



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
www.cecs.uminho.pt

Ética, media e ciências sociais na formação dos jornalistas *

Aníbal Alves

Professor Catedrático

anibal@ics.uminho.pt

Universidade do Minho
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Campus de Gualtar
4710-057 Braga
Portugal

* ALVES, A. (1996) *Ética, media e ciências sociais na formação dos jornalistas*, Comunicação na mesa redonda, "A Ética, os Media e as Ciências Sociais", do Curso "A Ética, a Credibilidade e o Mercado dos Media", Coordenado pelo Prof. Mário Mesquita, da Universidade de Coimbra, no âmbito do Seminário Damião de Góis, Estudos Gerais da Arrábida, 22-26 de Julho de 1996

Resumo

A sociedade democrática implica a qualidade ética dos media, a qual, depende, especialmente, do carácter ético dos jornalistas. A aquisição e aperfeiçoamento deste carácter podem ser grandemente favorecidos por uma sólida formação que, por um lado, integre em todos os seus níveis, elevados padrões de comportamento ético, e, por outro, faculte a compreensão aprofundada das realidades sociais.

Palavras-chave

Democracia, Media, Jornalista, Ética, Formação.

ÉTICA, MEDIA E CIÊNCIAS SOCIAIS NA FORMAÇÃO DOS JORNALISTAS**Introdução**

"A Ética, os Media e as Ciências Sociais", tema desta mesa redonda no âmbito geral do nosso Seminário, "A Ética, a Credibilidade e o Mercado dos Media", colocou-me, naturalmente, à partida, a questão da escolha de um ponto de abordagem, tão ampla, complexa e actual se manifesta a relevante matéria que o perspicaz coordenador deste encontro nos propôs. Resolvi o meu problema, abordando o assunto numa perspectiva que simultaneamente se relacionasse com a minha actual actividade e atravessasse os três tópicos do título - a Ética, os Media, as Ciências Sociais. Aquela perspectiva é a da formação dos jornalistas ou dos *mediadores-jornalistas*; *mediadores* porquanto são eles ou elas, por excelência, os autores/actores dos *media*. Refiro-me principalmente à sua formação inicial no quadro da Universidade, sem qualquer menor consideração por outras modalidades de formação e muito menos da insubstituível formação permanente ao longo da carreira profissional. Como alguns dos meus estimados colegas e ouvintes sabem, coube-me a tarefa de coordenar o processo de criação do Curso de Comunicação Social na Universidade do Minho. Tal processo nasceu e desenvolveu-se na continuação do trabalho de ensino e investigação que o pequeno grupo de Comunicação vinha prosseguindo no Instituto de Ciências Sociais da referida Universidade do Minho, predominantemente orientado para a formação dos licenciados em Ciências Sociais e em Relações Internacionais. Neste contexto, tenho sido e continuo a ser muito

interessado na formação académica concernente à Comunicação e particularmente dos futuros profissionais da Comunicação Social.

A minha reflexão de hoje poderia assim resumir-se: 1º: Na sociedade democrática, os media, pelo seu carácter social, e a qualidade que este implica, exigem dos seus agentes uma dupla competência que eu situaria, respectivamente, ao nível do saber e ao nível do comportamento.

2º: Tal competência requer formação específica e consistente, quer ao nível do saber, um saber crítico sobre a Sociedade (Ciências Sociais), quer ao nível do carácter e comportamento éticos.

Para explicitar a minha reflexão proponho-vos o seguinte percurso: num 1º ponto, considerarei a necessidade ou imperativo do comportamento ético dos mediadores/jornalistas; num 2º ponto referir-me-ei à sua formação.

1. O imperativo Ético dos Mediadores jornalistas decorre da natureza social dos media

A afirmação tem sido repetida, quer por dirigentes de órgãos de comunicação, quer por jornalistas, quer por muitos outros interessados na matéria, e é na sua generalidade comumente aceite. Foi no entanto em Andrew Belsey e Ruth Chadwick que recentemente a encontrei mais claramente formulada, no seu livro *Ethical Issues in Journalism and the Media* (1992)¹, tal como no artigo "Ethics as a vehicle for Media Quality", no *European Journal of Communication*, Vol. 10, nº 4, (1995)². A ideia, em síntese, é esta: **a qualidade dos media depende da ética dos jornalistas**. No vasto quadro da reflexão e análise, quer sobre os media, quer sobre a ética e até especificamente sobre a Ética dos media, é esta uma maneira particular de formular o

¹ A. BELSEY and Ruth CHADWICK (1992), *Ethical Issues in Journalism and the Media*, Routledge, London and New York.

² A. BELSEY and R. CHADWICK, "Ethics as a vehicle for Media quality", *European Journal of Communication*, Vol. 10, 1995, pp. 461-473.

imperativo ético dos mediadores - admitindo naturalmente que se trata apenas duma perspectiva e sabendo bem que não é só da competência ética dos mediadores/jornalistas que depende a qualidade ou bom funcionamento do sistema mediático e das suas relações com o sistema social.

Isto não retira nada à pertinência da perspectiva escolhida e da relação específica que ela pretende destacar, ou seja: concebendo o sistema mediático (ou a "Comunicação Social") ordenado e subordinado ao sistema social e designadamente à sociedade democrática, os desejáveis níveis de informação, cultura e participação dos cidadãos, que nesta sociedade se esperam dos media, não são alcançáveis sem a competência e empenho éticos dos mediadores/jornalistas. Procuremos explicitar.

1.1. Os media ao serviço da sociedade e da democracia

É ponto assente que um sistema de comunicação social livre faz parte integrante e é condição necessária da sociedade democrática. Também é manifesto para todos que nem o sistema democrático tem funcionamento perfeito nem a "Comunicação Social", mesmo a mais livre e competente, está ao abrigo de dificuldades, contradições, incertezas, desafios. Mas não pode obstar à concepção e defesa da estreita relação entre o sistema mediático e o sistema social democrático e à contínua busca do seu aperfeiçoamento enquanto bem social. Nem o crescimento - a tantos títulos espectacular - dos media, nem as suas falhas ou desvios podem justificar a sua não subordinação ao bem e fim social.

É certo que a complexa realidade dos media - desde os diferentes regimes de organização, propriedade e produção, na imprensa, na rádio, na televisão, na telemática com as novas rotas do ciber-espaço -, não cessa de nos surpreender com o simultâneo enriquecimento que possibilita e os novos problemas e mudanças que suscita. Não é necessário aqui e agora determo-nos na relevância e actualidade dos media, em si mesmos, nem na emergência histórica e confirmação do campo específico da

Comunicação. Uma e outra se impuseram redundantemente. Basta-nos sublinhar para o nosso propósito o carácter de mediação específico dos media no quadro do sistema social democrático. É pela efectiva realização, no seu funcionamento, desse carácter de mediação, que os media se tornarão, em nosso entender, verdadeiramente sociais.

Bernard Voyenne exprimiu, em tempos, de modo interessante, o carácter mediador da Comunicação Social, particularmente no domínio da informação, quando sublinhou que a grande fonte da informação, designadamente da informação de actualidade, era o próprio público. Explicitava ele que aquilo que interessa ao público, ao *humano público*, é tão somente o que se passa com os *outros humanos*; a tal ponto que a informação social seria uma espécie de circuito fechado do público para o público (da sociedade para a sociedade) através do competente mediador - o sistema mediático e, dentro dele, o comunicador/jornalista³³.

O Direito à informação, consagrado na nossa Constituição, e, antes, na Declaração Universal dos Direitos do Homem, é outro modo de ilustrar a natureza de mediação dos meios de Comunicação Social. Como referem J. Canotilho e Vital Moreira, "o direito a ser informado é a versão positiva do direito de se informar, consistindo num direito a ser mantido adequadamente e verdadeiramente informado, desde logo, pelos meios de Comunicação e pelos poderes públicos, sem esquecer outros direitos específicos à informação reconhecidos na Constituição directamente ou indirectamente"⁴.

Para a satisfação deste direito à informação do indivíduo/cidadão, bem como para a satisfação do ideal democrático e a exigência colectiva da opinião pública, os media desenvolvem a sua acção, com maior ou menor grau de adequação, apoiados e enquadrados por vários e diferentes instrumentos de regulação incluindo os consagrados na lei. Tanto bastará para que o direito à informação e a opinião pública se encontrem

³ B. VOYENNE (1979), *L'Information Aujourd'hui*, Armand Colin, Paris, pp. 19.

adequadamente satisfeitos, ou seja, tanto bastará para alcançarmos um sistema mediático de *qualidade*?

Sabemos bem que não. A lei, neste como noutros campos, embora relevante instrumento da co-ordenação social, não cria, só por si, os desejáveis comportamentos. A ser assim, dificilmente se poderiam compreender as queixas e os clamores tão frequentemente levantados contra as deficiências, os abusos, os malefícios dos media e, particularmente, do mais popular e visível, a televisão, ou ainda, o mais recente e ainda imprevisível ciber-espço da "Inter-net". A questão é, sem dúvida, pertinente e pode formular-se assim: como ultrapassar os desvios e falhas dos media na procura da sua resposta adequada e devida à necessidade social e individual? Ou, dito de outro modo, como desenvolver a *qualidade* do sistema dos media?

1.2. Como promover a qualidade dos media?

As queixas da falta de qualidade dos media são tão antigas como eles próprios e parecem repetir-se mais acaloradamente na emergência de cada novo meio. Mas para além e em destaque de pessimistas e retrógrados, não faltam também vozes autorizadas a afirmar a falta de qualidade humana dos media. Recorde-se o veemente apelo de Karl Popper de "uma lei para a Televisão" que a impeça de se tornar destruidora da democracia. E entre nós, ainda recentemente, a Senhora Presidente da Direcção do Sindicato dos Jornalistas Portugueses afirmava na sua tomada de posse: "Portugal sofre de um défice democrático no que aos jornalistas respeita"⁴⁵. Na verdade, são muitos e frequentes os protestos e críticas dirigidos ao funcionamento e conteúdos dos meios de comunicação social. Sem demorar-nos por agora neste aspecto, parece inegável que os media, sem prejuízo do indispensável serviço social que prestam com eficiência e mérito públicos, também incorrem em desvios e em produções de fraca qualidade. E estas serão tanto mais notadas quanto mais alta for a exigência da sociedade e dos

⁴ D. ANDRINGA 1966, "With a little help from my friends" in *Passa Palavra*, nº 0, Sindicato dos Jornalistas, Lisboa, p. 7

cidadãos. Nem será pequeno efeito desta exigência a conseqüente promoção dos elementos de qualidade. A questão que aqui nos importava formular era justamente como promover a qualidade dos media no seu funcionamento e nos seus produtos.

A resposta cabal a tal questão, é bem de ver que não cabe no presente e modesto propósito. Ela exigiria aliás a análise e o desenvolvimento de todos os elementos do sistema. A nossa pretensão, como acima foi adiantado, limita-se à consideração de apenas um elemento para tal promoção. Mas trata-se de um elemento de grande relevância: refiro-me à competência e comportamento *éticos* dos mediadores ou jornalistas.

1.3. A qualidade dos media depende da ética do jornalista.

O exercício do jornalismo, do trabalho mediático, implica, na sua própria natureza, atitude e comportamento éticos. É que trata-se, de modo permanente, de escolher, de avaliar, de julgar, de decidir, das matérias a comunicar, em função de critérios formulados à luz dos princípios básicos do comportamento humano que por eles se dá como bom ou mau. Tais escolhas e decisões não são, por definição, susceptíveis de ser resolvidas por imposição exterior ou por disposição legal. Elas pertencem ao foro da liberdade e responsabilidade do jornalista. É ele próprio que terá de enfrentar verdadeiros dilemas e fazer escolhas morais. Terá de encontrar o seu ponto e medida em questões como difamação, bom-nome, obscenidade, pudor, falsidade, privacidade, confidencialidade, ciúme, violência; haverá de julgar o que é importante e significativo ou sem interesse e banal, distinguir o bom gosto do que é sensacionalista ou vulgar.

"Todas estas questões éticas - como sugerem Belsey and Chadwick, a partir de Klaidman e Beauchamp - podem ser resumidas no conceito de competência profissional, enquanto este requer não apenas o domínio de habilitações técnicas mas

também a capacidade de desenvolver qualidades morais"⁵. Nestas se integrará, por exemplo, o compromisso de dizer a verdade, geralmente considerado como constitutivo do jornalismo, e que por si próprio exige, entre outras qualidades, honestidade, integridade e tenacidade.

É neste sentido que os já citados autores Klaidman e Beauchamp, vão ao ponto de formular a sua proposta do "jornalista virtuoso". Que significa isso? Significa, por um lado, "que o jornalista se comprometerá com virtudes tais como, equidade, rigor, honestidade, objectividade, benevolência, sensibilidade, lealdade, responsabilidade, humor". E significa, por outro lado e não menos importante, que o jornalista virtuoso é alguém que tem um carácter virtuoso, alguém que está na disposição de actuar virtuosamente não só em situações habituais mas também em situações novas. É com tal competência jornalística que fica em grande parte assegurada a via da qualidade do jornalismo ou dos media.

Esta noção do jornalismo virtuoso - expressão pouco comum, convenhamos, traz-me à lembrança o sentido da expressão *virtude ética* em Aristóteles, tal como a explicitou, no quadro da interpretação da *Katarsis* o grande filólogo alemão Karl-Heinz Volkman Schluck. Diga-se de passagem que o nome de *ética* parece ter sido atribuído, no plural, aos Livros de Aristóteles que tratavam do comportamento moral (*Ética a Eudemo* e *Ética a Nicómaco*), do mesmo modo que os livros que tratavam da Física e da não-Física vieram a designar-se *Física* e *Metafísica* ⁶. Para o nosso propósito, e para além da variedade de etimologias, importa-nos ter presente, por um lado, a significação da palavra *éthos*, de que provém *étiké* (adjectivo), e por outro, o quadro da acção a que

⁵ A. BELSEY and R. CHADWICK, "Ethics as a vehicle for media quality", *art. cit.*, p. 466.

⁶ J. De FINANCE (1967), *Ethique Générale*, Presses de l'Université Grégorienne, Rome, p.7.

o filósofo se reporta na *Ética a Nicómaco*. Seguindo K. H. V. Schluck, a palavra *ethos* diz respeito ao domínio ou meio em que o homem tem morada. Mas a palavra significa, ao mesmo tempo, a postura, graças à qual o homem mantém o seu domínio e se aguenta nele. E aquilo que torna o homem capaz de assim manter o seu domínio próprio chama-se a *virtude ética (ethike areté)*. É por ela que o homem mantém e assegura a sua estatura de homem e alcança satisfação no seu agir. Ora no quadro do agir, aquilo que deve ser feito há-de sempre sê-lo no meio de quanto está presente; ou seja, o agir implica uma visão do que é para fazer - visão que emerge por antecipação e penetração daquilo que é dado, através da *virtude noética (areté dianoétike)*.

A referência a Aristóteles pretende ilustrar, de algum modo, o difícil e por vezes dramático acto de discernimento (a virtude noética) e de decisão (a virtude ética) que ao jornalista cabe realizar.

Verdadeiro juízo prudencial, como lhe chamaram os antigos, não é de admirar que alguns modernos tenham vindo a designar o seu autor jornalista de *virtuoso*. Mas não estaremos aqui a imaginar uma figura virtual ideal, com pouco ou nada a ver com os jornalistas/mediadores das situações reais, cercados de todos os lados por condições adversas ao juízo sereno e à escolha livre? É verdade que estamos a reflectir à luz de uma espécie de ideal-tipo, quer em relação ao mediador quer em relação aos media. Mas esse sopro de idealismo e de utopia não é estranho ao campo mediático que o herdou da imprensa, baluarte de liberdade e de libertação dos homens.

Reconhecer o perfil ideal do mediador capaz, pela sua competência profissional e designadamente pela sua competência ética, de assegurar à sociedade os media de qualidade de que ela carece era o nosso primeiro ponto. Como se forma esse mediador? É o segundo ponto da nossa reflexão.

2. A Formação dos mediadores/jornalistas

Disse de início quanto me importava a formação dos futuros comunicadores ao nível da formação académica. No Curso de Comunicação Social da Universidade do Minho que ajudei a criar fixei como objectivo para o futuro licenciado a obtenção de uma tríplice competência:

- *competência intelectual, cultural e moral* que lhe permita a compreensão e interpretação críticas da sociedade e mundo actuais;

- *competência específica no âmbito da comunicação humana*, mediante o conhecimento aprofundado dos comportamentos comunicativos e a capacidade de emitir e receber mensagens com elevado grau de eficiência;

- *competência técnico-profissional ao nível dos meios de comunicação*.

Desta tríplice proposta, que no seu conjunto manteria, tendo hoje a sublinhar sobretudo a primeira, expressando-a em dois itens que me parecem definir a base essencial e insubstituível da formação do comunicador e que retomam os dois tópicos do tema desta sessão: a competência do conhecimento *social* e a competência *ética*. A formação haveria de privilegiar uma e outro. Vejamos como.

2.1. A formação do saber social.

Os cursos de comunicação social, pese embora a sua actual quantidade e variedade, foram marcados desde muito cedo (a Escola de Annenberg, na Universidade de Pensilvânia, os E. U. inaugurou estes cursos em 1959) por uma componente importante das Ciências Sociais. Foi aliás no quadro das Ciências Sociais que se desenvolveu primeiramente nos Estados Unidos o campo de estudos da comunicação ou a área de Ciências da Comunicação. A íntima conexão da formação dos comunicadores jornalistas com o necessário conhecimento crítico da sociedade é evidente. Com efeito, que capacidade de observação, de inquérito, de interpretação, sobre os acontecimentos, as instituições, os comportamentos e as personalidades, pode ter o jornalista não

conhecedor dos processos, estruturas, relações e conflitos sociais, numa palavra, da complexidade social? Não sofre dúvida que a sólida formação intelectual e cultural dos futuros jornalistas no campo das Ciências Sociais é uma exigência de primeira necessidade. E na verdade assim acontece nas escolas mais prestigiadas. Foi nesse sentido também a nossa opção. Estamos deste modo de acordo com os colegas docentes da primeira licenciatura em Comunicação Social na Universidade Portuguesa quando afirmavam em documento de reflexão sobre a matéria que "a melhor formação para os estudantes que pretendem exercer a profissão de jornalistas passa por uma cultura sólida nas Ciências Sociais e Humanas"⁷.

Não é outro o objectivo da inclusão no programa do Curso da Universidade do Minho das disciplinas de Filosofia Social, Sociologia, História, Psicologia Social, Geografia Humana para além das próprias disciplinas de Teorias da Comunicação e da Linguagem e das metodologias de Pesquisa Social.

A perspectiva do estudo das Ciências Sociais há-de ser necessariamente uma perspectiva crítica, uma perspectiva de descoberta do sentido da realidade social construída pelos homens. Com particular atenção ao carácter de *construção*. A esta se referia Erving Goffman perante os Congressistas da Associação Americana de Sociologia em 1983: "que as nossas análises se dediquem ao estudo das disposições ou ordenamentos sociais de que beneficiam os que possuem alguma autoridade institucional- padres, professores, polícias, generais, membros do governo, pais, machos, brancos, nacionais, *media* - e, todos quantos, pela sua posição, têm modo de dar carácter oficial às versões de realidade"⁸.

Por outro lado, há-de ser uma perspectiva crítica enquanto orientando o estudo

⁷ M. MESQUITA (1994), "A Educação para o Jornalismo", *II Congresso de Jornalismo de Língua Portuguesa*, Rio de Janeiro, Nota 38.

⁸ Extrato do Discurso de Erving Goffman traduzido e publicado in *Societés*, Paris, 1987, nº 14, p.16.

para o pensamento - mais que para as técnicas - e para o pensamento autónomo. Lembro sempre com gosto aquele conselho do Presidente da Sony numa Conferência aos Reitores das Universidades da Europa: "Ensinem os vossos alunos a *pensar* que para *saber fazer* estamos cá nós".

2.2. A formação para a Ética

Como já expressámos, a competência profissional do jornalista integra a competência ética. Tal como a formação científica, não implicará também esta uma formação própria? Pensamos que sim. Não é fácil nem está nos hábitos mais correntes apelar para esta dimensão da formação. Parece que ela vai por si. Tenho, no entanto, para mim que os comunicadores, a profissão e os media, no seu conjunto, só terão a ganhar com a promoção explícita da formação para a competência ética. Não faria, aliás, sentido, o geral e crescente acordo sobre a importância da ética da Comunicação e do Comunicador, sem o reconhecimento da necessidade da preparação ou formação para ela.

A Ética da Comunicação tem vindo a constituir-se nos últimos anos como um domínio específico. O Hasting Center e a Fundação Carnegie de N. York, por exemplo, incluíram a Ética dos Media no seu estudo de 1980 sobre o ensino da Ética no âmbito do ensino Superior nos Estados Unidos. Pessoalmente, pelas consultas bibliográficas que fiz para esta reunião, fiquei impressionado com o vigor e a extensão dos trabalhos escritos sobre o assunto. No já citado volume 10, nº 4 da Revista *European Journal of Communication* são referidos 34 títulos de monografias só entre 1990 e 1994.

É por outro lado manifesto que de muitos lados se levantam vozes a afirmar e a estimular a vertente da ética profissional na Comunicação Social. Entre nós, por exemplo, e sem referir o nosso presente Seminário, o tema tem merecido destaque. Lembre-se o lema do manifesto para a última eleição do Conselho Deontológico dos

Jornalistas: "*Ética, a nossa Força*". Ao qual fazia digno eco a proposta da lista que havia de ser eleita para a Direcção do Sindicato dos Jornalistas Portugueses: "*Defender o jornalismo, responsabilizar os jornalistas*". Estes magníficos ideais, todos o sabemos bem, não se alcançam sem esforço, sem aprendizagem, sem formação. E é por isso que, no que à formação académica diz respeito, me parece necessário prestar a devida consideração aos aspectos éticos e à educação do carácter. Não se trata apenas do ensino teórico do direito, da deontologia, da ética da Comunicação Social que, naturalmente, hão-de merecer o devido lugar no programa curricular. Trata-se também do percurso intelectual e afectivo do estudante assumindo e gerindo ele mesmo o seu próprio programa de formação; trata-se do relacionamento entre as equipas docentes e os grupos de estudantes, nas múltiplas acções escolares e para-escolares, na interacção com os profissionais e com personalidades do mundo exterior em visita e estadia na escola, numa palavra, trata-se de todo o tipo de acção e exercício em que estão de algum modo envolvidas as componentes do carácter ou da personalidade - que no comunicador social não podem deixar de ser em elevado grau. Com efeito, como esperar-se do jornalista a actuação pronta, ajustada e livre, se ele não tiver sido treinado, ou não tiver adquirido hábitos ao nível do pensamento, do sentimento e do agir que lhe permitam aquela actuação?

Como no que à preparação científica respeita, também na formação ética cada escola criará o seu *modus faciendi*. Neste, mais ainda que em outros domínios, não há soluções feitas: formar pessoas é tarefa particularmente delicada porquanto se trata de lidar com "essa conjunção arriscada de razão e liberdade que é a pessoa", na expressão feliz do meu amigo filósofo, Joaquim Coelho Rosa. Expressão que também faria boa definição de jornalista. Pois não falámos ou neste seminário da sua credibilidade? E que melhor fonte para a credibilidade do jornalista do que o seu carácter, o seu *ethos*, nos termos de Aristóteles? Tal como para o orador, também para o jornalista, o *Ethos*, o carácter transparente no discurso, será a grande fonte de confiança e de credibilidade.

Conclusão

A concluir estas considerações gostava de expressar uma nota pessoal e referir alguns sinais de bom augúrio no campo da formação em Comunicação Social no nosso país.

1. Em primeiro lugar desejo sublinhar que a necessidade apontada de promover a qualidade do sistema mediático não significa da minha parte menor apreço ou falta de admiração pela competência e profissionalismo dos jornalistas e comunicadores dos nossos media. Professo sincero e grande respeito pelos profissionais da comunicação a quem expresso pessoal homenagem e profunda estima pela meritória e difícil acção social de informação e cultura que tantas vezes em condições adversas conseguem levar a cabo.

2. Em segundo lugar gostava de assinalar alguns elementos favoráveis ao desenvolvimento qualitativo, quer do nosso sistema mediático quer do campo da formação académica. É sabido que o nosso crescimento quantitativo se acelerou nos últimos tempos, designadamente em número de profissionais e em número de cursos de Comunicação Social. Carecemos por certo de alguma regulação. Mas como em outros aspectos, também aqui convirá que seja por auto-regulação. Emergem e afirmam-se iniciativas e instituições do lado profissional como do lado académico portadoras de fundadas esperanças. Neste sentido, as ainda recentes eleições para o Sindicato dos Jornalistas Portugueses e para o Conselho Deontológico, com os projectos que as informaram e a confirmação que mereceram, são um auspicioso sinal de bom futuro - que o próximo Congresso dos Jornalistas por certo virá confirmar. Do lado escolar, a consciência da multiplicidade e variedade de cursos não deixa de ser preocupante. Sabemos que os responsáveis pelas Licenciaturas das Universidades representadas no Conselho de Reitores iniciaram uma reflexão em torno da própria concepção de Ciências da Comunicação da qual se espera contributo válido para prosseguirmos no

conhecimento e no ensino deste domínio.

3. A terminar, formularia o voto de que todas as partes interessadas nos media, nos mediadores e na formação destes, encontrássemos as vias do diálogo indispensáveis à definição das melhores políticas de formação. Sabemos que existe e já foi expressa a boa vontade das partes. Contra ela não serão bastantes os eventuais obstáculos de inércia ou resistência.

Parafraseando o pensamento de Bergson, a propósito da ética, repetiria: "Com o corpo demasiadamente crescido, a Humanidade exige com urgência um suplemento de alma". Os jornalistas e mediólogos são por certo chamados a contribuir para este suplemento de alma, pois que é na ordem do espírito e da paixão, da "noosfera" e do imaginário, das representações e do sentido, que a sua acção inteligente e livre se faz verbo na Comunicação Social do dia a dia.

Braga, 96.07.23

Bibliografia referida:

- ANDRINGA, D. (1966), "With a little help from my friends" in *Passa Palavra*, nº 0, Sindicato dos Jornalistas, Lisboa, p. 7.
- BELSEY, A. and CHADWICK, R. (1992), *Ethical Issues in Journalism and the Media*, Routledge, London and New York.
- BELSEY, A. and CHADWICK, R. (1995), "Ethics as a vehicle for media quality", *art. cit.*, p. 466.
- BELSEY, A. and CHADWICK, R. (1995), "Ethics as a vehicle for Media quality", *European Journal of Communication*, Vol. 10, pp. 461-473.
- CANOTILHO J. G. e MOREIRA, V. (1993), *Constituição da República Portuguesa*, 3ª Ed., Coimbra Editora, p. 225.
- De FINANCE, J. (1967), *Ethique Générale*, Presses de l'Université Grégorienne, Rome, p.7.
- GOFFMAN, E. (1983), Extrato de seu Discurso traduzido e publicado in *Societés*, Paris, 1987, nº 14, p.16.
- MESQUITA, (1994), M. "A Educação para o Jornalismo", *II Congresso de Jornalismo de Língua Portuguesa*, Rio de Janeiro, Nota 38.
- VOYENNE, B. (1979), *L'Information Aujourd'hui*, Armand Colin, Paris, p. 19.