

três X quatro

Jornal laboratório
Comunicação UFRGS
Setembro de 1990



Aluno se orienta pelo mercado

No vestibular passado Propaganda e Publicidade teve 23,77 candidatos por vaga. O segundo lugar foi da Computação: 19,47 candidatos por vaga. Medicina ficou em terceiro lugar com 18,28.



Esta preferência mostra que o mercado de trabalho forçou a diversificação e acabou com o 'monopólio' da Medicina. Esta surpresa que apareceu no vestibular parece que vai continuar.

Os dados obtidos através de pesquisa realizada junto aos alunos mostram os seguintes resultados. Em geral são jovens, com idades que oscilam entre 17 e 19 anos, cuja imensa maioria vem de escolas particulares da capital e interior. Observou-se, também, certa paridade entre os estudantes dos sexos masculino e feminino nos cursos de Medicina e Propaganda e Publicidade. Os cursos pré-vestibulares são componentes indispensáveis para quem quer ingressar numa dessas áreas. 96% dos pesquisados freqüentaram um curso, na capital ou no interior. Boa parte dos universitários fez apenas um vestibular para ingressar nas áreas escolhidas. A maioria tentou apenas a UFRGS.

Embora a Publicidade seja o curso mais procurado entre os três, o número de pontos (score) obtidos pelo último candidato classificado foi o menor: 538,52. O score do último classificado na Medicina foi de 637,11. Na Computação 638,39.

Publicidade

Os futuros publicitários, em geral, se dizem identificados com a área pela diversificação de atividades que a publicidade oferece. Para eles a publicidade é o ramo da Comunicação Social, que mais proporciona o desenvolvimento criativo.

Os estudantes de Propaganda e Publicidade atribuem o fraco ensino das escolas de segundo grau às constantes greves, tanto na rede pública quanto na particular. Estas greves, segundo alguns estudantes, desestruturaram o ensino e o aprendizado fica comprometido. A alternativa acaba sendo os cursos pré-vestibulares. Outros ainda, acreditam que os cursos profissionalizantes receberam mais atenção (...) contribuindo assim, para o prejuízo daqueles alunos que se inclinaram para as áreas humanas. Os baixos salários pagos aos professores, de acordo com uma parcela dos universitários, também interferem na qualidade do segundo grau.

A maioria deles, se considera apta para exercer, num futuro próximo, a profissão de publicitário(a). A identificação com a publicidade origina-se da sua ligação com determinados elementos do curso: fotografia, vídeo ou a disposição por atividades criativas. Apenas uma pequena parcela dos ingressos não conseguiu definir o motivo pelo qual decidiu cursar a publicidade.

Medicina

Os calouros da Medicina demonstram afinidade pelos assuntos da biologia e, acima de tudo, pelo estudo do corpo humano. Com relação ao ensino do 2º Grau, são quase unânimes em afirmar que as escolas de onde eles vêm, em geral particulares, só preparam os estudantes para o vestibular. Mas não dispensam os cursos pré-vestibulares que se tornam, cada vez mais, pré-requisitos para garantir a aprovação. Os motivos para o fraco desempenho das escolas de segundo grau, de acordo com os universitários da Medicina, derivam dos baixos salários que os professores recebem, currículo defasado e, conseqüentemente, a motivação destes professores em aperfeiçoar seus métodos de ensino fica prejudicada e a qualidade decresce. Muitos acham, também, que o aluno do segundo grau não manifesta interesse pelo estudo (conteúdos) praticados pelas escolas por acomodarem-se com o 'adestramento' dos cursinhos.

	SEXO		IDADES		ACIMA				ORIGEM				CURSINHO		VESTIBULAR	
	M	F	14 e 19	20	EPC	EPI	EPTC	EPTI	884	NÃO	1ª VEZ	+ VEZES				
P.P. %	57,1	42,9	86,7	13,3	35,7	-	64,3	-	85,7	14,3	100	-				
COMP. %	73,1	26,9	80,8	19,2	26,9	7,8	38,4	26,9	92,3	7,7	96,1	3,9				
MED. %	50,0	50,0	79,4	20,6	8,9	10,2	60,3	20,6	95,6	4,4	55,9	44,1				

+EPC - ESCOLA PÚBLICA DA CAPITAL
+EPI - ESCOLA PÚBLICA DO INTERIOR

+EPTC - ESCOLA PARTICULAR CAPITAL
+EPTI - ESCOLA PARTICULAR INTERIOR

Foram entrevistados 109 universitários dos 180 matriculados, nos três cursos, cujo período letivo, compreendendo primeiro e segundo semestres de 1990. Os números, descritos na tabela acima, têm relação rigorosa, com o período de matrícula. Por isso, ficaram afastados aqueles alunos, cujo ano de ingresso nos cursos citados, não tenham sido aprovados no 'Vestibular 90'.

Os calouros se mostram sensíveis aos problemas na área da saúde que o país enfrenta. Portanto, a Medicina é para eles, muito mais do que uma profissão que lhes poderá garantir um futuro tranquilo, em termos financeiros. A profissão é ainda encarada como sacerdócio, cuja principal atribuição é ajudar as pessoas, independente da condição financeira. Outro fator foi apontado, como decisivo, para o ingresso na Medicina. É a área que mais desenvolve novas tecnologias e o profissional necessita de constante atualização requerendo, pra isto, gosto pela pesquisa.

Computação

O interesse pela área, segundo a maioria dos estudantes de Computação, deve-se à crescente expansão do mercado de trabalho e às ótimas chances de progresso que tem o profissional.

Praticamente todos os calouros pesquisados na computação fizeram cursinho e uma parcela significativa deles vêm de escolas particulares. A decadência do segundo Grau, segundo os estudantes, deve-se aos baixos salários dos professores e ao descaso com que os governos tratam a questão do ensino no Brasil. De acordo com o calouro Ricardo Leitzke, 19 anos, "um bom nível de ensino implicaria em estudantes conscientes e politizados, causando desconforto à autoridade dos nossos governantes".

Ao contrário dos universitários de Medicina e Propaganda e Publicidade, alguns da Computação admitem que a influência de parentes ou amigos pesou na escolha do curso. Mas a razão principal que motivou a maioria dos estudantes a ingressar na Computação é o fato dos alunos se identificarem com a dinâmica de raciocínio lógico que o curso oferece. Além disto, vários deles já trabalham no ramo e pretendem utilizar o conhecimento obtido no curso para ascenderem profissionalmente.

ESCOLAS PÚBLICAS

As escolas públicas, com todas as deficiências que lhes são atribuídas pelos universitários dos três cursos, conseguem formar jovens capazes de ingressar nas faculdades sem necessidade da ajuda dos cursinhos. É bem verdade que o número de classificados é mínimo, porém o esforço individual tem como mérito a recompensa da vitória. É o caso de Carlos Steffen, 23 anos, formado em Engenharia pela UFRGS. Steffen cursou o segundo Grau na Escola Júlio de Castilhos e resolveu fazer o vestibular para Publicidade "como complemento a nível pessoal". Outro exemplo é o do estudante de Medicina Rolf Conte. Formado em Licenciatura Química pela UFRGS, ele cursou o segundo Grau em Novo Hamburgo na F.E.T. Liberato Salzano Vieira da Cunha. A Medicina surgiu para ele "como uma nova opção".

• Rosângela Fortini
• Sérgio Macedo



A cultura ausente

A segmentação do público leitor é uma das preocupações atuais da imprensa diária. Em um futuro não muito distante, é possível que as pessoas possam comprar somente as partes (cadernos) que lhes interessem nos jornais. Assim, termos como jornalismo político ou jornalismo econômico ganharão outra conotação e irão se incorporar ao vocabulário da sociedade.

Porto Alegre não ficará à margem dessas transformações. É nessa discussão, porém, que se coloca a questão da existência de um jornalismo cultural em nossa cidade.

SIM OU NÃO

O professor de literatura brasileira da UFRGS, Luís Augusto Fischer, diz que não há jornalismo cultural em Porto Alegre. Para o professor, isso pode ser comprovado na observação de pelo menos dois aspectos: a falta de grandeza e disponibilidade dos jornais em ceder espaço para pessoas mais qualificadas para os assuntos em questão e o desleixo na preparação de reportagens sobre temas previstos. Diz Fischer: "Se um jornal quer fazer crítica literária, por exemplo, por que não convidar mestrandos em literatura para isso?" Sobre o segundo aspecto levantado pelo professor é ilustrativo o depoimento da jornalista Márión Strecker, repórter especial da "Folha de São Paulo", no seminário "A Imprensa Brasileira", entre abril e julho de 1989, transformado em livro pela editora Rocco com o título "A Imprensa ao Vivo".

"A temática do jornalismo cultural oferece uma facilidade rara e preciosa na imprensa diária: a previsibilidade. Os principais eventos culturais no Brasil e no mundo são planejados com meses, às vezes anos de antecedência".

Juarez Fonseca, jornalista da "Zero Hora", também aponta a inexistência do jornalismo cultural na cidade. "Não tem em Porto Alegre uma coisa que eu considero essencial para haver jornalismo sobre cultura de fato que é o debate, a polêmica, quer dizer, colocar frente a frente idéias antagônicas".

Juarez Fonseca se refere ainda, identificando outras deficiências da área, ao academicismo dos suplementos culturais; a falta de cobertura para idéias novas, radicais. Para ele, "falta provocação no jornalismo cultural brasileiro; atitudes que contestem idéias antigas. Não há disposição das empresas em levar adiante este tipo de jornalismo. Porque é um jornalismo que perturba, que traz problemas. E normalmente as empresas jornalísticas não gostam de ter problemas".

"Somente a pluralidade de vozes pode permitir que o jornalismo deixe de fazer intertextos — releituras simples das manifestações culturais — e encontre o seu próprio texto, um produto cultural em si mesmo." A afirmação é do jornalista, escritor e professor de comunicação na PUC Roberto Ramos.

Na busca de formação de profissionais para um desenvolvimento eficiente do jornalismo cultural, Roberto Ramos se refere à palestra da jornalista, escritora e professora da USP, Cremilda de Araújo Medina, proferida no "1 Encontro de Jornalismo Cultural", realizado em Porto Alegre em novembro de 1989.

"O jornalista que trabalha com a cultura exerce uma função catalisadora na reinterpretação do mundo de uma determinada sociedade. Essa reinterpretação quando é veiculada no jornal diário, com sua grande penetração, volta a fazer parte da sociedade, completando um círculo que Cremilda preconizava há quase um ano aqui em Porto Alegre."

• Carlos Henrique

O dever da isenção

Nesta edição do jornal Três x Quatro um dos assuntos é a análise da cobertura dos trágicos acontecimentos de 8 de agosto pela imprensa gaúcha.

A RBS, por ser a mais poderosa empresa de comunicação no Rio Grande do Sul, merece uma apreciação específica ao se examinar o problema. Na televisão, no jornal e no rádio (leia matéria na página 3), o tratamento editorial dado ao confronto entre a Brigada Militar e os colonos sem terra privilegiou a versão oficial. Assim, no dia do confronto, nenhum agricultor hospitalizado ou do Movimento dos Sem-Terra foi entrevistado pela RBS TV. Apenas dois dias depois, suas explicações começaram a receber um peso equivalente às do Governo Estadual.

As elites neste país sempre lidaram mal com a necessidade de uma Reforma Agrária. Entretanto, aquela parte delas que comanda a produção de informações tem o dever de buscar a isenção no maior grau possível ao investigar fatos tão graves. Por exemplo, além de garantir a divulgação de todas as versões da morte do soldado Valdecir de Abreu, os editores e os donos dos veículos de comunicação poderiam se preocupar com o que fez a Brigada Mili-

tar agir de forma independente do chefe do Poder Executivo.

Felizmente, a sociedade civil organizada tomou a iniciativa. Três estudantes desta faculdade produziram um vídeo sobre incidente que foi exibido e seguido de debate. O sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul também produziu um vídeo e lançou um jornal onde tenta reconstituir os acontecimentos. Não há dúvidas de que este é um mérito da entidade.

Por outro lado, o Sindicato cometeu uma falha grave ao não nomear quem faltou com a ética relatando ou opinando sobre o que ocorreu no dia 8 de agosto. Outro erro foi acreditar no boato de que imagens de agressões a Júlio César Santos teriam sido objeto de "negociações". O próprio repórter da RBS TV desmentiu isto, no debate realizado na FABICO.

Do ponto de vista dos futuros profissionais na área de jornalismo, cabe ainda uma reflexão acerca da luta para efetivamente democratizar a produção e a divulgação de notícias: o acirramento de tensões nas cidades por causa das injustiças no campo torna aquele processo mais urgente. Os que fazem este jornal-laboratório têm consciência disto.

DEMISSÕES

1 O professor Antônio de Mello Lisboa e Freitas demitiu-se da presidência do Grêmio Beneficente de Oficiais do Exército (GBOEx) depois de oito meses de administração. Estafado e pressionado pelos sócios, Freitas desligou-se do GBOEx. A origem das pressões ao professor Freitas foi o Projeto Cultural GBOEx que incluía um cinema e diversas atividades culturais. O novo presidente, coronel Iese Alves Rego Neves, assumiu com uma frase definitiva. "Agora o cinema não vai ganhar mais nenhum centavo".

2 Depois de apenas duas semanas na presidência da Companhia Petroquímica do Sul (Copesul) o jornalista Lucídio Castello Branco foi demitido. Ele acusou o ministro Carlos Chiarelli, da Educação, de responsável por sua demissão e disse que o cargo é privativo do Partido da Frente Liberal. Chiarelli negou a responsabilidade. Diante da vacância do cargo o presidente anterior destituído pelo Conselho de Administração, Antônio Carlos Pereira de Souza, retornou à presidência por decisão judicial. O novo presidente da Copesul é Luís Felipe Azevedo, ex-diretor do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, do MEC. Ele foi indicado por Chiarelli.

três x quatro

Jornal laboratório dos alunos do sétimo semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Primeira edição do segundo semestre de 1990, feita pela turma de Produção e Difusão de Jornalismo Gráfico sob a coordenação dos professores Aníbal Bendati e Pedro Maciel.

Participam desta edição: Aline Cesar Carvalho, André Barrionuevo, André Soares Grassi, Carlos Henrique de Moraes, Elbio Maciel Oliveira da Silva, Luciana Pellin Mielniczuk, Marcelo Dornelles Coelho, Milton Sebastião de Souza, Saulo de La Rue e Sérgio Gonçalves Macedo Júnior.

Montagem: Luciana Pellin Mielniczuk e Paula Yulin
Chefe do Departamento de Comunicação: Ricardo Schneiders da Silva. Diretor da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação: Blásio Hickmann.
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação Rua Jacinto Gomes, 540, Porto Alegre, Rio Grande do Sul
Composição e impressão: Gráfica da UFRGS.

BRIGADA x COLONOS

A polêmica divide jornalistas



O confronto entre colonos sem terra e a Brigada Militar, ocorrido no centro de Porto Alegre dia 8 de agosto, deu origem a uma polêmica que envolve a ética na imprensa gaúcha. Alguns comunicadores, entre eles Rogério Mendelski, da RBS, e José Barrinuevo, da Caldas Júnior, acusaram sem provas, antes de qualquer investigação, o PT e a CUT como responsáveis por "manipulação eleitoral" dos agricultores.

O Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul lançou uma edição extra de seu Jornal onde os fatos do dia 8 são reconstituídos em ordem cronológica. Em sua matéria de capa, intitulada "A segunda vítima", a entidade diz que cobra tratamento similar ao da morte do brigadiano Valdeci de Abreu para outros aspectos do conflito. O principal deles seria a diferença de interesses entre a Brigada Militar e o Governo do Estado. O texto contém a afirmação de que o sindicato quer a "ressurreição da Verdade".

O jornal traz declarações de oficiais da Brigada feitas em momentos cruciais do enfrentamento. Estas frases não mereceram citações nem no jornal "Zero Hora", nem no "Correio do Povo". Também no rádio ou na televisão, nenhum comunicador se referiu ao que disse, por exemplo, o major Nivaldo Fraga. Quando a Brigada Militar cercou a Prefeitura, ele afirmou que os pelotões sob sua responsabilidade não sairiam dali "nem que Collor mandasse".

CRÍTICAS ÁSPERAS

Na última página de seu jornal, o sindicato afirma que "poucas vezes a imprensa brasileira conseguiu ser tão parcial e dirigida como (...) no confronto entre os sem terra e a Brigada Militar". Analisando globalmente a cobertura do que houve, a entidade acusa, mas em nenhum momento nomeia quem distorceu os fatos.

Para Alexandre Bach, repórter do jornal Zero Hora, este procedimento foi leviano. "O jornal sindicato tinha que nomear os colegas que mentiram. Eu, que não tive nenhuma das matérias que escrevi sobre o conflito mudadas por um editor, não posso aceitar acusações genéricas contra a categoria", diz Bach. Apesar disto, ele considera válida a iniciativa de reconstituir os fatos.

O repórter Solano Nascimento, colega de Bach que também trabalhou na cobertura do confronto, tem a mesma opinião. Ele aponta, porém, uma omissão grave do veículo do sindicato. "Escutei comerciantes e bancários que estavam perto dos colonos e do brigadiano que foi morto. A maioria das versões confirma que eles bateram no carro onde estava o soldado diz Nascimento. O sindicato só apresenta a versão de que os sem terra bateram com as foices na calçadas antes de serem interpelados pelo PM Valdeci de Abreu.

DIGNIDADE

Cosette Castro, segunda tesoureira do Sindicato dos Jornalistas, afirma que as críticas foram direcionadas a pessoas como Rogério Mendelski e José Barrinuevo, "que fazem o jogo dos donos das empresas monopolistas de comunicação". A sindicalista completa seu raciocínio com um recado. "Quem não tem culpa no cartório não precisa se preocupar. Nós sabemos da realidade brutal dos veículos", enfatiza.

Cerca de 20 profissionais, entre repórteres e fotógrafos, colaboraram para o jornal da entidade, relatando o que viram e ouviram. Seus cem mil exemplares já foram quase todos distribuídos, e, pela procura tanto de estudantes e de jornalistas como do público interessados pelos fatos, Cosette Castro acredita que ele ajuda a resgatar a dignidade da profissão.

A tragédia na visão da RBS

8 de agosto — O Jornal do Almoço mostra imagens do conflito na Praça da Matriz. Entre elas, um colono no chão apanhando de três brigadianos. O comentarista Rogério Mendelski acusa o PT e a Igreja de utilizarem os agricultores para fins eleitorais, "buscando mártires". O apresentador Lasier Martins confirma a morte de um brigadiano com um golpe de foice.

À noite, o RBS Notícias veicula a primeira versão da morte do soldado. Ele teria tentado conter um colono que batia com a foice em uma vitrine. Um grupo de colonos o teria cercado, agarrado e o assassinado. Não foi possível entrevistar nenhum dos manifestantes sem terra.

9 de agosto — Os editoriais de Zero Hora trazem afirmações que

definem colonos como assassinos do soldado citando "mais de um testemunho fidedigno" e do Secretário da Agricultura, que acusa a CUT de incitar as ações dos sem terra. Na grande reportagem sobre a "Tragédia no Centro" há uma matéria específica sobre a morte do brigadiano Valdeci de Abreu. Nela encontram-se três versões: na primeira, o PM atirou depois de ferido pelo golpe de foice que lhe seria fatal; na segunda, o PM, depois de atingido pela foice, imediatamente caiu e foi socorrido por um homem que pegou a arma de sua mão e atirou para o alto; na terceira, o soldado perseguiu um colono atirando para o chão e para o alto, acabando cercado por um grupo de agricultores que o matou. Nas três



FOTO: RONALDO BERNARDI



FOTO: RONALDO BERNARDI

A foto de capa de Zero Hora do dia 9 de agosto e o jornal lançado uma semana depois do conflito pelo Sindicato dos Jornalistas: enfoques opostos do choque

ARI lança manifesto e lembra fato

A Associação Riograndense de Imprensa lançou no dia 10 de setembro, quando se comemora a circulação do primeiro jornal do país, um manifesto assinado pelo presidente da entidade, Antônio Gonzales, e pelo presidente do conselho da associação, Alberto André. Nele, a ARI apela "no sentido da constante observância dos princípios éticos e morais pelos quais sempre deve primar a informação e a interpretação de fatos e idéias, bem como a opinião de quem orienta leitores, ouvintes e telespectadores."

A respeito da cobertura dos fatos do dia 8 de agosto não há nenhuma condenação direta a ninguém por parte da entidade. A ARI encarece que a missão jornalística "esteja preocupada com a realidade", evitando-se distorções geradas por interesses ideológicos, políticos ou econômicos. Desejando que manifestações como a dos agricultores sirvam para a solução de problemas "que a todos revoltam e angustiam", a associação lamenta "que eventuais críticas à Comunicação Social pequem pela generalização, falta de objetividade e facciosismo", que pouco contribuem para que equívocos sejam sanados. A ARI lembra que a verdade "não tem dono", e é um direito humano permanente.

• Marcelo Dorneles Coelho

versões, os colonos envolvidos no fato bateram no carro onde estava o PM com suas enxadas e foices, provocando a reação do soldado. Os bancários e comerciantes que narraram o acontecimento da terceira forma não quiseram identificar-se por medo de represálias.

À noite, no RBS Notícias e no Jornal Nacional, foi veiculado o relato de uma testemunha que disse que os colonos cercaram o soldado, agarrando-o e o golpeando. Depois disso, ele teria atirado em uma mulher. A testemunha foi identificada. Foram mostradas várias imagens do colono apontado como o autor do golpe da foice, assim como de vários sem terra presos. Os colonos não puderam ser entrevistados, mas isso só foi noticiado às 11 e meia da noite. A decisão do Movimento dos Sem-Terra de acionar judicialmente o Governo Estadual e a Brigada Militar ganhou poucas linhas, lidas pelo apresentador no RBS Notícias. Se na matéria de Zero Hora que relatava o início da ocupação da Praça da Matriz, foi dito que os colonos chegaram cantando hinos religiosos, naquele dia surgiu a notícia de que entre os colonos havia dois foragidos da Justiça.

10 de agosto — Um dos títulos da matéria de Zero Hora diz: "Acusa-

do não tem antecedentes criminais". Começam a ser veiculadas versões que apontam os disparos efetuados pelo brigadiano como aqueles que atingiram propositalmente a agricultora Elenir Nunes, antes do golpe de foice. É explicado que o colono Otávio Amaral, acusado de assassinar o PM Valdeci de Abreu, ficou incommunicável na Polícia.

11 de agosto — Com o título "Surge nova versão para a morte" matéria de Zero Hora revela que Otávio Amaral provavelmente estava no Hospital Pronto-Socorro na hora em que Valdeci foi morto. Otávio jura inocência, e os antecedentes criminais dos agricultores "foragidos" não são comprovados. Com o título "Sem-Terras até já admitem envolvimento no crime" um texto apresenta na verdade uma explicação do Movimento dos Sem-Terra que explica a morte do brigadiano como legítima defesa de um agricultor. A foto que acompanha a matéria intitulada "Ato Público lota o largo da Prefeitura" (manifestação organizada por PT, PSB, PCB, CUT e outras entidades) mostra um cartaz erguido por um dos manifestantes do ato. Nele se lê "Trabalhar a terra, semear a democracia, colher a vida".

Seminário

O papel das TVEs em debate



De 13 a 15 de agosto Porto Alegre foi sede do I Seminário Internacional de Televisões Educativas e Culturais. O evento foi promovido pela TV Educativa, Fundação Piratini Rádio e Televisão, e reuniu em torno de 700 pessoas, entre eles representantes de outros países da América Latina. A discussão entre as TVEs a respeito de sua condição de emissoras educativas, a troca de experiências e a aproximação entre os profissionais dessas televisões foram algumas das atividades realizadas durante o encontro.

As televisões educativas surgiram no Brasil com o único fim de dar aulas (teleducar). Como as emissoras comerciais já eram desenvolvidas e apresentavam programas de entretenimento bastante atraentes, a opção das TVEs sempre foi desinteressante para o grande público — a audiência nunca ultrapassou os 4%. Hoje, esse papel está sendo repensado.

Discutir a função das TVEs de todo o país foi, segundo Alfredo Fedrizzi, diretor da TV Educativa do Estado, o grande objetivo do I Seminário Internacional de Televisões Educativas e Culturais. O evento proporcionou o encontro de profissionais que, na reunião anual do Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (SINRED), da qual só participam os funcionários das emissoras educativas, discutem apenas aspectos operacionais. Além disso, no Seminário houve a participação de representantes estrangeiros, possibilitando uma ampla troca de dados, a oportunidade de se discutir questões como a comercialização, a regionalização e a própria telescola, e de queimar etapas pelo contato com as experiências de emissoras mais antigas.

Para Alfredo Fedrizzi, o Seminário alcançou plenamente os objetivos, já que a intenção não era fechar questões, e sim abrir espaço para novos assuntos. Além disso, houve a troca de programação entre os participantes, que não estava prevista.

INTERVALO COMERCIAL

A comercialização nas TVEs foi um dos assuntos abordados no Seminário. Atualmente,



Alfredo Fedrizzi



Encontro movimentou Salão de Atos da UFRGS

Fotos de André Grassi

as emissoras educativas sobrevivem com poucas verbas governamentais e pequenos "apoios culturais" de empresas privadas, não oficializados. Foram discutidas outras maneiras de se obterem recursos, como, por exemplo, as Centrais de Produção. Através delas, as TVEs produziram vídeos e áudio-visuais para órgãos públicos, destinados ao circuito fechado ou à veiculação em emissoras comerciais. Essas produções seriam vendidas, proporcionando à Televisão uma renda própria.

Outro tópico discutido foi a regionalização das programações. No Brasil, a rede de emissoras educativas copia às comerciais, com a programação sendo produzida quase que totalmente no eixo Rio-São Paulo — a TVE gaúcha é a terceira em veiculação nacional de programas próprios. Fedrizzi salienta que a tendência mundial é inversa, já que aumentar a produção regional, o espaço para os independentes, e o intercâmbio de programas entre as

emissoras é democratizar o veículo.

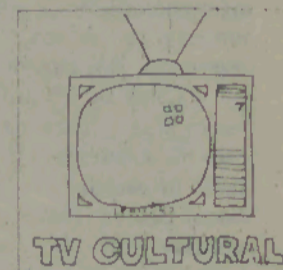
Os participantes debateram ainda a questão da educação pela TV, ou seja até que ponto e sob que circunstâncias ela é eficiente. Nas emissoras mais antigas já se produzem mais programas que complementem a educação do que teleaulas, que dificilmente substituem um professor.

TV PÚBLICA NÃO É ESTATAL

Na Europa os telespectadores sustentam, através de impostos proporcionais ao número de receptores em casa, as emissoras públicas. O compromisso das TVs públicas é, portanto, com a sociedade, e não com um governo, e é essa sociedade que fiscaliza, através de conselhos e órgãos consultivos, o desempenho da emissora.

Alfredo Fedrizzi acredita que a tendência das TVEs do Brasil — sustentadas pelo governo, e, portanto, comprometidas em maior ou menor grau — é de se transfor-

marem em algo parecido com as TVs públicas européias. A TV Cultura de São Paulo já tem características semelhantes, e a Constituição Estadual do Rio Grande do Sul tem um artigo prevendo o controle da TVE por um grande conselho. A idéia é de que participem representantes das universidades, das secretarias de educação e cultura do Estado, da Assembléia Legislativa e de associações e sindicatos ligados à cultura, entre outros. Na verdade, quem fará parte desse conselho é o que vai definir a regulamentação do artigo. "Ele pode ser composto só por políticos, por exemplo", diz Fedrizzi, "e aí será uma grande confusão."



Seminário sem patrocinador

Dos 700 participantes inscritos no Seminário, uma média de 200 pessoas, no primeiro dia, e 250 a 300, na terça e na quarta-feira, assistiram a cada conferência. Os organizadores não dispõem de dados precisos, mas, seguramente, os estudantes não foram maioria no evento. Isto apesar de pagarem "apenas" 60 dólares (Cr\$ 4.300,00 — como taxa de inscrição. Na verdade, alguns alunos da Comunicação surpreenderam-se ao ver que o Seminário não foi aberto ou, pelo menos, mais acessível a quem desejasse assistir a uma ou duas palestras. Afinal, era um encontro cujo tema estava dentro da nossa área, promovido por uma Fundação do Estado e realizado dentro da própria UFRGS.

A justificativa apresentada para o rigor na entrada e as taxas de inscrição — 120 dólares para profissionais liberais e empregados de empresas comerciais e 80 dólares para professores e funcionários de emissoras educativas — foi a falta de patrocínio. Nenhuma empresa se prontificou a cobrir uma grande parte do evento, que foi custeado, em sua maior parte, pelo dinheiro das inscrições.



Conferência via satélite encerrou seminário

TV Cubana busca atingir a maioria

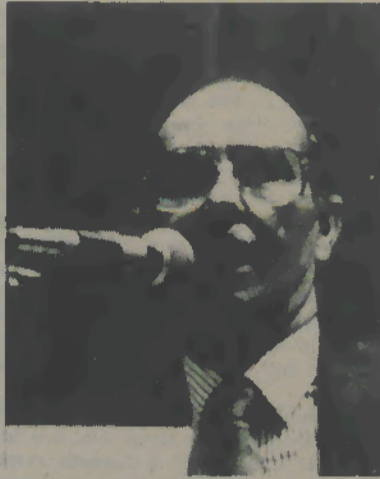
A televisão cubana acompanhou a Revolução e é um reflexo da situação e do povo daquele país. A afirmação de Juan Hernandez Diaz, Vice-Presidente do Instituto Cubano de Rádio e Televisão sintetiza a conferência protagonizada por ele no I Seminário Internacional de Televisões Educativas e Culturais. Ponto importante do evento, a palestra seguida de debate destacou-se por ser a única cujo conferencista vinha de um país do Terceiro Mundo — os outros participantes estrangeiros eram dos Estados Unidos, Espanha, Canadá, Alemanha e Inglaterra.

Juan Hernandez Diaz salientou essa diferença desde o início, ao se referir à ênfase dada às minorias por emissoras públicas de países desenvolvidos: "na América Latina, as minorias são a maioria. A televisão cultural não pode, portanto, se dar ao luxo de atingir públicos específicos ou setores. É preciso sempre se atingir a maior faixa possível da população. "É assim que a televisão cubana, estatal e com propósitos culturais e educativos, mas com origem semelhante às das outras TVs latino-americanas, procura não só educar mas conquistar audiência.

Os telespectadores cubanos não assistem a programas de alfabetização. Tendo acompanhado o processo de instrução do país — de 25% de analfabetos, em 1959, para 1 a 2% hoje —, a TV foi alterando sua programação. Nos anos 70, passou a apresentar cursos técnicos de nível médio. Hoje, praticamente não leva ao ar programas de "tele-escola": eles se tornaram, simplesmente, desnecessários.

GERENCIAMENTO

Existem atualmente, em Cuba, dois canais de televisão, cujo sinal cobre todo o território nacional. Há cerca de dois milhões de aparelhos receptores de TV para uma população de 10 milhões de pessoas. A televisão é sustentada pelo Estado e gerida por uma diretoria e por um Conselho Técnico Assessor — órgão consultivo formado

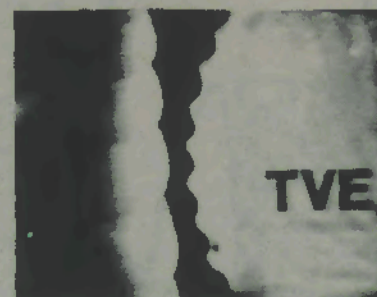
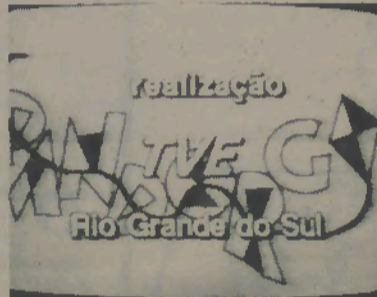


Juan Hernandez Diaz

por mais de 100 intelectuais, escritores e pessoas de destaque na área da cultura. A Televisão possui estúdios próprios de vídeo, cinema (16mm) e animação, realiza produções conjuntas com grupos de vídeo de várias partes do país — a maioria dependente de instituições culturais —, com o Instituto Cubano de Arte e Indústria Cinematográfica (ICAIC), com a Escola de Cinema de San Antonio de Los Baños e outros órgãos ligados à cultura no país.

Segundo Juan Hernandez Diaz há um grupo de trabalho na Televisão cubana que analisa os projetos de novos programas, proporcionando um banco de dados que vai sendo utilizado. Além disso, há mais de quinze anos foi criado um instituto de investigações sociais para se conhecer, de forma sempre atualizada, a distância entre o que o público que vê e o que é veiculado pela TV cubana. Isto porque, apesar de instruído bem acima dos padrões latino-americanos, o povo cubano tem

o mesmo nível cultural de qualquer população da América Latina. Assim, os cubanos gostam mesmo é de assistir a um bom "enlatado" norte-americano ou a uma novela brasileira como "A Escrava Isaura", que fez estrondoso sucesso lá, há alguns anos. "A solução, diz Juan Diaz, "é programar atrações populares, mas não de todo ruins, entre duas produções de qualidade." Além disso, ter uma abertura permanente à cultura regional e internacional, às artes cubanas, à ciência, à programação infantil, ao esporte e à informação. Nesse último item, perguntado a respeito, Juan Diaz destacou a cobertura das mudanças políticas ocorridas no leste europeu. Segundo Diaz, correspondentes e matérias especiais procuraram informar detalhadamente o povo cubano do que ocorria na Europa, "até para mostrar porque seguimos um caminho diferente".



Quem decide o que é bom?

As diferenças entre o ato de criar para uma emissora de televisão educativa e para uma emissora de televisão comercial foi um dos assuntos mais discutidos durante a conferência "O compromisso da programação de emissoras comerciais de TV no processo de conscientização sócio-cultural da comunidade", ministrada no dia 14 de agosto pelo escritor Wilson Aguiar Filho e pelo cineasta Jorge Furtado.

A idéia de que a televisão comercial oferece ao público o que ele quer, enquanto que a televisão educativa oferece o que o público precisa é defendida por Jorge Furtado. Ele diz que os critérios de julgamento sobre o que é bom ou ruim num processo de criação para uma TV Educativa são de responsabilidade do agente criador, o que não deixa de ser arbitrário e autoritário. Mas para Jorge Furtado um julgamento desta ordem ainda é melhor do que um julgamento que utiliza os critérios de qualidade de uma televisão comercial, os quais ele compara a um livro caixa: quanto mais vende melhor.

Wilson Aguiar Filho, autor de Pantanal, diz que a distância exis-

tente hoje entre as televisões comerciais e uma programação mais educativa é causada pelo desinteresse dos profissionais em conquistarem espaços dentro da emissora. Ele cita a década de 70 como sendo de grande importância sob este aspecto, devido a programas infantis como Vila Sésamo e Sítio do Pica-pau Amarelo. O autor diz que programas como os da Xuxa ou os da Angélica não são muito educativos. Segundo ele, a Rede Manchete, com a novela Cananga do Japão, de sua autoria, realizou recentemente um trabalho mais voltado para a educação.

A diferença, na qualidade das produções, entre as TVs educativas e as comerciais, foi outro assunto abordado. Segundo Jorge Furtado, as formas empregadas pela televisão comercial e já aceitas pelo público devem ser utilizadas pelas TVEs para produzir programas de natureza educativa. Sobre esta questão Wilson Aguiar Filho diz que as TVs educativas devem unir o prazeroso ao educativo para conquistarem o público.

Luciana Mielniczuk
André Grassi

Cinema

A maior vitória de Gramado: vencer a crise da economia

O XVIII Festival do Cinema Brasileiro de Gramado, até os últimos dias de fevereiro, era projetado como apenas mais uma edição do mais importante evento da produção cinematográfica brasileira. Nome e designação pomposos, mas há muito a idéia de assistir a um filme nacional sugere tédio, o que inevitavelmente atinge a imagem destes festivais. Há poucos anos vinha, no entanto, se solidificando como grande atração a categoria de curtas-metragens nacionais. Apresentando, independente de premiações, indiscutível qualidade, recebendo inclusive diversos prêmios internacionais e convites de todos os principais festivais do gênero no mundo todo.

Neste ano, Gramado quebrou a modorra das edições anteriores. Não com a presença dos curtas, que continuam interessantes, mas com a perspectiva de que tudo, longas, curtas, o cinema e todas as instâncias desta maltratada manifestação cultural brasileira, desapareçam. Quebrou a modorra por que não se tratava de mais uma vez maldizer vilões externos, ou incontroláveis apetites populares por congêneres estrangeiros, porém pela atrapalhada ingerência dos administradores da cultura nacional.

Esteve presente em Gramado o subsecretário de Cultura, Miguel Borges, que, acuado ante as acusações que lhe foram sendo feitas antes mesmo que pudesse segurar o microfone, parou para o ataque dizendo que o festival gramadense é um evento de meia dúzia (se ele referiu-se ao número de longas, não errou nas contas) sem qualquer representatividade para a dita cultura nacional. Demonstrando senso de oportunidade, o assessor de Ipojuca Pontes — secretário da Cultura — deslocou-se para Canela, onde se desenrolava a Video Market, e lá disse que o vídeo era atualmente o mais importante meio de expressão cultural popular.

Na verdade, a razão de toda essa ira contra uma inegável manifestação cultural — ou o cinema brasileiro é outra coisa? — provém, segundo Luis Pille Vares, secretário municipal de Cultura em Porto Alegre, de uma mesquinha vingança. Na opinião de Pille foram exatamente os artistas e intelectuais que impuseram as mais ácidas críticas à candidatura Collor e que encarnariam, sem dúvida, uma oposição não menos engajada. Resultado: a política do presidente de Mello destruiu todas as instituições culturais do País sem nenhum critério. Falta de critério tanto mais aparente quando as Ruínas de São Miguel, tombada como patrimônio histórico da humanidade pela ONU, é desprovida de todos os departamentos de conservação, precisando ser cercada e ter acesso cercado à população. Foram suspensos, por absoluta falta de recursos — e mesmo de realizações artísticas — festivais nacionais e internacionais de jazz, de dança, teatro e de cinema, excetuando-se Gramado, e é exatamente aí que surge o mérito maior deste edição: o fato de ter existido.

ESCASSEZ

É verdade que só se podia assistir a cinco longas-metragens (descontado o hors-concours) face à absoluta falta de recursos que os organizadores do festival e os cineastas enfrentaram. Os últimos até para terminarem seus trabalhos, uma vez que suas contas encontravam-se bloqueadas, assim como suas verbas de produção de instituições extintas, a Embrefilme p. ex. O total das produções cinematográficas brasileiras somou 20 longas-metragens. Uma vez que a qualidade tal, também, da quantidade, podia-se esperar muito pouco.

Literalmente de outro lado da estrada estava a cidade de Canela, sediando a Video-Market, um encontro entre a produção independente de vídeo brasileira, organizada num festival, e a Feira de Equipamentos e Serviços da Indústria do "home vídeo". O vídeo doméstico é hoje o segundo mercado em crescimento do país. Uma utilidade que nunca havia ocorrido no Brasil, com



resultados muitíssimo satisfatórios. No Market, propriamente dito, foram transacionados cerca de 2,5 milhões de dólares. E as distribuidoras ausentes, como a CIC Vídeo e a Video Arte, viram a Warner Home Video assumir a dianteira deste mercado.

Exatamente aí reside a crítica mais objetiva que se pode fazer ao Festival de Gramado: a absoluta falta de um "Trade Center", um centro onde se organize o comércio de filmes. Por que não trazer a Xuxa com seus botões, posters, camisetas e chapéuzinhos ridículos como bem convém para vender? Por que não se convidar indústrias de apoio, do marketing, que venham também seus Trapalhões e Sérgio Mallandro? Por que simplesmente não foi criado o espaço para isso? Diz Ricardo Moronho, diretor-geral de Warner Home Video, que foi a Gramado para comprar direitos de comercialização em vídeo dos filmes que ele julgasse interessantes. Ricardo não conseguiu sequer uma credencial.

COMODISMO

Não é preciso ser expert para se saber que muitas das instituições que patrocinam a cultura no país estão entregues à "panelinhas" que beneficiam sempre os mesmos e promovem cabides de emprego, p.ex. a Embrefilme. E não deixem de ter alguma razão os assessores de Ipojuca em suas ânsias de "limpeza", ressaltando-se que há métodos mais civilizados de tratar a cultura nacional do que despedir "totem" nacional como Oscar Niemeyer, que sempre trabalhou pro extinto MinC de graça.

Houve sim críticas afoitas, como a que chamaria de ridículo o número de participantes em Gramado, comparando-o com Berlim ou Cannes. Não se pode ignorar o fato de que aqui se trata de um festival exclusivamente nacional, ao contrário daqueles, formados em até mais de 90% de produções estrangeiras. Mas teriam acertado, se tivessem dito que naqueles festivais começa-se a trabalhar de manhã, quando acontecem as exibições para a imprensa. Ao meio-dia se tem rápida conferência com os autores e atores e de tarde estes vão para o "Trade Center", conversar com possíveis compradores e interessados, propagandear com o pessoal do "business" aquilo que eles produziram. Enquanto isto os jornalistas vão procurar suas câmeras, máquinas e telefones para que seus leitores e espectadores saibam no mesmo dia de que estofado é feita a fita. A sessão noturna lá é voltada ao público, para quem, afinal, é dirigida a "perucagem" dos artistas.

Gramado neste sentido vira-se de costas para seu público alvo, pois à noite é difícil ou caro de se conseguir ingressos e de dia... se trabalha, que nem todos os gramadenses são estudantes. Porém vale ressaltar o espaço, a tribuna que os organizadores e a prefeitura de Gramado propiciaram para que esta discussão sequer existisse, vale ressaltar a iniciativa do pessoal da Casa de Cinema, que, cooperativado, abriu a produção de um curta-metragem para 57 cineastas mirins.

• Marcelo de Oliveira

ELEIÇÕES

Horário político perde a força

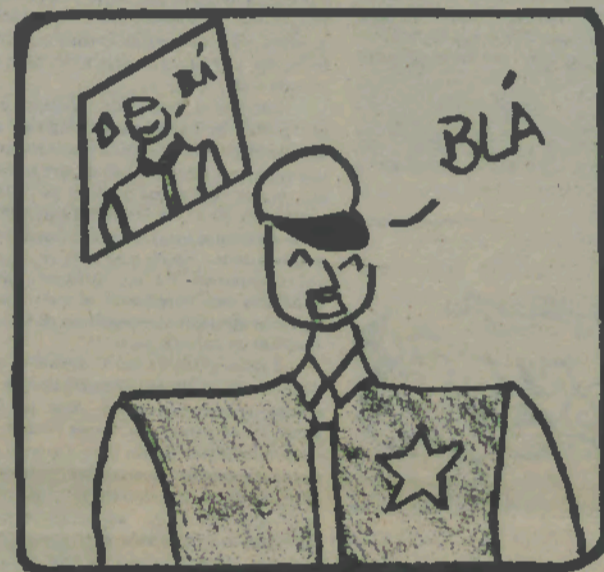
No ar desde agosto, o horário político não consegue atrair os telespectadores com a mesma força que a campanha presidencial do ano passado. Segundo pesquisas do Data Folha e Ibope, nas primeiras semanas de show político, menos de 50% das casas com televisão tinham seus aparelhos ligados das 20h30 às 21h30. Depois da mostra de habilidade e baixeza política no ano passado a campanha deste ano começa fraca, com poucas novidades e muitas fórmulas já conhecidas. Os bonecos de todos os partidos se repetem, dizendo quem são, o que pretendem e porque se candidatam. O difícil é saber quem é o quê.

Não é o caráter, a habilidade política, a competência ou o comprometimento e representação de um ou outro segmento da sociedade que vai eleger alguém. Assim como no ano passado, as eleições seguem a tendência de transformar-se cada vez mais em um show. O que vale é a esperteza em fazer uso de um meio e uma linguagem e nada mais. O marketing vem sendo uma ferramenta altamente útil, devido a sua ampla aplicação em vários aspectos: em conhecer o consumidor (eleitorado) em suas necessidades e preferências no lançamento de produtos (candidatos) e no estabelecimento de campanhas mercadológicas (campanha eleitoral). Se a população quer ouvir falar em problema agrário — conforme pesquisa feita por Marchezan no período pré-candidatura —, fala-se em problemas de terras. Há apenas a diferença no discurso. A esquerda petista fala em trajetória dos sem-terras, em luta, no sentido figurado. Marchezan fala em reforma sem violência, sem trauma. Collares fala na tradição e na reforma agrária de Brizola. Fogaça lembra que o governo Simon fez assentamentos sem esperar pelo governo central. Apesar destas diferenças, o discurso nunca deixa de ser panfletário, com um ritmo chato se comparado à agilidade da televisão comercial brasileira.

A pior parte fica com os candidatos à Assembleia e à Câmara. A própria linguagem da televisão se encarrega de homogeneizar e banalizar todas as propostas dos candidatos. Não é difícil imaginar a cena: todos aparecem atrás de um balcão em estúdios mal iluminados. Os slogans e nomes dos partidos não aparecem com nitidez. Eles falam das mesmas coisas, habitação, segurança, emprego num curto espaço de tempo, o que os torna iguais. Mesmo tempo, mesmas propostas, mesmas promessas, carreiras políticas semelhantes, nada que os diferencie ou chame atenção. Pedindo segurança e falando diretamente com a classe média apavorada com a violência, os brigadianos têm chances de vir a ser a classe mais bem representada no parlamento gaúcho. Pelo menos entre os candidatos, eles são os que mais aparecem. Somente o anãozinho do PTB, que, como o Enéas no ano passado, chama atenção pelo inusitado. Para quem não conhece os candidatos há mais tempo, não há como diferenciar A de B ou B de C.

Disto pode-se deduzir que a grande semelhança nos programas dos partidos e a justeza dos escrutínios finais se deva em grande parte ao plano de marketing, que acerta em suas previsões.

É a banalização da política, o afastamento e a filtragem através da linguagem descontextualizada da tevê. Quem são? De onde vêm? Se todos afirmam ser maravilhosos? Não há nada de inovador, a tevê, como nas novelas, mostra "talking heads". São cabeças falantes e desconhecidas da maioria dos telespectadores que derramam promessas, quase sempre as mesmas, o que transforma o horário político em um show de baixíssima qualidade.



MARCHEZAN

GOVERNADOR 11

O programa da União por um Novo Rio Grande formada pelos partidos conservadores e aliados ao Governo Federal faz uso de técnicas semelhantes às usadas por Collor na sua campanha. Marchezan vende o peixe velho com cheiro de novo, apesar de isso parecer impossível. As imagens da "União" mostram o Rio Grande da classe abastada, com as melhores praias, Gramado e Canela, fazendas e indústrias, mesmo que de longe do alto. É o programa com o melhor ritmo, com vinhetas de passagem e edição mais próxima da que o telespectador brasileiro está acostumado, rapidez de imagens e efeitos gráficos. A realidade não é mascarada é apenas parcial. Os problemas do Estado são todos devido ao governo Simon e por aí vão grande parte das acusações. Problema energético, dívida da CEEE, carvão mal usado são argumentos utilizados contra o candidato que possui maior popularidade, já que Simon está com a maior preferência do eleitorado em todas as pesquisas de opinião da campanha. O espaço no horário político da União por um Novo Rio Grande faz uso da imagem de Marchezan como o líder da abertura sem traumas, explorando o lado progressista do candidato conservador.

A partir da terceira semana de horário político, o programa de Marchezan coloca no ar um boneco, vestido de gaúcho, que deve representar a opinião média do eleitorado. O "Che", como é chamado, comenta as notícias falando com sotaque típico sulista e buscando empatia nos espectadores conduz a opinião para o voto em Marchezan. É o contra-ataque a Brizola, que nem precisa de boneco, pois é a própria personificação dos anseios do tipo médio gaúcho. Em geral, as imagens são de prosperidade em contraste com as de miséria que o Partido dos Trabalhadores apresenta predominantemente em seu programa.

FRENTE POPULAR

TARSO

GOVERNADOR

O programa do PT começa com a Rede Povo se autoconclamando mais uma vez uma emissora diferente. A emissora que marcou época no horário político brasileiro por começar a utilizar o espaço para a denúncia e não simplesmente como vitrine de candidatos, não tem a força de sua companheira nacional. As denúncias, a astúcia, a agressividade e a rapidez da Rede Povo se repetem na Rede Povo do Sul. Mas falta um apelo maior à tradição gaúcha, coisa muito bem explorada pelos outros partidos e frentes. A Rede Povo parece exógena e isso nunca foi bem aceito pela população rio-grandense, haja visto toda a nossa história de conflitos contra forças externas.

Parte da campanha da Frente é baseada nos ataques a Collor e a seu candidato no Estado. Para isso são utilizadas etiquetas populares, que funcionam muito bem para aproximar os eleitores, mas que não contam com nenhuma veracidade para o espectador mais atento. Lula aparece com frequência falando de problemas nacionais e de sua repercussão no Estado. As "talking heads" do PT estão melhores, e com menos tempo para cada um. O apresentador diz o nome e o candidato fala o slogan apenas, sem correr o risco que os candidatos falem bobagem. E os artistas são utilizados mais uma vez.

PMDB

O programa do PMDB se sustenta na projeção que Simon conseguiu no Estado com a imagem de prosperidade do seu governo. Toda a campanha fala dos feitos do Simon e da continuidade destas obras por Fogaça. O PMDB tem uma boa vinheta, que mostra cenas da campanha, com alguns efeitos de cor. Em todos os programas Simon aparece em estúdio falando serenamente sobre os problemas e progressos do Estado, ele fala com emoção, se empolga, enche os olhos d'água. A campanha se nutre da imagem de sucesso criada pelo governo do Estado.

PDT

O PDT volta com a bandeira da educação. São dados e mais dados sobre educação no Estado, mostrando os problemas e as invariáveis promessas de Cieps. Brizola aparece como mestre e Collares como discípulo. "Amanhã todos os dias serão de Cieps", é um dos slogans de campanha com takes dos Cieps construídos por Collares durante a sua gestão na prefeitura de Porto Alegre. Como tema de todos os partidos, Mathews Schmidt, em discurso em Guaíba, protesta contra a violência contra os sem-terras. E critica Collor. Apesar de a popularidade de Collor ser grande o PDT aposta tudo na rejeição dos gaúchos ao presidente e a perpetuação de seu líder preferido, o Brizola. As pesquisas só contribuem: no começo de setembro havia 44% de expectativa pela vitória de Collares. Mas a qualidade da produção do programa é tão ruim quanto a do PTB, a pior de todas. Não se pode ler com clareza o logotipo atrás dos candidatos, o cenário é confuso e falta resolução visual.

Curso RBS

Valorizando talentos

O Curso de Jornalismo Aplicado da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS) vem sendo oferecido aos estudantes de jornalismo do último semestre e também a jornalistas já formados. Vários alunos da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) participaram da primeira edição do curso ou estão participando da segunda. Alguns deles, agora já formados, estão trabalhando na RBS. O curso seleciona talentos e forma mão-de-obra especializada. E quase garante um emprego para quem tem capacidade.

Ricardo Rodolfo Bueno, ex-aluno da UFRGS e ex-funcionário da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, participou do primeiro Curso de Jornalismo Aplicado. "O curso da RBS é completamente diferente de tudo o que aprendi dentro da universidade. Eu não tinha uma visão de como funciona um jornal ou uma emissora de rádio e tv. O curso me deu tudo isso. Ele exige que o aluno perceba as novas dimensões do jornalismo. E oferece uma grande oportunidade para quem quer aprimorar o seu potencial". Mas Ricardo avisa que não é muito fácil ser selecionado para o curso. Lembra que entre os trinta participantes do primeiro curso, apenas três eram funcionários da RBS. Nesta segunda oportunidade 17 funcionários estão inscritos, buscando os aperfeiçoamentos que são oferecidos. Mas Ricardo garante que "A intenção da RBS não é apenas formar mão-de-obra para seus quadros. Alguns daqueles da outra turma estão trabalhando no Correio do Povo ou em outras empresas. O que a RBS quer é servir



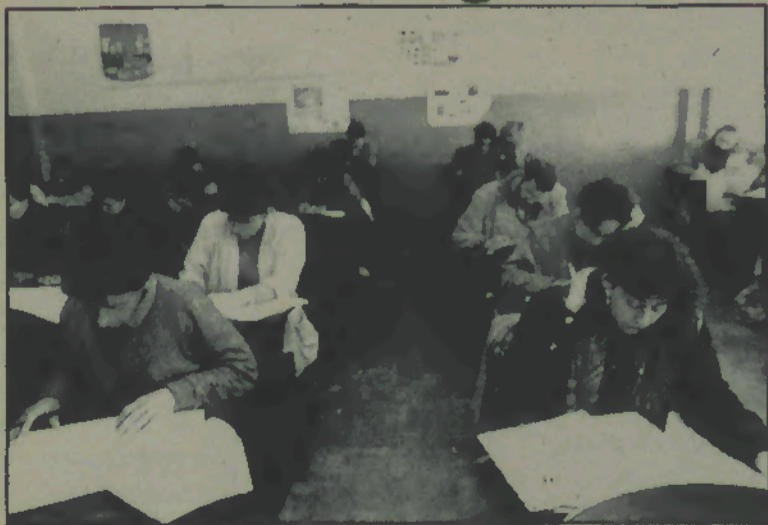
Tecnologia à serviço do crescimento profissional

como instrumento para a melhoria do padrão cultural das pessoas. Se lucra com isso é porque o investimento vale. O lucro maior mesmo é a imagem de uma empresa moderna que aplica parte do que ganha para favorecer o seu público".

Dois aspectos Ricardo gosta de lembrar, entre os tantos que aprendeu no curso. "Aprendi a situar o jornal dentro da visão sócio-econômica da empresa, reconhecendo as várias caras que ele precisa assumir, de acordo com as variáveis enfrentadas. Aprendi também que o jornalista não precisa se preocupar com a imparcialidade. Precisa, sim, é posicionar-se diante do fato para que o leitor sinta, quando está lendo, que existe, por trás da notícia, uma visão clara daquilo que o jornalista quis passar. Sem este posicionamento o texto não atrai o leitor".

O crescimento profissional

Seleção rigorosa



Uma nova visão de jornalismo moderno

A primeira edição do Curso de Jornalismo Aplicado aconteceu em 1989 com o oferecimento de 30 vagas para estudantes de jornalismo do último semestre ou jornalistas já formados. Em 1990 as vagas foram aumentadas para 35. Os inscritos passam por vários testes intelectuais e uma rigorosa seleção final. O curso é gratuito.

O ex-Reitor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, professor Francisco Ferraz, é o coordenador do curso. A primeira edição foi dirigida apenas ao jornalismo gráfico. Atualmente, no curso em andamento, os par-

ticipantes poderão, em determinada etapa dos trabalhos, optar por rádio, tv ou jornal, de acordo com sua área de preferência ou trabalho. Entre os professores convidados para ministrar as aulas, estão dois mestres espanhóis, Francisco Sanchez e Miguel Urubayam. Profissionais da RBS também são convidados a colocarem suas experiências e serviço dos alunos.

Entre os objetivos do curso está a "colocação de novas tecnologias à disposição dos alunos para que fiquem capacitados a atender as crescentes exigências do jornalismo moderno".

após a realização do curso está sendo comprovado na vida de Ricardo. Com menos de um ano de RBS já ganhou o seu primeiro prêmio jornalístico. Com uma matéria produzida juntamente com mais dois colegas da Central do Interior, conquistou o segundo lugar em concurso promovido pelo Sindicato dos Transportadores de Carga. O trabalho mostrou as dificuldades burocráticas que os caminhoneiros enfrentam para atravessar a fronteira do país. Para Ricardo "O prêmio foi um reconhecimento em BTN para o esforço e o aprimoramento que sempre tenho tentado conseguir". E já avisa que "Outros prêmios serão bem-vindos". Para quem pretende tentar o Curso de Jornalismo Aplicado, Ricardo avisa que "Vale a pena para quem está a fim de investir em si próprio e buscar novos conhecimentos".

Vagas limitadas

Em 1989, primeira edição do curso, inscreveram-se 224 candidatos. 60 deles passaram nos testes intelectuais; destes, 30 foram selecionados para fazer o curso. Do grupo, 14 eram alunos (ou ex-alunos) da UFRGS, 13 da PUC, dois da UNISINOS e 01 da Universidade Federal de Santa Maria. 29 alunos completaram o curso pois um deles desistiu.

Nesta edição, em 1990, 248 candidatos tentaram as vagas. 70 passaram no primeiro teste e 35 deles foram selecionados e estão frequentando o curso. O grupo é formado por 17 alunos (ou ex-alunos) da PUC, dez da UFRGS, seis da UNISINOS e dois da Universidade Católica de Pelotas.

Mas a RBS, através do cartaz promocional do curso, deixa bem claro que "Os cursos de comunicação e jornalismo das universidades constituem a base indispensável e têm formado com seriedade os profissionais da área". E afirma que "O Curso de Jornalismo Aplicado é uma prática intensiva de jornalismo moderno que visa acrescentar e complementar o ensino acadêmico". São 400 horas de aula de prática aplicadas em quatro meses. • Milton de Souza



REPRODUÇÃO: ALINE CARVALHO

Destaque do SET mexe com cursos de Comunicação

A Faculdade dos Meios de Comunicação Social da PUC (Famecos) realizou a terceira edição do Set Universitário. Promovido pela própria faculdade e com o apoio da RBS, o Set é um Festival de Laboratórios de Comunicação, em que são apresentados trabalhos realizados por estudantes da área.

O Set é dividido em nove categorias de trabalhos: vídeo, áudio, cinema, fotografia, peça gráfica, reportagem, campanha publicitária, crônica e projeto. Podem participar alunos dos cursos de comunicação do Rio Grande do Sul, de Santa Catarina e do Paraná. Além da mostra competitiva, em que são julgados os trabalhos, há também debates, palestras e "work-shops", ministrados por profissionais de Comunicação.

Em seu terceiro ano o Set ocupa um espaço de destaque dentro da Famecos. A comissão organizadora, formada por alunos e por um professor de cada curso (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Turismo), sob a coordenação do professor João Brito de Almeida, se reúne desde março para planejar o Festival.

Para a professora Magda Parker, membro da comissão, o envolvimento dos alunos e dos professores em relação ao Set vem aumentando. Ela diz que são os próprios alunos que fazem todos os contatos necessários, respaldados pela Universidade. A partir deste ano, os estudantes também são responsáveis pela campanha publicitária do Set. A turma de Projeto Experimental de Publicidade, turno da noite, foi a escolhida pela comissão organizadora para a execução da proposta nesta edição. O resultado pode ser conferido nos jornais e nas emissoras de rádio e televisão da RBS.

Embora o Set tenha evoluído em termos de participação de alunos, a comissão se queixa de dificuldades por causa da greve das

escolas particulares. A professora Magda diz que a finalização de alguns trabalhos foi prejudicada, apesar de os laboratórios da Famecos continuarem à disposição dos interessados, inclusive alunos de outras faculdades.

ORIGEM

Conforme a professora Magda, a idéia de se fazer uma mostra com as produções dos estudantes de comunicação surgiu numa conversa entre um professor e um aluno da Famecos, há cinco anos. O aluno Carlos Koeber (hoje professor da Faculdade e funcionário da RBS) conversava com o professor Brito (coordenador do Departamento de Jornalismo) a respeito da limitação dos trabalhos produzidos nas disciplinas. Muitos deles eram bons e ficavam restritos à apreciação de uma sala de aula. Pensaram numa maneira de ampliar a possibilidade a outras pessoas.

Mais tarde, num congresso de profissionais da área, foi levantada a hipótese de se fazer uma mostra, aberta também a alunos de outras faculdades. No início, a idéia ficou restrita a um festival de vídeo; depois foi sugerido que abrangesse mais áreas. O projeto amadureceu e, em 1988, aconteceu o 1º Set Universitário, com trabalhos em várias categorias, aberto a participantes de toda a região Sul.

Hoje, o Set tem muitos objetivos: promover o intercâmbio entre as faculdades participantes, levar o estudante ao mercado de trabalho, estimular a produção universitária dos alunos. O objetivo principal, no entanto, foi o que proporcionou a criação do Set: "Mostrar os trabalhos feitos por alunos, que podem ser ótimos, mas ninguém fica sabendo", diz a professora Magda.

• Aline Carvalho

Tão novinha, e já é editora!

Lúcia, ou LUC, como é chamada na redação de Zero Hora (por causa da senha que dá acesso aos terminais de computador), é uma dessas pessoas que você não vê, mas que fazem o jornal que você lê. Para comprovar, ela é responsável, entre outras coisas, pela edição das colunas de "ZH Brasília", que Ana Amélia Lemos envia da sucursal da Capital Federal, e de "Bastidores", que João Carlos Terlera manda direto da Assembléia Legislativa por terminal.

O fato é que ela é deslumbrante. É a única coisa que chama a atenção nas intermináveis noites da redação. Um dia ela está de azul, de azul da cabeça aos pés. Um azul forte que chega a doer na retina. No outro dia ela está de amarelo (desse que as pessoas chamam de "cheguei"). Mas isto não é nada. Amanhã ela vem de vermelho escarlate. Sem falar nos cabelos, que são modificados com a mesma frequência com que LUC muda de roupa.

Formada em jornalismo pela PUC (é difícil admitir, mas eles possuem coisas boas, além do estúdio de TV), entrou para Zero Hora na primeira turma de Jornalismo Aplicado, diz que não se arrepende de sua escolha profissional, e vai começar a escrever para a "Revista ZH". O fato é que ela deixa a todos em LUCecidos.

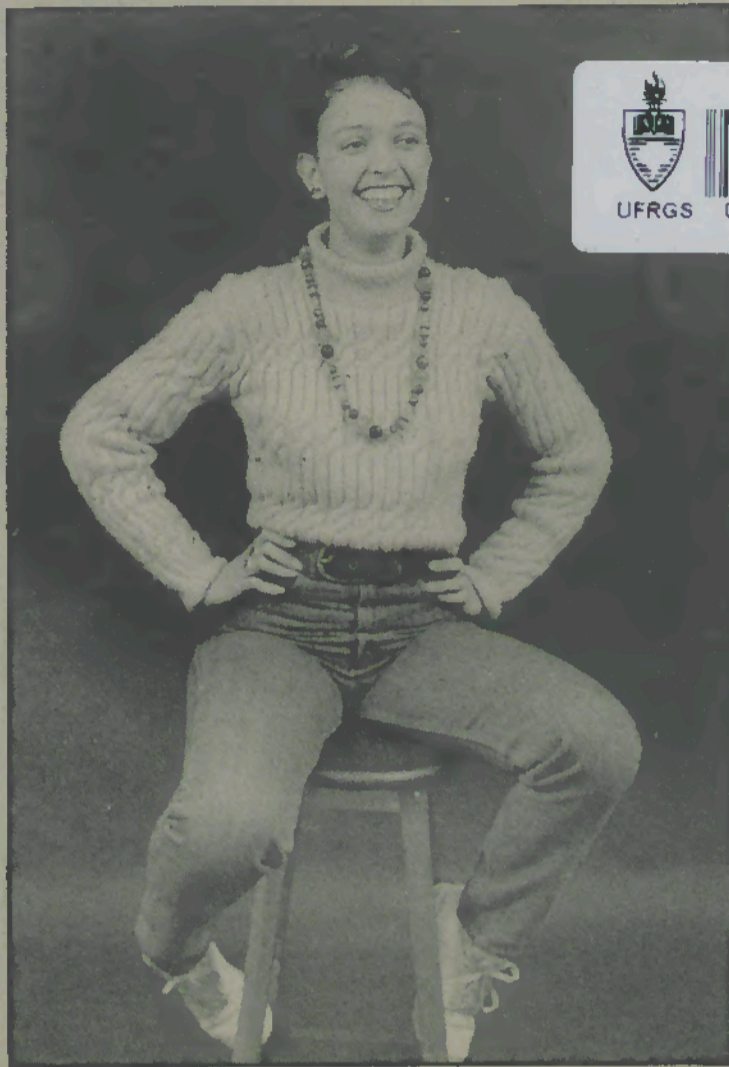
Nome: Lúcia Helena Schaefer de Brito

Idade: 26 anos (nasci a 22/12/63)

Signo: Capricórnio com ascendente em Áries

Profissão: Jornalismo, gostaria de tirar Letras ou História, mas como profissão mesmo, é jornalismo. Apesar do salário de jornalista, por que o salário de jornalista é fogo. Eu estou sempre às custas das "Corporações Schaefer", que é minha mãe, que financia tudo.

Como alguém como tu, trabalha na Editoria de Política? Foi por que o Fehlberg (Carlos Fehlberg, Editor Chefe do Jornal) me convidou. Ele me convidou por que eu fiz aquele curso da Zero Hora. Naquela época eu estava no Correio do Povo, e ele me fez uma proposta em que eu iria ganhar mais, e o serviço parecia mais legal, mais interessante. Ele me perguntou se tinha alguma editoria em que eu preferia trabalhar, e eu respondi que era economia — eu gosto de economia —, ou então na área do Segundo Caderno, mas ele respondeu que não havia possibilidade. Aí, eu perguntei onde havia possibilidade. Ele me disse que era na política. Então "eu vou mesmo", por que acho legal, acho legal passar por todas as editorias, inclusive na Polfícia. Aliás, eu tentei entrar na ZH, na época do curso, pela Polfícia. E o editor de lá contratou uma outra pessoa, um cara do curso, um homem. Por que ele explicou que um dos motivos para não contratar mulher na editoria é por que depois elas que-



Fernando Schmitt

rem sair — sair a todo o pano — e ela queria uma pessoa que ficasse.

Que serviço compete ao editor? O que o editor faz no seu dia-a-dia? Olha, ali na política, a gente faz títulos, sumários... e outras coisas. A gente lê todas as matérias e seleciona o que vai entrar. Se bem que isto é função do editor chefe, o que não é meu caso. A gente também lê material de agência e copidesca. Outra coisa também é adequar o material na página, se bem que isto é muito com o diagramador.

Qual a tua cor preferida? Eu acho que não tenho (risos). Não tem uma cor que eu goste mais que as outras. O meu lance de usar cor varia com o dia. Tem dia que eu acho o máximo sair de vermelho. E tem dia que posso achar numa loja "O mais lindo traje vermelho do Universo", que se eu não tiver afim de usar vermelho naquele dia, eu não vou achar graça, nada.

Não tens nada místico? Não, não. Uma cor que eu não gosto muito de usar é preto. Pelo lance justamente místico, porque eu sou uma pessoa de interesse místico. Mas mesmo assim eu uso, porque sinto com todas as outras.

... e religião? Eu sou filha-de-santo. Eu frequentava uma Casa de Nação, de batuque. Eu tenho até aquelas roupas... Eu sou iniciada e tal... Mas eu parei de ir, porque o meu pai-de-santo era em Canoas. Mas eu pretendo voltar lá, nem tanto para seguir a religião, mas para continuar indo... eu acho bom. E realmente, na época e

que eu ia lá, eu me sentia super-bem depois. Eu tenho interesse por todo o tipo de religião, menos a católica, em que eu fui batizada, mas não tenho saco... Eu gosto muito da Cabala e da religião egípcia, do Egito Antigo, na época do Akenaton, que foi onde surgiu a Cabala, que depois os judeus incorporaram.

E de música, o que tu mais gosta? Prince, o Prince é a coisa que eu mais gosto. Eu adoro o Prince. Eu sou fã roxa dele. Ah! eu gosto de um monte de coisas... Música pra dançar, principalmente.

Certa feita tu me falaste em bicho-grilo, o que é "bicho-grilice"? Bicho-grilo são aquelas pessoas que ainda estão na década de setenta, estão naquele "flower-power"...

— São os remanescentes... São, justamente! Os bichos-grilos vão muito nos lugares em que eu vou para comer. A Colméia é um reduto da bicho-grilice, a Macrobiótica

"Terminei a faculdade em dezembro de 1985, a formatura jamais vou esquecer aquela chaticice e o calorão que passei dentro daquela roupa preta — foi no dia 05 de janeiro de 86. Eu fiz o curso em exatos quatro anos.

Quando me formei, estava trabalhando em um banco, o Nacional, na Carteira de Câmbio. Continuei por lá até maio, quando fui convidada para trabalhar na Bandeirantes FM. Foi meu primeiro trabalho em jornalismo, fiquei lá até abril de 89. Fui demiti-

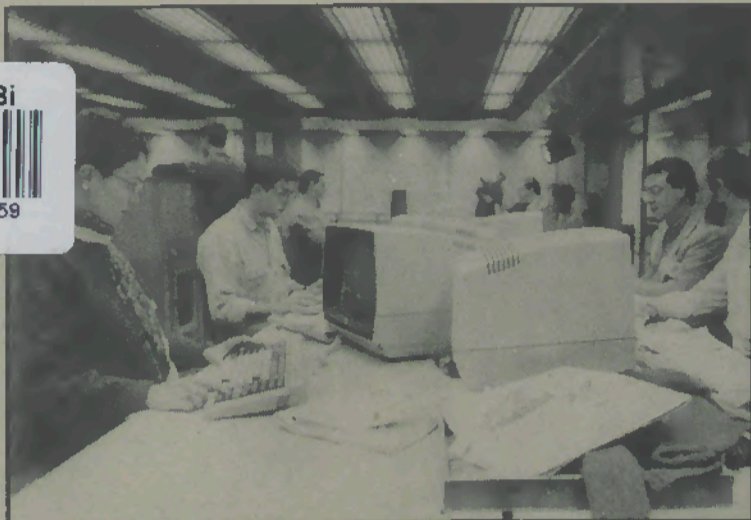


Foto divulgação

Duas horas de ginástica por dia, dieta macrobiótica e gosto pela profissão — além, é claro, de muito charme e talento —, anunciam uma nova promessa no jornalismo. Quem viver verá.

também, reúne um certo grupo dos bichos-grilos.

Tu não és bicho-grilo? Nem pensar ...

O que tu gostas mais, em Porto Alegre? É a minha academia de ginástica... eu não gosto dessa cidade. Nem mesmo da minha academia de ginástica (Academia Bambolê). É do meu professor de ginástica, do Beto, que já é o mesmo há um tempão. Teve uma época em que eu pensava em ir para São Paulo, em morar lá com umas amigas minhas. E aí, eu ficava pensando em que tinha de "procurar uma outra academia". Outra coisa que eu gosto em Porto Alegre, é do bar Ocidente. Da Redenção... Gosto do Parcão da Moínhas e da Macrobiótica.

Qual o tipo de ginástica que tu fazes? É ginástica, corrida e musculação. É ginástica aeróbica. Agora, a minha nova atividade é aula de "Cardiofunk". Mas nisso, eu sou um zero à esquerda.

... o que é "Cardiofunk"? É uma dança aeróbica. Não é como uma aula de dança — por que é mais rápido — a pessoa não pára nunca! Tu tá sempre te movimentando... Mas é mais coreografado que a aeróbica, e não tem saltos (a aeróbica é muito saltitante). É uma aeróbica de baixo impacto, com passinhos de dança... e eu, sou... um fiasco dançante!

Tu és um fiasco para dançar? (Risos).

Mas mesmo assim, tu sai à noite

tida por ter feito greve geral em março.

Com a demissão fiquei puta com o jornalismo. Aí, fui trabalhar como secretária a partir de maio.

Quando vi o anúncio do curso de jornalismo da ZH, resolvi fazer. Me inscrevi, passei e voltei a me apaixonar pelo jornalismo. Quando pintou uma vaga no Correio do Povo, em setembro, pequei. Trabalhei lá na Central de Textos até dezembro. Sai e vim direto pra ZH".

para dançar? Eu adoro sair à noite para dançar. Eu não acho que eu dance bem. É que eu adora estar em atividade física. Eu não consigo ficar parada. Ginástica, eu faço, no mínimo duas horas por dia. **Mudando de assunto, qual é a tua descendência?** De tudo um pouco. Aqui pelo sul, pela família de minha mãe, tem alemão, italiano e português... parece que tem um pouco de espanhol também. Mas muito diluído. Basicamente é alemão e italiano. E por parte do meu pai, é nordestino. Meu pai era de Pernambuco. Então eu não sei o que seria. Seria o que chamam de Brasileiro. Mistura de índio com branco, branco com negro, negro eu não sei se tem, mas sei que tem holandês por parte do pai. A minha avó por parte do pai era supermorena, mas tinha olho azul.

E dos vícios, qual o vício que mais te chama a atenção? Bah, consumo de estimulantes, Anfetamina. Se eu tivesse um vício, seria esse. Bebida, todo o fim-de-semana eu tomava um porretaço. E aí, eu parei. Agora, eu estou em uma fase trinitureza de novo. E moderador, também. Eu tomava moderador de apetite, por que ele me deixava "triligadona". Mas não me cortava a fome, eu continuava comendo igual.

Mas então, tu tens tendência para engordar? Não, o meu peso é assim. Agora como estou, estou normal. Mas é que eu tenho mania de emagrecer. Faz dez anos que eu tento emagrecer.

O que é o amor, para ti? É difícil... É uma cumplicidade. É ter uma relação de cumplicidade com outra pessoa. Tem que ter afinidade, mas não pode ser aquela coisa de pensar igual. É não ter necessidade de ter que ficar se explicando para a outra pessoa. Como com meu namorado agora. Ele não precisa falar comigo para saber o que estou pensando. Acho que no relacionamento a pessoa se expõe muito.

• André Barrionuevo