobre a Educação Brasileira. Brasília: Conselho Federal de Educação, 1992.
- REVISTA AGITAÇÃO. Educação com qualidade para um futuro melhor. São Paulo, fevereiro/março 1999 p 30.
- RIBEIRO, Maria Luiza Santos. História da Educação Brasileira. Campinas: Autores Associados, 2000.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1989.
- RISTOFF, Dilvo. Universidade em foco: reflexões sobre a educação superior. Florianópolis: Insular, 1999.
- ROCHA, Angela da, CRISTENSEN, Carl, Marketing Teoria e prática no Brasil. São Paulo: Atlas, 1987.
- ROMANELLI, Otaíza de Oliveira. História da Educação no Brasil. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.
- RUDIO, Franz Victor. Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica. Petrópolis: Vozes, 1999.
- SAVIANI, Dermeval. Educação brasileira e sistema. Campinas: Autores Associados, 2000.
- SILVA, Edna Lúcia da, MENEZES, Estera Muszkat. Metodologia da Pesquisa e elaboração de dissertação. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2000.
- SLACK, Nigel, CHAMBERS, Stuart; HARLAND, Christine; HARRISON, Alan; JOHNSTON, Robert. Administração da educação. São Paulo : Atlas, 1997

SODRÉ, Nelson Werneck. História da Burguesia Brasileira . Rio de Janeiro:
Graphia, 1997.

Anexos

Anexos

Relatório do Questionário

Pré-testes

Foram realizados dois pré-testes nos questionários enviados para os profissionais do mercado e para recém-formados.

Primeiro pré-teste: Realizado em Florianópolis com as professoras Doutoras Olga Regina Cardoso e Jane Iara Pereira Costa. Foram sugeridas e acatadas as seguintes modificações:

A inclusão das alternativas : ruins e péssima substituindo a alternativa ineficiente. Isto ocorreu para se evitar um leque muito grande de definições contidas em uma só opção.

A inclusão de duas alternativas abertas, com o objetivo de proporcionar comentários, explicações e esclarecimentos importantes para a interpretação e análise.

Incluída no cabeçalho a apresentação, objetivos e finalidade do questionário

No questionário destinado aos recém-formados, foram retiradas o módulo 1, onde especificava-se o perfil da amostra, sobre sexo, idade, estado civil, por ser irrelevante para esta pesquisa.

Segundo pré-teste: Realizado com 5 professores de jornalismo na Universidade Tuiuti do Paraná.

A sugestão de mudança foi para colocar as perguntas em negrito, para se evitar confusões. sugestão acatada

Questionários

Questões abertas-

transcrição de algumas respostas

- a) Qual a maior dificuldade dos recém-formados na adaptação ao mercado de trabalho?

A absoluta falta de conhecimentos. Saem da Universidade com alguma noção de técnica, mas desinformados. São raros os recém-formados habituados à leitura de jornais, com conhecimentos de história, de economia, etc., ou com um texto de razoável a bom. Visão crítica do papel e da responsabilidade social do jornalista, nem pensar...
--

- b) Qual sua sugestão para que haja uma melhoria efetiva nos cursos de jornalismo?

A principal preocupação dos cursos de Jornalismo hoje, principalmente depois da criação de inúmeras faculdades e universidades privadas, está no equipamento. Na busca de mais alunos, ou de inscrições para o Vestibular, as escolas oferecem equipamentos, computadores, laboratórios. Não se importam que esse tipo de investimento seja oneroso e de vida curta (com o avanço tecnológico, não há equipamento que não fique ultrapassado em três, no máximo cinco anos). Ele é mais atrativo, chama mais a atenção, atrai mais candidatos, ansiosos em frequentar uma faculdade moderna, bem equipada. Se esquecem que um bom jornalista é o que tem boa "cabeça" e não o que é exímio operador de equipamentos e técnicas. É a cabeça do jornalista, e não a câmera, ou a rotativa que faz um bom jornal, uma boa televisão, úteis, sérios e de conteúdo. As faculdades precisam investir mais na formação social, cultural e intelectual e menos na tecnologia. Nos Estados Unidos, mais da metade do tempo curricular é ocupado com disciplinas voltadas para a formação intelectual e, principalmente, de responsabilidade e ética jornalística. Encerro com uma pergunta: quanto tempo de aula as faculdades brasileiras dedicam a esse tipo de formação?
--

- Questões abertas:

c) Qual a maior dificuldade dos recém-formados na adaptação ao mercado de trabalho?

Insegurança. Falta de domínio técnico. Despreparo cultural e intelectual.
Não possuem base para realização de uma boa redação jornalística.

d) Qual sua sugestão para que haja uma melhoria efetiva nos cursos de jornalismo?

Os cursos deveriam buscar um trabalho que integra-se a escola e os meios de comunicação, para que o aluno não chegasse tão despreparado quanto a rotina da profissão.
Falta leitura. Esses jovens não lêem livros nem jornais, isso é impossível para um jornalista!

5 - Questões abertas:

a. Qual a maior dificuldade dos recém-formados na adaptação ao mercado de trabalho?

Eles não sabem o que é notícia. A maioria não está acostumada a ler jornais e não consegue ter noção de contexto dos acontecimentos.

b. Qual sua sugestão para que haja uma melhoria efetiva nos cursos de jornalismo?

Melhorar a qualidade dos professores. Apesar da exigência do MEC de Mestrado ou Doutorado, muitos recém-formados fazem um curso qualquer de especialização e passam a dar aula. Sem ao menos passarem pelo mercado de trabalho.
Na área técnica, os cursos de faculdades particulares de Curitiba estão bem equipados. O que não acontece na UFPR.

Universidade Federal de Santa Catarina
Curso de Mestrado em Engenharia da Produção
Professora Ana Maria de Souza Melech

e-mail: vintecumz@b.com.br

O objetivo desta pesquisa é analisar o resultado proporcionado pelos cursos de comunicação social - habilitação em jornalismo, oferecidos pelas universidades e faculdades em Curitiba.

Pesquisa com egressos

1 - Como você avalia, que foi, seu desempenho como aluno de jornalismo:

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

2 - Como você avalia as condições de aprendizado teóricas oferecidas por seu curso:

- Excelentes
- Boas
- Regulares
- Ruins
- Péssimas

3 - Dos critérios específicos de jornalismo abaixo relacionados, você considera que o conhecimento médio dos recém formados é:

a) Em Cultura Geral

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

b) Em Prática de Reportagem:

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

c) Em Redação Jornalística:

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

d) Em Criatividade, Produção e Edição:

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

4 - Avalie o curso que freqüentou, quanto:

a) Disciplinas cursadas:

- Excelentes
- Boas
- Regulares
- Ruins
- Péssimas

b) Atividades programadas(seminários, palestras, oficinas, visitas etc):

- Excelentes
- Boas
- Regulares
- Ruins
- Péssimas

5- Avalie o curso que freqüentou, quanto:

a) Biblioteca:

- Excelente
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima

a) Laboratórios:

- Excelentes
- Bons
- Regulares
- Ruins
- Péssimos

b) Aos serviços de atendimento:

- () Excelentes
- () Bons
- () Regulares
- () Ruins
- () Péssimos

6 - De um a dez, que nota você daria ao curso que concluiu?

()

7 - Questões abertas:

a) Na sua opinião, quais são as maiores falhas no ensino de jornalismo?

b) Quais são suas sugestões para que haja uma melhoria na qualidade do ensino de jornalismo?

**Universidade Federal de Santa Catarina
Curso de Mestrado em Engenharia da Produção
Professora Ana Maria de Souza Melech**

e-mail: vintecum@b.com.br

O objetivo desta pesquisa é analisar o resultado proporcionado pelos cursos de comunicação social - habilitação em jornalismo, oferecidos pelas faculdades e universidades em Curitiba.

Mercado de Trabalho

1 - Como você avalia a formação intelectual(conteúdo) dos recém-formados das faculdades de Jornalismo em Curitiba?

- Excelente
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima

2 - Como você avalia os recém-formados quanto à formação prática necessária às atividades jornalísticas?

- Excelente
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima

3 - Dos critérios específicos de jornalismo abaixo relacionados, você considera que o conhecimento médio dos recém formados é:

a) Em Cultura Geral

- Excelente
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima

b) Em Prática de Reportagem:

- Excelente
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima

c) Em Redação Jornalística:

- Excelente
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima

d) Em Criatividade, Produção e Edição:

- Excelente
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima

e) Quanto à Responsabilidade Profissional:

- Excelente
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima

4 - De um a dez, que nota você daria para os cursos de Jornalismo em Curitiba?

()

5 - Questões abertas:

a) Qual a maior dificuldade dos recém-formados na adaptação ao mercado de trabalho?

b) Qual sua sugestão para que haja uma melhoria efetiva nos cursos de jornalismo?

Estudo de Caso

Projeto Zine

Estudantes que participaram do Projeto Zine.

Participaram do Zine os seguintes estudantes: Danda Coelho, Delisieié Teixeira, Valquiria de Lima, Ekner Muritiba, Rita de Cássia Savi, Jussara Voss, Disney Aurélio do Nascimento, Marcia Maciel, Viviane Ongaro, Renata Landal Senkow, João Natal, Rosana Cláudia Alberti, Cláudia Regina Cardoso, Benta Ester Vieira, Arno Emílio Gerstenberger Jr, Alex Floss, Fabiano Kubrusly, Angela Valiera, Laura Sica, Tatiana Duarte, Caroline Barbara, Ricardo Moreno, Hipólita Senem, Solange de Lima, Marcia Milcharski, Fabiana Midhori, Natacha Consalter, Alloyse R. Boberg, Flávia Consoli, Alethéa Costa, Candice Palmeiro, Mônica Mormello, Luciana Antonio, Elisângela Wroniski, Miriane Borro Mucciatto, Valquiza Ribas de Castro, Rodrigo Bellé, Fabrício Magalhães, Rosângela Moreira, Rita Pacheco, Clarissa Dolabella, Antonio Vidal, Sirley Cardoso, Philip Rosseto, Alisson Cleyton, Paulo Sérgio Silva, Karina Magolbo, Vanina Machado, César Munhos, Zaira Sachetti e Fabiana Burmerster.

A seguir cópias de matérias publicadas no jornal Gazeta do Povo
realizadas durante o projeto de extensão - Zine

ZINE

página do estudante



Tema de filme e discussões, o assédio sexual também é bastante explorado pela mídia

PROPOSTA INDECENTE

Histórias de assédio sexual no trabalho também são comuns fora das telas do cinema

Danda Coelho

A OFERTA DIFICILMENTE ALCANÇA um milhão de dólares, mas sempre é humilhante e constrangedora. Tema de filme e alvo de muitas discussões, o assédio sexual existe e todos estão sujeitos a ele. Mas é bom deixar claro: um toque, um elogio ou até uma cantada na maioria das vezes não são sinônimos de assédio e nem sempre representam perigo.

A psicóloga e socióloga Regina Teixeira, 37, separa bem assédio sexual de investida sexual. A grande diferença, segundo Regina, é a relação de subordinação, de poder, que sempre está presente no assédio. Seja de professor para aluno ou de empregador para empregado, o modo de uma perda marca bem essa relação. É como uma troca de favores. Mas não dá pra ser ingênuo, pois há muitas pessoas que, por má fé ou carência, favorecem o assédio e depois não sabem como lidar com a situação.

Os motivos que levam uma pessoa a assediar outra podem ser os mais variados possíveis, mas a auto-afirmação e a exploração do sexo na mídia têm uma grande parcela de culpa. "É uma estimulação constante, desenfreada", afirma a sexóloga. Quanto à investida sexual, acontece frequentemente, mas não implica poder nem subordinação.

"EMPURRÃO"

Mas, afinal, quais as consequências que o assédio sexual pode gerar? Para o gerente de banco

D.J.V., 28, um mundo de oportunidades se fechou a partir do momento em que foi assediado. D. era "garoto Calvin Klein", estava no auge de sua carreira como modelo, participava de desfiles, comerciais e suas fotos estavam nos catálogos de grandes magazines. Foi quando conheceu um empresário que garantiu ter muitos amigos que lhe "dariam um empurrãozinho" ainda maior. A condição era que D. saísse com o tal empresário para jantar. O convite não foi aceito e depois disso o rapaz nunca mais foi chamado para qualquer trabalho na área.

Pode-se dizer que há "níveis" de assédio sexual. Enquanto alguns ficam só nos bilhetinhos e olhares, outros partem para o "vai ou racha". Foi essa a solução encontrada por um "conceituado" empresário curitibano. Cansado de insinuar-se para sua secretária K.S., 28, que o tratava apenas com profissionalismo, o patrão se achou no direito de dar-lhe uma intimada: "Ou você sai comigo neste final de semana ou está despedida!". Quando K. chegou para trabalhar na segunda-feira, seu lugar já havia sido tomado por outra moça. M.L.X., 32, promotora de vendas, passou por uma situação parecida

mas, com medo, resolveu ceder às vontades do chefe. Se deu mal: acabou perdendo o emprego.

BILHETINHOS

Na opinião de P.L., 18, estudante universitária, a questão do assédio merece tratamento diferenciado. "No meu caso, tive um problema desse tipo com um professor. Ele até que era bonito e eu acabei me apaixonando. Se não fosse a minha iniciativa, jamais aconteceria tudo o que nós fizemos de bom", diz empolgada.

Essa também é a opinião de S.S.D., 17, que prefere ser identificado por "Santos". Ele diz acreditar que realmente os abusos aconteçam, mas pergunta: "Quem algum dia não quer ser assediado?" Santos afirma encarar normalmente esses lances, desde que praticados sem agressões e violências. "É lógico que quando o assédio ultrapassa os limites, a coisa sai do controle e o que poderia ser algo bom pode acabar até mesmo em tragédia grega".

A "Gregory", 17, modelo, vê com naturalidade os bilhetinhos, os olhares e até as "cantadas". Segundo ela, tanto garotos de sua idade, quanto homens mais velhos gostam da mulher bonita e muitas vezes até esquecem que elas podem ter a idade de suas filhas. "Leva cantada é bom e satisfaz nosso ego", diz. Mas ressalta: "Se possível, ser levemente assediada por outro quando estou sem meu namorado, faíca preta em karatê".

COMO EVITAR

A situação do assediado é desagradável e os danos psicológicos sempre ocorrem. Se topa, leva sempre aquela culpa, um peso. Se não topa, é humilhado e pode sofrer ameaças. O jeito é ter jogo de cintura para fugir do assédio dentro do trabalho e também tentar evitar que ele ocorra.

- Evite saias curtíssimas e decotes avantajados.
- Não comente problemas pessoais com colegas de empresa.
- O elogio do chefe não precisa ser recebido com o maior dos sorrisos.
- Deixe bem claro quais suas funções e que elas não incluem jantares com seus superiores.
- Saiba se impor e ser respeitado.

O Laboratório de Sexologia das Faculdades Tuiuti (☎ 335-3131 - ramal 143) oferece orientações e palestras para empresas, além de atendimento às vítimas de assédio sexual.

profissão ENGENHARIA CIVIL

QUEM GOSTA DE LIDAR com plantas, construções e muitos cálculos fazer Engenharia Civil é sem dúvida uma boa opção entre os cursos universitários. Para alcançar essa meta é preciso um mínimo de 4.250 horas-aula, distribuídas em cinco anos de curso, além, é claro, de bom desempenho acadêmico. Essas são condições essenciais aos novos profissionais que entram anualmente no mercado de trabalho.

Entre as diferentes disciplinas do currículo mínimo do curso, por exemplo, estão geometria-analítica, química, tecnologia, desenho técnico, controle ambiental, topografia aplicada, hidráulica, teoria das estruturas e materiais de construção. Mas não basta só querer construir: é muito importante calcular sem erros aquilo que vai ser construído. Essa prática inicial pode ser obtida num estágio obrigatório desenvolvido normalmente no último ano do curso.

mercado de trabalho: As empresas de construção civil são normalmente as que oferecem os melhores espaços. Entretanto, aquele boom no crescimento urbano brasileiro (pelo menos quanto a grandes projetos de engenharia) já passou. O momento não é ruim, apesar de exigir muita dedicação e responsabilidade. O piso salarial de um engenheiro está na



Aula de Laboratório no curso da UFPR

média dos R\$1.000 para oito horas de trabalho. Boa parte dos profissionais assina a responsabilidade técnica pela construção de várias obras ao mesmo tempo — o que pode garantir rendimento superior ao piso. Quanto a outras possibilidades de mercado, informações podem ser obtidas junto ao Sindicato dos Engenheiros (☎ 224-7536).

Todos os profissionais desta área devem ter registro obrigatório junto ao CREA (Conselho Regional de Engenharia Arquitetura e Agronomia ☎ 252-0218).

Onde cursar: Centro Federal de Educação Tecnológica — CEFET (☎ 041-322-4544) • Pontifícia Universidade Católica do Paraná — PUC-PR (☎ 041-330-1515) • Universidade Federal do Paraná — UFPR (☎ 041-266-9174).

ZINE EXPEDIENTE

As páginas 6 e 7 do FUN são produzidas por estudantes vinculados ao projeto de extensão Página ZINE, realizado pelo curso de Jornalismo das Faculdades Integradas da Sociedade Educacional Tuiuti (FISET). Interessados em participar devem ligar para (041) 335-7228, ramal 21; fax (041) 335-1165 ou escrever para a Faculdade Tuiuti (Rua José Nico, 179, Curitiba — CEP 81.200-300 — E-mail: <zine@super.com>).

Estudantes vinculados: Alex Floss, Analuze Barbosa Coelho, Cláudia Regina Tavares Cardoso, Daniele C. F. Wolf, Delisíe de Souza Teixeira, Disney Aurélio do Nascimento, Hipólita Senem, João Natal Wolf Bertotti, Jussara J. Voss, Marcia B. Micharski, Márcia Maciel Moreira, Renata Marques Landal Senkoro, Rita de Cássia Savi, Solange C. Alves de Lima, Valquíria de Lima, Viviane Ongaro, Fabiano Kubrusly, Lizandra Carolina Tadaleski, Fábio Raphael Stella, Ekner Muritiba, Rosana Cláudia Alberti, Fabiana Midhorj Lopes, Miriane Borro Muciatto, Tatiana Duarte de Souza, Caroline Degam Barbura, Luciana Falk Antonio, Mônica Moineiro, Allyse Rodrigues Beber, Elisângela Wronski, Flávia Consoli, Benta Ester Vieira e Ricardo Moreno.

Reportagem fotográfica: Anielle Nunes do Nascimento
Chefia de Departamento: Profa. Carmen Silva
Coordenador do Projeto: Edgard Melech

CARTEIRA DE ESTUDANTE

PAGUE MEIA NO ATO!

Cinemas, teatros, shows e eventos esportivos. **E GANHE MIL DESCONTOS, DE FATO!** Alimentação, vestuário, lazer, material escolar e passagens internacionais no STB.

- DICAS DA SEMANA**
- *** Alunos do CEFET procurem o GECEL para retirar o formulário de solicitação da carteira de estudante.
 - *** Alunos da FEDERAL procurar o DCE.
- CENTRAL DE CONCURSOS - 15% de desconto nos livros e apostilas - 10% de descontos nos cursos.**
R. Vicente Machado, 317 - 6ª. andar
- DATA CONTROL - 5% de desconto.**
AV: Luiz Xavier, 106
- W.P. CASA DOS ÓCULOS - 20% de desconto à vista 10% - 30 dias.**
AV: Manoel Ribas, 297

STB Student Travel Bureau

GAZETA DO POVO O GRANDE JORNAL DO PARANÁ

Para fazer a sua, procure o DA, CA, Grêmios ou a secretária de sua escola!

Para novos convênios (0800) 15 2220

ZINE

página do estudante

TURISMO EM CEMITÉRIO

Visitar cemitérios para observar túmulos de desconhecidos é uma boa opção para quem gosta de passeios alternativos

Ricardo Moreno

QUEM TEM MEDO DE MOR-TO é melhor virar a página!! É vasculhando e remexendo a cidade que se vê gente pra tudo. E ainda tem aqueles que pensam que só nos Estados Unidos e Europa é que centenas de pessoas visitam diariamente túmulos de ilustres como Jlm Morrison, Elvis Presley, John Lennon, John Kennedy, entre outros tantos. Pois em Curitiba o chamado "turismo de cemitério" também faz história...

Quem explica isso muito bem é Ricardo Mendes, 28, formado em História pela Universidade Federal do Paraná. Há mais de uma década ele curte esse programa nada convencional. Não que Ricardo seja um guia ambulante de cemitérios, mas ele conhece "de cabo a rabo" todas as tumbas da cidade — e sempre que pode vai, tanto para refletir como para trocar informações (com morto?).

Ricardo diz que tudo começou quando ia à pé para o consultório de seu analista. Precisava andar muito e, para encurtar caminho, resolveu passar pelo cemitério. Segundo ele, a paixão pelo necrotur vem daí. "Comecei a me interessar pelos dizeres que haviam nas lápides, além daquelas fotos em preto e branco que me encantam. Então me dei conta de que muita coisa que havia lá, tinha a ver comigo. E não só comigo mas com



O "necrotur" já tem adeptos em Curitiba

todas as pessoas", conta.

Além disso, Ricardo Mendes também relata que a posição em que se encontram os túmulos são "Impressionantemente" idênticos à posição dos bairros da cidade. Eles reproduzem avenidas, jardins, placas indicativas e tantas outras coisas. "Vistos com paciência, fica clara a existência de 'bairros'. As sepulturas de luxo ficam distantes daquelas catacumbas mal-acabadas e planas, provavelmente de famílias mais simples", diz. Ele afirma que a arquite-

tura dos túmulos chama a atenção. "Com boa análise, percebe-se uma simbologia especial para cada família", diz. Entre os diversos passeios do ramo que já fez, diz sempre lembrar de uma frase grafitada no muro do Cemitério Água Verde: Paulo Leminski mora aqui. "Isso de certa forma me chocou", afirma.

NECROVADIAGEM

Muita gente considera vadiagem ficar visitando a cova dos outros.

Outras, porém, afirmam que o necrotur nada mais é do que um refúgio para tentar entender um pouco mais sobre a vida e a morte. Quem não gosta muito dessas "excursões" são os cozeiros do Municipal. Para eles (que não querem se identificar) não há graça nenhuma em visitar o túmulo de gente que nem se conhece. Já o policial que trabalha nesse cemitério diz não haver qualquer problema em fazer turismo entre os túmulos. "É engraçado! Um dia desses encontrei dois casais passeando e tirando fotos em sepulturas que sequer sabem de quem é. Mas o pessoal não faz bagunça, nem mexe em nada. É preciso diferenciar aqueles góticos loucos que aparecem só para fazer confusão desse pessoal mais tranqüilo e que não incomoda ninguém", diz ele, convicto.

Para Ricardo Poli, 16, esse assunto é novidade. "Eu achava que ir ao cemitério era só em dia de enterro ou para fazer zona. Nunca pensei que houvesse gente assim". O estudante Leonardo Bernardes, 18, tem a mesma opinião. "Nunca tinha ouvido falar nesse hobby. Até tenho vontade de conhecer, não sei se teria coragem". O estudante Bernardo de Faria Lemos, 17, já teve algumas experiências do tipo. "Quando eu tinha uns 12 anos, morava no Rio de Janeiro e costumava ir passear no cemitério com meus amigos. Era um lugar tranqüilo e até dava pra estudar."

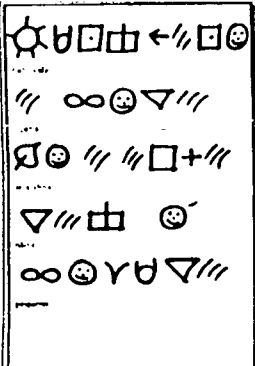
CÓDIGOS SECRETOS

Marcia B. Michorski

OS TEENS SÃO, EM GERAL muito comunicativos. Falam demais, contam suas histórias para quem quiser ouvir. Entre elas, as meninas são as que mais fofocam. Estão sempre contando segredinhos uma para as outras, mas nem tudo pode ser revelado nessas conversas! Por isso foram inventados os códigos secretos — uma forma de proteger informações entre amigos ou grupos. Os códigos são símbolos: cada letra é escrita de uma maneira diferente e só a pessoa que conhece o significado de cada símbolo consegue entender as palavras.

Sete entre cada dez adolescentes possuem um diário. Neste sim, tudo pode ser revelado. Ele é o melhor amigo, o que guarda todos os segredos. Mas se outra pessoa não desejada — como o seu irmão, que não tem mais o que fazer; a sua mãe, que não se contenta com o que já sabe ou ainda o seu professor intrometido — pegar o diário, todo o mistério vai por água a baixo.

"Por mais que o meu diário fosse parar em mãos indesejáveis, como na dos meus pais, eles dificilmente conseguiriam entender o que está escrito." É o que conta a estudante Simone



Delgado, 21. Ela escreve em código desde os 14 anos, bem na época em que começou a sair de casa para ir a festas e namorar. "Escrevo tudo o que acontece durante o dia no meu diário e até hoje ninguém conseguiu decifrar", diz. Também usa o mesmo recurso a estudante Jaqueline Borja, 16. Ela se orgulha de possuir um código "secretíssimo", que impede o acesso de bisbilhoteiros a suas anotações pessoais. "Se fico com um menino, falo pra minha mãe. Mas na agenda conto com mais detalhes", afirma.

RECADOS

Luíza S.M., 12, é uma adolescente bem ao estilo radical. Entre seus gostos estão os códigos, os quais ela diz não querer revelar

DICAS • DICAS

Se você tem algo a esconder comece hoje mesmo a bolar uma linguagem específica. Os códigos mais comuns são aqueles em que cada letra pode ser substituída por um símbolo. O coração está em todas, mas não vá achando que ele que dizer "I love you!". Sempre mude as letras, pois caso contrário facilmente seus segredos serão descobertos! E para quem tem uma tabela com a chave de seu código: que tal guardá-la num cofre?

DICAS • DICAS

de jeito nenhum. "São segredos que devem ser divididos só entre amigas", diz. Outra adolescente aficionada por códigos é Loana Santos, 14. A toda hora está mandando recadinhos para suas amigas e quando adota esse sistema quer esconder as informações — sobre coisas como namorado e outras mais secretas.

Poucas meninas além da melhor amiga Fabíola Rodrigues, 15, conseguem decifrar o que está escrito nos bilhetinhos feitos por Loana. O maior risco é quando uma dessas mensagens indiscretas são pegadas pelo professor durante a aula. Segundo Fabíola, sua amiga ainda não levou suspensão por causa dos códigos, que a salvaram porque os escritos são indecifráveis por quem é de fora da tribo.



Luíza S.M., 12: "Códigos são só para amigas"