

## Desafios para a prática e o ensino do jornalismo cultural

**Nísio Teixeira\***

Belo Horizonte

Agosto/2007

### **Resumo**

Este artigo traça problemas relacionados ao jornalismo cultural brasileiro. Está estruturado em duas partes: a primeira analisa os desafios relacionados à prática do jornalismo cultural, especialmente o diário. A segunda destaca relatos de problemas relacionados ao ensino da disciplina em nível de graduação e condensa, ao final, um rápido memorial de vivências que considera os apontamentos anteriores.

**Palavras-chave:** cultura, educação, jornalismo cultural, jornalismo cultural online.

### **Introdução**

É curioso perceber como a cultura é, a um só tempo, exaltada e desprezada no Brasil. Exaltada porque sempre há um discurso político que enaltece o “patrimônio cultural de nosso povo” ou investimentos de marketing para associar a cultura à “melhoria da imagem de nossa empresa”. A essa exaltação, porém, corresponde um desprezo das potencialidades da cultura: nos exemplos anteriores ela é reduzida, respectivamente, ao risco populista e mercadológico. É curioso perceber que o reducionismo não é apenas conceitual: ocorre no âmbito dos investimentos públicos em cultura, que mal chegam a 1% em qualquer esfera do poder (municipal, estadual ou federal); ocorre na presença e na perspectiva empresarial em investimentos na área, praticamente restrito ao patrocínio via leis de incentivo (isso quando elas existem e são conhecidas – ver Baracho e Raddi, 2007) e, por fim, ocorre no campo do jornalismo, no espaço do jornalismo cultural, o qual, além de sofrer, às vezes, um olhar desprezível pelos colegas de outras áreas (que vêem na cobertura cultural um jornalismo mais “fácil” e “glamourizado”), corre o risco, por sua vez, de se reduzir à agenda cultural e dividir seu espaço com outros tipos de materiais, como horóscopo e colunas sociais (ver Cunha, Magalhães e Teixeira, 2002 e Piza, 2003).

Apesar de tudo, o Brasil ou pelo menos os brasileiros se reconhecem em sua cultura. E, em especial atenção, os jovens universitários. Embora tenha sido desenvolvida há dez anos, uma pesquisa do professor Teixeira Coelho com os alunos da USP mostra como gradativamente eles deixam de ser leitores de cadernos de política e economia no início da graduação (motivados, muitas vezes, por cobranças preparatórias ao vestibular) e adotam como preferido o caderno de

cultura até o fim do curso. (Ver Coelho, 1996-7). Na universidade em que trabalho, uma das razões para a inclusão da disciplina jornalismo cultural na grade curricular foi a constante demanda dos alunos pelo tema – que não se restringe apenas a essa disciplina, mas é combinada com outras, como fundamentos de cinema, fundamentos de teatro e jornalismo online. E, aqui, contrariando os apontamentos de Teixeira Coelho – mas sem nenhum dado propriamente concreto que ultrapasse as conversas formais no início do curso – muitos alunos optam pelo curso de jornalismo por seu envolvimento e interesse em campos da cultura: porque escrevem, têm bandas de rock ou grupos de samba, estudam teatro ou querem se enveredar no campo do cinema.

De um lado, tem-se o cenário da cultura a ser desbravado com maior potencialidade pelo jornalismo (não só impresso, mas também eletrônico), rompendo aquilo que Cunha e Teixeira (2007) chamam de *lógica do iceberg*: o que proporciona mais verba, mais estrutura e mais apelo para a emergência e a evidência dos produtos (artistas e obras), em grande parte, são os processos culturais, os quais, metaforicamente, ficam submersos. Assim, para além dos produtos culturais, deve-se encarar os processos culturais – não só da criação cultural, mas também da política, da economia, do direito autoral. De outro lado, o desbravamento do público leitor que tem, nos estudantes de jornalismo, uma de suas faces mais seletas, já que, além de leitores, eles serão, futuramente, os produtores de notícias desse gênero jornalístico.

O elo que une uma dimensão à outra é a informação. Entender o percurso dos desafios da informação cultural será o foco deste artigo: não há como desenhar apontamentos para o ensino do jornalismo cultural se não tecermos claramente algumas considerações sobre os limites e imposições de sua própria prática. Por isso, ofereço um balanço de leituras e discussões acerca dos problemas relacionados à prática do jornalismo cultural. A essa primeira parte, polifônica, complemento com uma segunda parte, que traz especificamente minhas vivências como professor na área e é relatada de maneira mais pessoal e subjetiva. É nesse tom que encerro o artigo apontando um relato de experiências que procuraram, se não solucionar, pelo menos minimizar o duplo desafio da prática e do ensino no jornalismo cultural.

### **Primeira parte: desafios da prática do jornalismo cultural**

O século XIX vai consolidar a imprensa como empresa jornalística e, ao seu final, também vai marcar a gradativa incorporação das principais invenções da época – como a fotografia, o telégrafo, o telefone – à rotina produtiva jornalística. Cabe ressaltar que, se o Brasil não fica atrás nessa incorporação, a inexistência de um mercado editorial forte – e conseqüentemente de um número maior de leitores – faz com que o país se distancie muito do cenário europeu e norte-americano, no qual o consumo de livros e jornais já vinha acontecendo há mais de 200 anos. No

Brasil, segundo Nelson Werneck Sodré (1966), uma maior difusão da imprensa somente acontece com a chegada da família real portuguesa ao Brasil em 1808. A primeira imprensa, portanto, só vai ser a oficial – tanto assim que o título de primeiro jornal brasileiro é atribuído ao *Correio Brasiliense*, editado em Londres por Hipólito da Costa e que aportava clandestinamente no Brasil.

Esse quadro fez com que muitos escritores buscassem trabalho, além de renda e reconhecimento, na atuação em jornais, os quais, por sua vez, serviam como veículo de divulgação da produção desses escritores. Machado de Assis, José de Alencar, Joaquim Manuel de Macedo, Euclides da Cunha são alguns nomes que ilustram esse berço comum do jornalismo e da literatura brasileiros – uma interlocução tão forte que acabou gerando um gênero típico das letras brasileiras: a crônica.

Na década de 1950, quando o jornal começa a ganhar sua configuração atual – especialmente a partir da reforma do *Jornal do Brasil*, que vai, inclusive, inovar com seu primeiro caderno cultural diário – também se identifica, de maneira mais forte, a presença emergente de uma indústria cultural no Brasil, tanto no que tange aos produtos culturais quanto à *media*. Processo que, segundo Renato Ortiz (1988), só vai se consolidar dali a duas décadas depois, em pleno regime militar, sendo incorporado à doutrina de segurança nacional e embalado pela febre de consumo do “milagre econômico brasileiro”.

O próprio termo “indústria cultural” surge próximo à década de 1950, quando, em 1947, Theodor W. Adorno e Max Horkheimer batizam com o termo um dos capítulos de seu *Dialética do Esclarecimento – o Iluminismo como mistificação das massas*. Entre vários apontamentos sugeridos pelos autores no capítulo, destacamos três: i) a submissão da cultura à produção em série; ii) a constituição gradativa de conglomerados monopolistas cada vez mais fortes, e, a mais polêmica; iii) o papel acrítico, para não dizer alienado, do consumo, ou, mais ainda, do consumidor, em especial do consumidor cultural.

Em Cunha, Magalhães e Teixeira (2002), detalhou-se como se dá uma dupla influência da indústria cultural sobre o jornalismo cultural: i) o jornal é um produto industrial, mas ao lado da padronização (rotina, prazos etc.) há também a invenção/criação (força do cotidiano, a experiência do jornalista). O dilema arte–indústria será, por essa época, também do próprio artista; ii) por isso, no circuito de produção, difusão, distribuição e consumo, é também comum o encontro de ambos na curvatura do mercado, tanto nas zonas de aderência (*hits*) como nos núcleos de crise (vanguarda, movimentos *indies* etc.).

Nesse sentido, com base em considerações de Frias Filho (2000), Barros e Silva (2000) e Dapieve (2001), o jornalismo cultural brasileiro passou por, pelo menos, três momentos significativos: i) anos 1960 e 1970: a presença de uma ideologia mais forte, popular-nacional, antiimperialista e, por isso mesmo, mais combativa com a maioria dos produtos provenientes da indústria cultural; ii) anos 1980: percebe-se um movimento oposto: busca-se a legitimação ou, ao menos, a inserção, de produtos da cultura internacional de massas, como o rock, por exemplo. Até porque muitos que chegavam à redação haviam vivido a contracultura daqueles tempos; iii) anos 1990: seguindo a tendência da década anterior, talvez sob menos vivência contracultural, procura-se atender a uma lógica de globalização e, talvez, ainda ideológica ao se preocupar em dar visibilidade a países periféricos.

Mas no cenário atual, o que se percebe é uma fórmula de risco e simplificação como mencionado na introdução: um reducionismo que incorre em redações enxutas, textos curtos, entretenimento asséptico. Afinal, se o jornalismo cultural não critica a indústria cultural, quem irá fazê-lo? Não cabe a ele o papel dessa *mediação*? Ou como sugere José Geraldo Couto (1996): o jornalismo cultural deve complicar o óbvio (muitas vezes o que é oferecido pela indústria cultural) e simplificar o complexo (divulgar a cultura e a arte, mais no sentido de despertar o leitor do que educá-lo).

Cunha, Magalhães e Teixeira (2002) também ressaltam os riscos da simplificação atual, que podem ser vários, como: i) confusão do popular com popularidade ou uma solução maniqueísta: só por algo ser “popular” não se deve legitimá-lo, *a priori*, como “bom”, da mesma forma que um produto da indústria cultural não deveria ser “ruim”; ii) ênfase na agenda de shows, nos lançamentos e na avalanche dos produtos e não nos processos culturais (como gravação, ateliês, políticas culturais, economia da cultura, marketing cultural); iii) avalanche de coberturas sobre comportamentos e cartilhas de guetos culturais; iv) prevalência da informação (especialmente na imprensa diária) à análise (mais possível em revistas). Poderíamos aqui especular e dizer que nos anos 1960 e 1970 houve maior predomínio da análise, enquanto nos anos 1980 e 1990 houve mais informação; v) pressões da indústria: jabá, *junket*, releases cozinhados, a “síndrome de quermesse” de que nos fala Antônio Siúves (atitudes provincianas como listas de celebridades inatacáveis e outras vetadas – ver Cunha, Guimarães e Teixeira, 2002), referências indiretas (perfil de fulano ou o assunto da moda, que são usados para promover – e também em – telenovelas, por exemplo); vi) o deslumbramento do jornalista, que transforma o que seria reportagem em pura tietagem; vii) ou aquele que confunde gosto pessoal com critério editorial.

No que diz respeito ao texto crítico (resenhas, artigos, ensaios), vale ressaltar as recomendações feitas por Piza (2003) para as boas características do texto crítico: combinar referências temáticas

(abordagem do assunto tratado pela obra), estruturais (elementos da linguagem artística da obra analisada), impressionistas (impressões do crítico acerca da obra) e autorais (exercício comparativo da obra com outras produções do realizador e/ou demais envolvidos em sua elaboração). Em complemento, além de emitir um juízo de valor sobre a obra, o texto crítico, com base em elementos destacados, deve exatamente compartilhar com o leitor o trajeto percorrido pelo crítico para alcançar o juízo de valor defendido no início da crítica. Ou seja, importa menos que a crítica seja “positiva” ou “negativa” ou ambas – o que importa é que a construção da argumentação, da opinião crítica, fique clara para o leitor. Aqui o binômio defendido pelo crítico Clement Greenberg – atenção (na informação) e honestidade (na opinião) – torna-se crucial para o exercício crítico.

Por fim, como todas essas questões acerca do jornalismo cultural podem se dispor no ambiente online, podemos partir de seis características apontadas por Marcus Palacios (2001) acerca desse jornalismo: i) hipertextual; ii) multimidiático/convergente; iii) passível de atualização contínua; iv) personalizável; v) interativo; vi) passível de incorporar memória. A eles agregamos considerações detalhadas em Teixeira (2003) e também em Teixeira e Mól (2003): i) o caráter de hipertexto, embora não tenha sido criado pelo formato online, foi por ele potencializado: conexões são feitas não só para outros textos, mas também para outras mídias como áudio e vídeo; ii) uma das razões que possibilita essa convergência multimidiática é justamente o suporte digital. Ele transforma a internet e, por consequência, o jornalismo online em uma plataforma de publicação e distribuição, que pode abrigar uma convergência de linguagens e funções: trechos de um filme ou um CD podem estar disponíveis em vídeo e áudio, respectivamente, em uma crítica jornalística online; iii) a periodicidade híbrida: ao contrário dos suportes tradicionais jornalísticos, o jornalismo online permite que, pela primeira vez, um texto ou uma informação possam ser atualizados em uma velocidade antes só possível via rádio e TV, ao mesmo tempo que pode manter, no mesmo ambiente, o caráter de interpretação e análise que marcou o conteúdo do jornalismo impresso; iv) a seletividade será mais aguda: o leitor pode se programar para receber somente aquelas notícias que lhe interessam; v) o usuário pode interagir com o emissário da notícia, enviando e-mails e contribuindo para a fomentação do debate e da crítica – embora há quem defenda que o conceito de interatividade só se torna pleno à medida que ocorre em tempo real; vi) além da publicação e da distribuição, há ainda a pesquisa. O poder de compactação dos dados possibilita um acesso mais amplo às informações passadas em arquivo de textos, sons e imagens que também pode ser incorporado ao projeto editorial em jornalismo online.

Por fim, destaco as interações dessas potencialidades online com o jornalismo cultural.

O serviço de roteiro cultural pode respeitar a atualização, diária ou não, de seus mais diversos setores como peças de teatro, filmes em cartaz, shows... pode ocupar quantas "páginas" quiser, sem prejuízo para o espaço destinado às matérias ou sem sofrer riscos de redução. Ao mesmo tempo, permite que a crítica produzida no dia da estréia do espetáculo possa permanecer disponível durante toda a temporada do mesmo. [...] Outro ponto híbrido – o abrigo não só de discursos sobre a produção cultural, mas também de produtos culturais como crônicas, fotos e tirinhas – ganha novas possibilidades. [...] Além do texto, da foto e do quadrinho, podem ser incorporadas aí animações, vídeos (pensemos, por exemplo, em uma “Seção do Minuto”), sem falar em outras formas de passatempos (videogames). O projeto editorial pode também incorporar a exploração de sua base de dados (arquivo) e funcionar como centro de referência para alguns assuntos (links interessantes). Tudo isso só vale, é claro, se houver a exploração adequada e comedida dos recursos de hipertexto, hipermídia, navegação, design etc. (Teixeira, 2002, p. 7 e 8).

Complementando o diagnóstico dos desafios relacionados à prática do jornalismo cultural, estão aqueles vinculados ao seu ensino. Esse é o tema do tópico a seguir.

### **Segunda parte: desafios do ensino do jornalismo cultural**

Segundo dados obtidos através do site do Ministério da Educação, o número de cursos de jornalismo no país é de 344, sendo 40 deles (cerca de 12%) com sede em Minas Gerais. O Programa Rede Mídia, da TV Minas, apresenta um número maior: cerca de 600 cursos no Brasil, formando 23.583 jornalistas graduados por ano (Rede Mídia, 2007).

No que tange ao jornalismo cultural, a disciplina vem sendo gradativamente incluída na estrutura curricular de alguns cursos da capital mineira. Paralelamente aos dados pesquisados por Teixeira Coelho, ofereço impressões recolhidas ao longo dos dez anos em que atuo como professor universitário. Percebo que muitos alunos têm interesse pela área da cultura devido a seu envolvimento antes e durante a universidade com grupos musicais, artes cênicas (especialmente teatrais) e ainda apreço pelo cinema (com significativo e crescente interesse pelo documentário). Além das rotineiras apresentações em sala, esse interesse é detectado pelas constantes monografias (trabalhos de conclusão de curso) desenvolvidas pelos alunos (sempre individuais, no caso do curso de jornalismo do UNI/BH) – só nos últimos três anos foram cerca de 50 monografias dedicadas, por exemplo, apenas a temas pertinentes ao cinema.

Diante deste interesse pelo tema e considerando a primeira parte desse texto, alguns desafios se impõem para o ensino do jornalismo cultural. Serão abordados em três tópicos: i) formação; ii) didática e iii) experimentação.

O desafio de formação, por sua vez, vem sob três questões: i) a opção pela reprodução em vez da criação (como os antigos alunos que simplesmente copiavam verbetes de enciclopédia, hoje há a cópia, às vezes sem sequer algum tipo de revisão, de textos e referências da internet – ou seja, não há a interlocução, mas a mera reprodução da criação alheia); ii) a uniformização da fruição (em consonância com uma das premissas frankfurtianas, detecta-se, em vários casos, certa homogeneização do gosto, gerando uma dificuldade inicial em apreciar aquilo que foge à impressão mais imediata e convencional de uma obra); iii) o viés da complementação (muitos alunos também se esforçam, com mérito, para encontrar na universidade o complemento de uma cultura geral que não tiveram nos ensinamentos básico e secundário).

Nessas três questões ligadas à formação, percebe-se que o ensino do jornalismo cultural deve, exatamente, chamar atenção para a diversidade das práticas e fruições artísticas, que possam não excluir, mas ir além do *blockbuster* cinematográfico, dos grandes eventos, do *best seller* “da hora” ou do *hit parade*. Como vimos na primeira parte deste texto, encarar o desafio não é só propor uma ação crítica no ensino, mas complementá-la e estimulá-la pela prática do jornalismo cultural, já que esse próprio tipo de jornalismo pode, na contramão, ajudar na construção dessa percepção reducionista (que ocorre ao enfatizar, por exemplo, mais os produtos do que os processos culturais; a agenda de lançamentos etc.). Uma pesquisa desenvolvida pela Secretaria Municipal de Cultura de Belo Horizonte mostrou como nenhum dos entrevistados se considerava “culto”: nem o que freqüentava as salas de cinema “de arte”, nem aquele que assistia aos *blockbusters* (Secretaria de Cultura/Vox Populi, 1996). Ambos acreditavam que a cultura, o “culto”, estava sempre um degrau acima. Romper com essa visão, tanto no ensino como em sua prática, cabe precisamente ao jornalismo cultural. E, muitas vezes, por mais incrível que possa parecer, o simples exercício – sempre monitorado e comentado – de um filme, uma música, uma peça abre o caminho para essa complementação a qual, por sua vez, abre novas perspectivas para a formação do aluno.

Como segundo tópico de análise, o acesso do material didático necessário torna-se aqui ponto fundamental. Além da assinatura de publicações, de uma boa biblioteca e de laboratórios de informática, deve-se pensar em parcerias que propiciem o acesso aos produtos e ao conhecimento dos processos culturais, como levar os alunos a uma sessão exclusiva em cinema ou teatro, exposições, palestras que possam alimentar a pauta e a rotina produtiva das disciplinas afins à área cultural nas escolas e faculdades. Tais iniciativas podem resultar em textos e produtos para a divulgação cultural na própria instituição de ensino e na capacitação cultural do aluno.

Como desdobramento dos pontos anteriores, está o tópico da experimentação. Sabe-se que a maioria dos laboratórios de jornais, rádios, TVs e sites das escolas de comunicação deve preparar

o aluno para a rotina do mercado de trabalho, fazendo desses espaços simulações daquilo que o estudante vai enfrentar no dia-a-dia de uma empresa de comunicação – inclusive no que tange às pautas em jornalismo cultural. Mas uma coisa é preparar o aluno para esse sistema, outra é condicioná-lo. E aí se percebe como muitos laboratórios incorrem no mesmo erro atribuído aos alunos: maior interesse na reprodução do que na criação. Às vezes, propostas inovadoras de programas de TV, rádio, coberturas jornalísticas para as mídias impressas e eletrônicas, feitas pelos alunos, não encontram o devido espaço em suas instituições de ensino. Claro que se trata de uma equação complicada, que depende até, às vezes, das condições infra-estruturais disponíveis para sua produção, mas, via de regra, esse tem sido um dilema presente nos laboratórios de comunicação e que afeta, em muito, a capacidade inovadora do tratamento e da cobertura em cultura – ela pode correr o risco, como já apontado anteriormente, de reproduzir, precisamente nesses espaços que estariam abertos à inovação acadêmica, os mesmos problemas – apontados na primeira parte deste texto – que fustigam a prática do jornalismo cultural no “mercado”.

Como exemplos de confluências desses desafios, relato três experiências que buscaram conciliar uma visão crítica do jornalismo cultural com o ensino e a formação na área: i) a organização do curso de jornalismo cultural; ii) a criação de um grupo de pesquisa interinstitucional em jornalismo cultural online; iii) a criação da *Union* – uma web-revista de cinema.

O carro-chefe do curso foi a realização, no segundo semestre de 1998, do *I Seminário de Jornalismo Cultural*, uma iniciativa do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Minas Gerais e do Ministério do Trabalho através do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), no sentido de capacitar o jornalista para a cobertura da área. Com apoio das secretarias estadual e municipal de Cultura, teve duração de 18 dias na capital sob forma de seminário e dois meses no interior de Minas Gerais (Sete Lagoas, Varginha, Divinópolis e Uberaba) sob a forma de workshop. O seminário ocorreu em dias seguidos, sempre à noite, procurando reunir à mesa profissionais que atuassem tanto dentro como fora do estado de Minas Gerais. Já os workshops reuniram quatro professores (dois jornalistas – Roberto Mendonça e Geane Alzamora –, uma socióloga – a saudosa Lídia Avelar Estanislau – e uma especialista em mercado cultural – Maria Helena Cunha). Com carga horária de 40 horas por mês, foram assim divididos: a) Módulo I – Geral (20 horas): aspectos da criação jornalística; ética na imprensa; cultura – uma introdução e produção de matrizes para uma ação cultural: apresentação de um estudo de caso e b) Módulo II – Específico (20 horas): assessoria de imprensa e cultura; jornalismo cultural (cobertura jornalística: diferenças e semelhanças com outras áreas do jornalismo, crítica cultural, produção de reportagens, artigos e/ou projetos).

Entre os pontos positivos, destacam-se a presença e o diálogo em níveis nacional (13 profissionais) e local (31 profissionais), abrangendo vários aspectos da cobertura cultural, para um público estimado em 100 pessoas; entre os negativos: pouca (e algumas falhas da) infraestrutura para o registro das conferências, mas, principalmente, a ausência de jornalistas diante de uma presença maciça de estudantes – o que reforça a importância do preparo cada vez mais intenso do jornalismo cultural (e não só dele) na formação do aluno durante a faculdade. A ausência dos jornalistas foi associada à falta de disponibilidade de tempo desses profissionais – e essa justificativa, aliás, se tornou uma constante em vários cursos propostos pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais. Importante: esse quadro não se verificou nos cursos pelo interior: aí a presença de profissionais foi muito forte e assídua – em todo caso, o número de estudantes também foi relevante.

No ano seguinte, além de voltar a lecionar na PUC/MG, iniciei meu período de trabalho no UNI-BH, onde me tornei professor por 40 horas, parte delas dedicadas à criação de um grupo de pesquisa em jornalismo cultural – que reuniu três professores e seis alunos bolsistas, em projeto que se desdobrou em uma parceria interinstitucional com a PUC/MG, gerando diversos artigos, parte deles reunidos em publicação, e o embrião para a criação de um jornal online, no UNI/BH, que pudesse canalizar, inclusive, as produções das disciplinas voltadas para o tópico da cultura na instituição – a qual, por razões infra-estruturais, acabou se tornando uma web- revista especializada em cinema.

Por fim, destaco a própria experiência da web- revista ([www.union.jor.br](http://www.union.jor.br)) através do Laboratório de Jornalismo *On line* (Labjol), o qual permite, além de produções espontâneas, transparecerem trabalhos desenvolvidos por alunos ligados às diversas disciplinas da estrutura curricular do curso de jornalismo da instituição, como: jornalismo cultural, fundamentos de cinema, fundamentos de multimídia e jornalismo online (essas quatro disciplinas são ministradas pelos três professores supervisores do Labjol – os quais também são professores em uma especialização *lato sensu* em jornalismo e cultura, iniciada em março de 2007, na instituição) e outras disciplinas afins como semiótica, antropologia, estética e cultura de massa, fundamentos de teatro. A produção, vale ressaltar, é sempre do corpo discente, seja no Labjol (estagiários e voluntários), seja nas disciplinas.

Na web- revista, no que tange aos textos informativos, há ênfase na produção de notícias diárias e pelo menos uma reportagem por semana. Na seção crítica, a idéia é ser um site- referência, como o estadunidense *Metacritic*: ao lado da íntegra da crítica produzida pelo aluno, o leitor tem link para diversas críticas brasileiras publicadas online (organizadas da mais positiva para a mais negativa). O texto opinativo também reúne colunas especializadas como *Lado B* (cinema

brasileiro), *Cinegames* (filmes que viraram jogos e vice-versa), *Filmes Z* (cinema *trash*). O site também começa a investir na potencialidade do meio – conforme sugerido ao final da primeira parte deste texto – e busca, além do texto, explorar a convergência multimidiática, incluindo a seção “Pérolas do YouTube” e críticas que trazem comentários em vídeo do aluno, por exemplo. Também inclui resumo das monografias sobre cinema defendidas no curso de jornalismo do UNI/BH e uma seção “Sobre Cinema” com diversas subseções (*Perfis*, artigos sobre *Gêneros e Escolas do Cinema*, análise de *Títulos e Cartazes*). Toda essa experiência é importante porque dá uma nova dimensão ao texto desenvolvido em sala: não se trata apenas de um trabalho preparado para que o professor avalie e dê uma boa nota, mas também para que o aluno se esforce para produzir um texto que seja não só para o professor ler, mas para o público, inclusive externo à faculdade (e até mesmo do país). Essa aceção valoriza e estimula um maior empenho do aluno na produção de seu texto. A web-revista foi finalista no prêmio Expocom Sudeste neste ano (2007), mas certamente ainda há muitas correções, acertos e aprimoramentos a ser feitos no site.

### **Perspectivas**

O jornalismo cultural, ao trabalhar em todas as suas instâncias com o binômio formação e informação, deve criar a necessidade de um ciclo virtuoso, no qual potencializa acesso e divulgação cultural diversa e plural, que atinge futuros jornalistas da área. Os estudantes, estimulados a produzir um texto público, por sua vez, devem ter nessa publicação (que pode explorar os mais diversos meios, em especial as potencialidades convergentes do suporte online) a ponta de um processo que inclua precisamente uma formação cultural ampla, aprimoramento didático e possibilidades de experimentação.

### **Referências bibliográficas**

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMMER, M. *Dialética do esclarecimento*. São Paulo: Jorge Zahar, 1986.
- BARACHO, Maria Amarante Pastor; RADDI, Rafael. “O Incentivo Fiscal à Cultura no Brasil: Breve Exame dos Estados Brasileiros”. *Seminário Internacional em Economia da Cultura*, mesa IV, Pesquisa e Economia da Cultura. Capturado do site <http://www.fundaj.gov.br/geral/ascom/economia/incentivo.pdf> em 22 de julho de 2007.
- BARROS E SILVA, Fernando de. “Fugindo das Cidades”. *Bravo!*, nº 37, outubro, 2000, p. 22-23.
- COELHO, José Teixeira. “Cultura e Cultura Política dos Jovens”. *Revista USP: Dossiê Sociedade de Massa e Identidade*, v. 32, dezembro– fevereiro, 1996-7, p. 156-165.
- COUTO, José Geraldo. “Jornalismo Cultural em Crise”. In: DINES, Alberto; MALIN, Mauro (orgs.). *Jornalismo Brasileiro – no Caminho das Transformações*. Transcrições das participações nos dois

primeiros Seminários de Atualização em Jornalismo e Comunicação. Brasília: Banco do Brasil, Labjor, Universidade Estadual de Campinas, 1996, p. 129-131.

CUNHA, Leonardo A.; MAGALHÃES, Luís Henrique Vieira; TEIXEIRA, Nísio. "Dilemas do Jornalismo Cultural Brasileiro". Revista *Temas: Ensaios de Comunicação*. Belo Horizonte: UNI-BH, nº 1, v.1, agosto–dezembro, 2002, p. 73-83. Artigo também disponível em

<http://www.artigocientifico.com.br/artigos/?mnu=1&smnu=5&artigo=1894>.

CUNHA, Leonardo; TEIXEIRA, Nísio. "Jornalismo Cultural e a Lógica do Iceberg". Revista *Mediação: Comunicações e Artes*. Belo Horizonte: Fumec/FCH, ano 7, nº 6, primeiro semestre de 2007.

DAPIEVE, Arthur. "Mídia e Cultura Brasileira". In: ALMEIDA, Cândido Mendes (org.). *Cultura Brasileira ao Vivo – Cultura e Dicotomia*. Rio de Janeiro: Imago, 2001, p. 167-178.

FRIAS FILHO, Otávio. "Foram-se os festivais". *Bravo!*, nº 37, agosto de 2000, p. 16.

MACHADO, Arlindo. "Hipermídia: o Labirinto como Metáfora". In: DOMINGUES, Diana (org.). *A Arte no Século XXI: a Humanização das Tecnologias*. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1997.

ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira – Cultura Brasileira e Indústria Cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PALACIOS, Marcus. "O Que Há de Novo no Jornalismo On line?" Palestra proferida a 27 de junho de 2001, no Instituto Cultural Itaú, Belo Horizonte, dentro da programação do Núcleo de Novas Tecnologias da PUC-MG.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

REDE MÍDIA. A "Qualidade dos Cursos de Comunicação". Programa exibido pela Rede Minas, 13 de agosto de 2007, 21h30.

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA, VOX POPULI: *Primeiro Diagnóstico Cultural de Belo Horizonte – Relatório Final*. Belo Horizonte, 1996.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

TEIXEIRA, Nísio. "Impacto da Internet sobre a Natureza do Jornalismo Cultural". Belo Horizonte: PUC-MG/UNI-BH, 2002. Texto produzido pelo grupo de Jornalismo Cultural On line. Disponível em <http://www.artigocientifico.com.br/artigos/?mnu=1&smnu=5&artigo=1121>.

TEIXEIRA, Nísio; MÓL, Mariana. "Jornalismo Cultural On Line: uma Análise Comparada Brasil–Canadá". Análise concluída em abril de 2004. Disponível em <http://www.artigocientifico.com.br/artigos/?mnu=1&smnu=5&artigo=1122>.

**Nísio Teixeira\*** é jornalista e professor universitário do Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH). É doutorando em ciência da informação pela Universidade Federal de Minas Gerais.