

Parecer Rumos do Jornalismo Cultural Itaú Cultural

Zélia Leal Adghirni*

A indicação de meu nome, pelo professor José Marques de Melo, para integrar o júri do programa Rumos Jornalismo Cultural como representante da Intercom significa uma honra para mim, para a minha universidade e sobretudo para nossa entidade máxima de pesquisadores em comunicação no Brasil.

O que eu não sabia ainda era a surpresa e o prazer que me aguardavam naqueles pacotes cheios de trabalhos jornalísticos em todas as suas formas: matérias para jornal impresso, para jornalismo na web, para radiojornalismo, para televisão, tudo isso em pilhas de papéis, CDs e DVDs. Tudo proposto por dezenas de alunos de jornalismo selecionados numa primeira etapa do programa promovido pelo Itaú Cultural.

Como professora do programa de graduação e pós-graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) há cerca de 15 anos e tendo passado quase 20 anos no exercício do jornalismo no Brasil e no exterior, faço questão de manter o vínculo com a profissão. Vínculo que se renova a cada ano quando formamos novos profissionais e quando descobrimos novos talentos. É o caso do Rumos Jornalismo Cultural.

Já participei de várias comissões julgadoras, em outros concursos envolvendo profissionais de renome, mas confesso que raramente encontrei um sistema de seleção tão organizado, tão criterioso e tão justo como esse promovido pelo Itaú Cultural. Primeiro, pela forma como o programa é divulgado. O retorno se manifesta na participação de candidatos de praticamente todos os estados do Brasil. Neste ano, apenas Roraima e Piauí não fizeram inscrições. Dos 25 estados representados, 15 foram contemplados, o que revela a amplitude da dimensão geográfica do certame e seu caráter democrático. A idade dos estudantes selecionados varia entre 19 e 27 anos, o que revela também um largo espectro de maturidade acadêmica. Tanto a seleção como a premiação rompem com os critérios tradicionais de um concurso baseado na vitória de celebridades instantâneas e efêmeras, concedendo os sonhados 15 minutos de fama a indivíduos anônimos, segundo a percepção do artista plástico Andy Warhol.

O Itaú Cultural oferece bem mais que um título aos vencedores. Os prêmios se traduzem em estímulos como livros, produtos culturais, atividades de formação em laboratório de jornalismo, bolsa de estudos e, ainda, uma remuneração fixa e o licenciamento de direitos de publicação ou exibição.

Se o objetivo do programa Rumos Jornalismo Cultural 2007-2008 é incentivar a criação artística e intelectual brasileira, há motivos de sobra para comemorar. E não apenas para aqueles que ficaram entre os finalistas, aqueles que ganharam os principais prêmios. Falo de todos os ensaios, de todas as tentativas daqueles estudantes que enviaram seus trabalhos na expectativa de contribuir para o enriquecimento da produção cultural na mídia brasileira.

Mas ainda há muito o que aprender sobre o jornalismo cultural na rede. As escolas deveriam investir mais no webjornalismo. Os trabalhos mostram que nem todos os recursos da mídia digital são utilizados. Não se exploram as possibilidades de navegação, de links, da instantaneidade que a mídia pede. É preciso estudar mais os blogs, o mais recente fenômeno midiático, o laço social da era tecnológica. As estatísticas mostram que são muitos os internautas no Brasil, apesar dos índices de exclusão digital. Quem lê na telinha do computador gosta de ler notícias. Estamos entre os primeiros consumidores mundiais de jornalismo on-line.

Os programas de rádio já são mais arrojados, trazem temas polêmicos, chamam o ouvinte a interagir, têm boas sonoridades. Revelam maturidade, sente-se a orientação pedagógica. Não é por acaso que, nessa categoria, professores e alunos saíram premiados.

Os textos para o jornalismo impresso revelam uma preocupação com a cultura local e regional, temas pouco explorados pela grande mídia. Usa-se muito a primeira pessoa como forma de narrativa, talvez pela necessidade de testemunhar quando estamos aprendendo a interpretar o mundo por meio da notícia.

Mas o que vale é a impressão que fica. E nós, jurados, ficamos impressionados. Percebemos que, da mais simples produção audiovisual, quando o aluno ainda não está pronto para harmonizar som, imagem, texto, tempo, pausa, ritmo etc., até o texto mais original, mais elaborado, o aluno realiza o esforço de superar-se para oferecer o melhor dele mesmo. O estudante de jornalismo busca desvendar o ângulo inusitado de uma matéria, procura captar o sentido do fato novo que quebra a superfície lisa do cotidiano, deseja revelar o artista oculto na comunidade que interpreta o mundo para, enfim, ser reconhecido e legitimado em seu trabalho de jornalista, imerso na singularidade da notícia de um jornalismo plural.

* **Zélia Leal Adghirni**, representante da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom), graduou-se em comunicação social (jornalismo) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul em 1971. Tornou-se mestre pelo Instituto Francês de Imprensa e de Ciências da Informação da Universidade de Paris II, em 1980, doutora pela Universidade de

Grenoble III, Suíça, em 1983, e pós-doutora pela Université de Rennes I, em 2000. Atualmente é professora-adjunta da Universidade de Brasília. Tem experiência na área de comunicação, com ênfase em jornalismo e editoração.