



APÊNDICE B PROJETO DE PESQUISA DO PROFESSOR

Nome do Professor:	Luciano Zarur		
Curso Relacionado:	Jornalismo	Data:	Março / 2021
Título do Projeto do Professor:	Deontologia Jornalística: desvios de conduta nos meios de comunicação em massa brasileiros.		

1. Tema do Delimitado:

A partir dos princípios da Ética, criados no despertar da Filosofia Clássica Grega, sobretudo por Platão e Aristóteles, este seu primeiro sistematizador, e tendo como base também o Imperativo Categórico de Kant, desde o seu limiar a Imprensa e seus profissionais começaram a discutir as regras para a boa prática jornalística.

Com o objetivo de fazer do Jornalismo uma atividade laboral contributiva para o avanço de cada sociedade, nos seus diferentes aspectos, jornalistas em todo o mundo estabeleceram seus Códigos de Ética, mais apropriadamente denominados Códigos Deontológicos, aplicando-se com precisão o termo cunhado pelo pensador britânico Bentham, que define Deontologia como a moralidade, a honra, a honestidade, o dever e a obrigação de consciência referentes ao exercício responsável da profissão.

Com base na premissa de que a vida profissional não é alheia à norma ética, entidades sindicais desta área trataram de estipular padrões mínimos de atuação profissional, com um conjunto de regras de conduta, visando à manutenção da credibilidade dos trabalhadores do setor e, por conseguinte, dos órgãos de Comunicação Social. Redigido (e revisto periodicamente pela Federação Nacional dos Jornalistas) após a redemocratização, em meados dos anos 1980, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros objetiva assegurar um serviço que ajude os cidadãos brasileiros a conhecerem melhor seus direitos e deveres, assim como a conviver e respeitar a diversidade peculiar ao Brasil, país continental que contabiliza atualmente mais de 212 milhões de habitantes.

2. Justificativa (Explicitar a importância do estudo e a sua relevância):

3. Objetivos:

4.1 Objetivo geral

O projeto de pesquisa “Deontologia Jornalística: desvios de conduta nos meios de comunicação em massa brasileiros” tem como objetivo contribuir para maior compreensão dos processos de produção do noticiário na denominada grande mídia e como os veículos tradicionais do oligopólio que atua há décadas no Brasil trabalham para moldar a opinião pública dentro dos limites de um “pensamento único” acerca de temas essenciais na vida dos brasileiros: desigualdade social, distribuição de renda, geração de empregos, corrupção, violência e criminalidade, sistemas de governo, autoimagem nacional, diversidade étnica, entre outros fundamentais a este país continental e plural.





Para tanto, propõe-se estabelecer diálogo transdisciplinar com outros campos das ciências humanas e sociais com o objetivo de instrumentalizar, com vistas a estimular novas formas de produção de discursos jornalísticos em veículos denominados independentes, notadamente no ambiente virtual, que produzem outra narrativa jornalística de caráter contra-hegemônico imprescindível para o esclarecimento efetivo da realidade brasileira atual.

4.2 Objetivos específicos

- Desenvolver, segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e as teorias do jornalismo, o campo da discussão de questões implicadas na hodierna crise de credibilidade do oligopólio de comunicação no Brasil;
- Estudar e analisar produções jornalísticas sobre os principais temas da sociedade brasileira atual em contraponto à maneira enviesada e até publicística com que são noticiados na grande mídia nacional;
- Comparar como questões recentes e vitais aos brasileiros são (ou foram) tratadas pelo oligopólio da comunicação – como, por exemplo a substituição de uma presidente eleita por seu vice aliado à oposição derrotada nas urnas em 2014, e a prisão do ex-presidente mais popular da história em controvérsia e ineditamente célere processo judicial - com todas as suas consequências, em contradição com o noticiário de muitos dos principais veículos estrangeiros, sobretudo no ambiente virtual mas também na ainda poderosa TV e no velho impresso, desnudando o conluio entre o então juiz da denominada operação Lava-jato – que, logo depois, deixou a magistratura para assumir cargo ministerial no governo do candidato beneficiado pela condenação judicial do principal concorrente no pleito presidencial de 2018 - e membros do Ministério Público Federal, da Polícia Federal e jornalistas profissionais que atuam na imprensa corporativa.
- Levantar e analisar fatos que tiveram ampla cobertura na mídia internacional e foram ignorados ou “escondidos” nos veículos pertencentes aos grupos de comunicação brasileiros, como um bilhete de apoio que o Papa Francisco enviou a Lula, em agosto de 2018 e a volta do Brasil ao Mapa da Fome da ONU em 2020;
- Apresentar os resultados da pesquisa realizada até o momento.
- Elaborar texto final para publicação

4. Metodologia:

Aplicar a fundamentação teórica que explique os elementos intrínsecos e extrínsecos ao processo laboral jornalístico, defendendo a busca do jornalismo “isento”, à análise dos fatos narrados pelos MCM sobre os fatos mais importantes para a sociedade brasileira, divulgados pelos veículos em geral, através de uma seleção criteriosa do material oferecido ao público.

Procurar estabelecer um comparativo entre a cobertura jornalística dos órgãos controlados pelo oligopólio da comunicação e os espaços alternativos, notadamente no ambiente virtual, através da elaboração de textos e pesquisas que possibilitem a análise e o esclarecimento das intenções e dos interesses dos grandes grupos de mídia e de seus apoiadores (nacionais e estrangeiros) -, tendo como base os referenciais éticos, filosóficos e profissionais que norteiam o papel da imprensa cidadã.

Buscar manter contato com os núcleos de estudos, no Brasil e até no exterior, que realizam pesquisas nesta área, principalmente com os que estão vinculados às universidades públicas.





5. Resultados Esperados (Explicitar os tipos de produtos que poderão surgir (artigos, e-books, cartilhas etc.):

6. Referências:

AMORIM, P. H. O quarto poder: uma outra história. São Paulo: Hedra, 2015.

ARBEX, J. O jornalismo canalha: a promíscua relação entre mídia e poder. São Paulo: Casa Amarela, 2003.

AUMONT, J. A imagem. Campinas: Papirus Editora, 1995.

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

BARROS Fº., C. (org.) Ética na comunicação. São Paulo: Summus, 1995.

BAUDRILLARD, J. Simulacro e simulação. Lisboa: Relógio d'água, 1991.

Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.
http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf

BOURDIEU, P. Sur la télévision. Paris: Liber, 1996.

CARVALHO, Laura. Curto-circuito: o vírus e a volta do Estado. São Paulo: Todavia, 2020.

Valsa brasileira: do boom ao caos econômico. São Paulo: Todavia, 2018.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

Economic globalization and China's future. Beijing: China International Publishing Group, 2018.

8

FARRÉ, Marcela. El noticiero como mudo posible: estrategias ficcionales en información audiovisual. Buenos Aires: La Crujia Ediciones, 2004.

FOUCAULT, M. A microfísica do poder. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

GOMES, Mayra Rodrigues. Ética e jornalismo: uma cartografia dos valores. São Paulo: Escrituras Editora, 2002.

GUARESCHI, P. Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e crítica. Petrópolis: Vozes, 2000.

HALL, S. The narrative construction of reality. <http://centreforbook.culture.org./context/no10/hall.html>.

KARAN, F. J. Jornalismo, ética e liberdade. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

KOSOVSKI, E. (org.) Ética na comunicação. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

LAGE, Nílson. A reportagem: teoria e técnica de pesquisa e entrevista jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

Ideologia e técnica da notícia. Petrópolis: Vozes, 1979.

LEIRNER, Piero C. O Brasil na rota de uma guerra híbrida: militares, operações psicológicas e política em uma perspectiva etnográfica. São Paulo: Alameda, 2020.

LEVINSON, P. Digital McLuhan. A guide to the information millennium. Nova York: Routledge, 1999.

LOS VALORES CONTEMPORÁNEOS DE CHINA EN LA CULTURA TRADICIONA. Beijing: Ediciones en Lenguas Extranjeras, 2018.

MACHETÔMETRO. <www.manchetometro.com.br>.





MANSO, Bruno Paes. A república das milícias: dos esquadrões da morte à era Bolsonaro. São Paulo: Todavia, 2020.

MARCONDES F^o., C. Quem manipula quem? Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1986.

MARSHALL, L. O jornalismo na era da publicidade. São Paulo: Summus, 2003.

MARX, K. Liberdade de imprensa. Porto Alegre: L&PM, 1999.

MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

9

MASCARO, A. L. Crise e pandemia. São Paulo: Boitempo, 2020.

MEDINA, C. Notícia: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988.

MORAES, D.; RAMONET, I.; SERRANO, P. Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da informação. Rio de Janeiro: Boitempo, 2013.

MOREIRA, E. Desigualdade e caminhos para uma sociedade mais justa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.

Economia do desejo: a farsa de tese neoliberal. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020.

O que os donos do poder não querem que você saiba. São Paulo: Alaúde, 2017.

MOURA, Dione et alii. Comunicação e cidadania: conceitos e processos. Brasília: Francis, 2011.

NOUS SOMMES CHARLIE. 60 écrivains unis pour la liberté d'expression. Paris: Librairie Générale Française, 2015.

PAIVA, R. (org.) Ética, cidadania e imprensa. Rio de Janeiro: Maud, 2002.

PENA, F. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2005.

PIKETTY, T. A econormia da desigualdade. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

O capital no século XXI. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

RAMONET, Ignacio. El imperio de la vigilancia. Madri: Clave intelectual, 2016.

RIBEIRO, Alex. O caso Escola Base. Rio de Janeiro: Ática, 1995.

RISÉRIO, Antônio. Sobre o relativismo pós-moderno e a fantasia fascista da esquerda indentitária. Rio de Janeiro: Topbooks, 2019.

SANTOS, Boaventura de Souza. Introdução a uma ciência pós-moderna. Rio de Janeiro: Editora Graal, 1989.

SOUZA, J. A classe média no espelho. São Paulo: Leya, 2019.

A elite do atraso: da escravidão à Lava-jato. São Paulo: Leya, 2017.

10

A guerra contra o Brasil: como os EUA se uniram a uma organização criminosa para destruir o sonho brasileiro. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2020.

A tolice da inteligência brasileira: ou como o país se deixa manipular pela elite. São Paulo: Lya, 2015.

STROCCHI, Maria Cristina. Psicologia da Comunicação. São Paulo: Paulus, 2007.

The Chinese Economy emerging on the global horizon. Beijing: China International Publishing Group, 2018.





TRAQUINA, N. Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

VIZEU, Alfredo. O lado oculto do telejornalismo. Florianópolis: Calandra, 2005.

WOLTON, Dominique. Elogio do grande público. São Paulo: Ática, 1996.

É preciso salvar a comunicação. São Paulo: Paulus, 2006.

Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

ZARUR, L. A construção e a desconstrução da autoimagem brasileira pela televisão. In: Revista Comum, nr. 17. Rio de Janeiro: Facha Editora, 2001, p. 149-191.

O fim do mito da isenção jornalística. In http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-debates/_ed822_o_fim_do_mito_da_isencao_jornalistica/.

O “lugar” do professor na imprensa partidarizada. In <http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o-lugar-do-professor-naimprensa-partidarizada/>

7. Resumo para Internet (250 a 500 palavras):

Por intermédio da análise dos principais fatos divulgados pelos MCM, identificar os objetivos calcados em interesses ocultos e/ou dissimulados que influenciam a pauta e a forma do noticiário, avaliando-se o conteúdo dos principais veículos e suas diversas formas de manipular as informações. Buscar compreender essa distorção dos fatos, já que a mídia deveria ser por excelência o lugar da disputa entre as visões contrárias. Propor soluções que estimulem uma cobertura jornalística mais equilibrada que contemple todas as versões produzidas pelos diferentes agentes envolvidos em cada tema fulcral para a sociedade brasileira tratado pela imprensa, sobretudo em política e economia, na luta em prol da cidadania plena, mais crítica aos MCM. Todavia, sem prejudicá-la, mantendo a liberdade da própria mídia e dos seus críticos. Portanto, salienta-se a necessidade de analisar-se a relação da cobertura jornalística dos MCM com o espaço para a visibilidade das lutas em prol da cidadania plena de toda a população brasileira, na tentativa de detectar até que ponto os interesses político-econômicos das empresas de comunicação refletem-se no trabalho dos profissionais da imprensa. Com isso tem-se como objetivo principal possibilitar um olhar mais abrangente para a defesa dos interesses públicos aos estudantes de jornalismo, através de um intercâmbio entre os núcleos de estudos nesta área que estejam vinculados às universidades públicas brasileiras.

8. Palavras-chaves (mínimo de 3 e máximo de 5):

