

Jornalismo cultural: realidade ou idealização?¹

Samantha Castelo Branco²
Maria das Graças Targino³
Alisson Dias Gomes⁴

A necessidade de especialização, marco da contemporaneidade, consiste em tendência crescente em todas as áreas de conhecimento, inclusive na comunicação social, especificamente, no jornalismo. Neste caso, dentre as especializações, está o jornalismo cultural, cuja concepção nem sempre é consensual, tanto pelas controvérsias que envolvem o termo – cultura – como pela carência de estudos teóricos a seu respeito. Tais justificativas conduzem ao propósito deste *paper*, no sentido de revisitar a sua concepção, analisar objetivos e funções. Em termos de procedimentos metodológicos, recorre à amostra não probabilística intencional. Os respondentes são selecionados pelos pesquisadores, para garantir a representatividade de determinado grupo, quer pela função desempenhada, experiência, posição ocupada, credibilidade e respeito profissional. Assim, o rol elaborado pelos autores reuniu acadêmicos, pesquisadores e profissionais do campo de jornalismo, totalizando 54 indivíduos, de todas as regiões brasileiras, para garantir abrangência nacional. Com base em 40,74% de respostas ao questionário enviado por rede eletrônica, contendo três questões básicas acerca dos pontos em discussão (conceito, características, funções) para respostas livres, os resultados discutidos apontam para a fragilidade conceitual, e, por conseguinte, para funções e objetivos nem sempre delineados com clareza. Isto justifica a apresentação de sugestões, ao final.

Jornalismo Cultural, Cultura e Jornalismo, Jornalismo Cultural – Concepção

Introdução

A necessidade de especialização, marco da contemporaneidade, consiste em tendência crescente em todas as áreas de conhecimento, inclusive na comunicação social. A especialização constitui decorrência inevitável do avanço da ciência e tecnologia. Logo, precisa ser vista como recurso para aprofundamento e maior consistência dos ramos do saber, e não como atomização, ou isolamento social. Isto requer do profissional, em qualquer instância, visão disciplinada e conjuntural, dissecando o conhecimento sem perder a dimensão do todo.

No caso específico da comunicação, dentre as especializações, está o jornalismo cultural, cuja concepção nem sempre é consensual, tanto pelas controvérsias que envolvem o termo – cultura –, sobretudo num país fundamentalmente multicultural como o nosso, como pela carência de estudos teóricos. Tais justificativas conduzem ao propósito deste *paper*, no sentido de revisitar a sua concepção, analisar os seus objetivos e as suas funções, em nível macro. A partir de então, avaliar até que ponto as manifestações culturais populares ou de folkcomunicação são vinculadas ao jornalismo cultural, pelos jornalistas ou docentes com atuação na área de comunicação.

¹ Trabalho a ser apresentado ao Núcleo de pesquisa em Folkcomunicação, VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília – DF.

² Doutora em Comunicação Social, Universidade Federal do Piauí.

³ Doutora em Ciência da Informação, Universidade Estadual do Piauí / Universidade Federal do Piauí.

⁴ Concludente do Curso de Comunicação Social, Habilitação Jornalismo, Faculdade Santo Agostinho.

Afinal, cada vez mais, a sociedade discute os efeitos do binômio cultura x globalização. Há quem adote a posição extremada de se opor à globalização, como se não fora ela realidade inevitável, porquanto o entrelaçamento econômico entre os povos não constitui novidade. Data de longa data e atinge, agora, a sua velocidade máxima. Do lado oposto, há quem enalteça a globalização, como solução para todos os problemas que afligem as sociedades.

No entanto, a bem da verdade, ela apresenta duas faces bem visíveis. Uma delas, a “*face luminosa*”, permite a configuração de um sistema civilizatório, que preconiza igualdade de condições a aplicações tecnológicas e a informações em todos os níveis, para as diferentes sociedades. A segunda, a “*face obscura*”, age como instrumento desagregador de fronteiras nacionais e da soberania nacional, agravando problemas de desemprego e a incidência de miséria, sobretudo, nos países do Terceiro Mundo. Neste sentido, parece evidente que a globalização permeia a contemporaneidade, e, por conseguinte, as diferentes culturas, mas, em nenhum momento, pode ser visualizada como elemento isolado e autônomo. Está sempre vinculado à tessitura societal e cultural.

E a cultura em si mesma possui mobilidade e não pode ser condenada ao imobilismo. A este respeito, a decisão da Organização das Nações Unidas (ONU), ao aprovar convenção a fim de proteger, em termos mundiais, a diversidade cultural, é uma contradição, uma vez que a ONU é órgão de luta em prol da liberdade de pensamento e de expressão, e da garantia dos direitos humanos. Ora, ao se fundamentar no temor de que a cultura ocidental sufoque as demais culturas, essa pseudo proteção cultural, como muito bem discutido por Appiah (2006), pode ser empregada para desrespeitar tais princípios, a exemplo do que ocorre na China, quando o Governo usa a convenção como argumento para barrar o livre acesso à internet, quando se sabe que a meta não é preservar a cultura local, e, sim, impedir o exercício pleno da cidadania à população, ao lhe tolher o direito supremo à informação.

O autor supra diz literalmente que os “indivíduos e suas escolhas são mais importantes do que a cultura que se quer preservar. Isso vale para tudo, desde o estilo de vida que se segue até o tipo de arte que se consome” (p. 14). Logo, determinada cultura só tem valor se, de fato, for favorável às pessoas, ou seja, o foco tem que ser o indivíduo, e não a tribo ou a nação. Por exemplo, indo até a Índia, em pleno século XXI, de vez em quando, viúvas ainda se imolam na pira funerária dos maridos, por serem praticamente banidas da sociedade, como aves agoureiras e malditas e tão grave quanto, se mantêm o hábito “*cultural*” de aprisionar junto às mães que delinqüiram os filhos menores. É possível preservar esses costumes culturais? E o que dizer da tendência suicida de tantos jovens no Japão? E há uma infinidade de outros exemplos, os quais comprovam que há formas benéficas e maléficas de diversidade cultural.

Tudo isto explanado tão-somente com o intuito de mostrar que as culturas prevêm, inexoravelmente, continuidade e transmutações. Não há uma regra de causa e efeito, pois tais mudanças não significam o fim irremediável das culturas, embora concordemos com Appiah (2006), em sua assertiva: “culturas que não se transformam morrem” (p.15). E é em meio a esta percepção de transformações culturais como inevitáveis, que o jornalismo precisa evoluir, o que conduz a especializações. Nas suas múltiplas funções de informar, educar e entreter, precisa ir além da manutenção de editoriais “*ocasionais*” para acompanhar as reais demandas sociais, o que pressupõe estabelecer especializações, com profissionais portadores de conhecimentos específicos, quer na área de economia, esportes, polícia, política etc.

Sob tal perspectiva, o jornalismo cultural (JC) visa à elaboração e divulgação de notícias para diferentes mídias, cujo enfoque central são as notícias culturais, qualquer que seja a sua natureza. Isto é, o JC contempla culturas locais, regionais e nacionais. Inclui tendências preservacionistas ou não diante das tradições, das crenças e dos conhecimentos populares de um povo ou região, expressos em lendas, crenças, cantos e canções, reforçando a concepção de Luiz Beltrão (2001, p. 79), para quem folkcomunicação é o “[...] processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore.” O JC pode até mesmo tratar da discutível indústria cultural, cuja característica central é a exploração comercial e a vulgarização da cultura, produzindo entretenimento e alienação, em detrimento do pensamento reflexivo e da percepção das realidades adversas. Tem-se, pois, o ciclo inesgotável que comporta o termo – cultura.

Diante do exposto, para a consecução dos objetivos enunciados, em termos de procedimentos metodológicos, recorreremos à amostra não probabilística intencional. Os respondentes são selecionados pelos pesquisadores, para garantir a representatividade de determinado grupo, quer pela função desempenhada, experiência, posição ocupada, credibilidade e respeito profissionais.

Assim, o rol inicial reuniu nomes de acadêmicos, pesquisadores e profissionais do campo de jornalismo, no total de 54, com atuação nos meios de comunicação impresso, radiofônico, televisivo e eletrônico, e titulações diferenciadas, indo de especialistas a pós-doutores. A eles foi encaminhado, via internet, protocolo de coleta com três perguntas acerca dos pontos básicos em discussão (conceito, características, funções) para respostas livres, independente do aspecto, como por exemplo, número de caracteres ou enfoque. A exclusão de questões acerca da folkcomunicação foi proposital face à intenção primeira de deixar fluir entre os pesquisados o seu conhecimento acerca dessa temática. A coleta de dados, em intervalos sistemáticos de cobrança, ocorreu entre o período de 7 de fevereiro a 24 de março de 2006, e resultou em 22

respostas (40,74%) referentes a profissionais das cinco regiões brasileiras, o que assegura representatividade nacional.

Jornalismo cultural e a sua evolução: síntese

Parece evidente que constitui desafio inadiável (re)discutir o JC no cenário brasileiro, o que pressupõe reflexão em duas importantes áreas do conhecimento: jornalismo e cultura. Se, por um lado, o jornalismo se impõe como fonte de informação para a sociedade contemporânea, a concepção de cultura abraça brasis de etnias, raças e costumes múltiplos e diversificados. Logo, para entender a cultura brasileira, urge visualizá-la em sua pluralidade, resultante, ela mesma, do processo de interações e oposições no tempo e no espaço. O contato étnico e a posterior miscigenação, ocorridos a partir da colonização brasileira, possibilitam, hoje, como Bosi (1987) ressalta, um Brasil de fusão, com culturas mais antigas – as ibéricas, indígenas e africanas, além de outras mais recentes. Entre elas, as migrantes ou externas (italiana, alemã, síria, japonesa) e as internas (nordestina, paulista, gaúcha).

Isto significa que o JC ora praticado, em termos nacionais, enfrenta vasto campo de atuação, que envolve manifestações das diferentes culturas, seja ela erudita, popular ou de massa. De forma sintética, erudita como a que privilegia os saberes das classes letradas, enquanto a popular dá voz às manifestações oriundas da população, desconsiderando escolarização. Cultura de massa, aquela que é “*alimentada*” pela força da indústria cultural.

Tal amplitude justifica o interesse crescente pelo JC, na visão de Piza (2003, 2004), em termos mundiais e nacionais. Sem descer a detalhes históricos, a discussão sobre a origem do JC não conduz a uma resposta precisa, que indique ano, país ou o veículo precursor dessa prática jornalística. Há registros de que a revista *Discussões Mensais Edificantes*, (Hamburgo, Alemanha), editava, desde 1663, poemas, mas sem comentários assinados por profissionais da imprensa. Analisando a concepção do JC como o que tem como “missão informar e opinar sobre a produção e a circulação de bens culturais na sociedade” (GOMES, 2005), acreditamos que a publicação alemã tão-somente abriu as portas para o deslanchar dessa prática de jornalismo.

Uma das publicações mais antigas a se debruçar sobre tal atividade é o título francês, considerado o primeiro periódico científico, *Journal des Sçavans*, editado por Denis de Sallo, conselheiro da Corte do Parlamento do rei Luís XIV, cujo fascículo inicial data de 5 de janeiro de 1665. Com 20 páginas, inclui artigos, cartas e notas. Assume o propósito de catalogar e resenhar os livros publicados na Europa; editar obituários de pessoas eminentes; divulgar

experimentos em física, química e anatomia; descrever invenções; registrar dados meteorológicos; e arrolar as principais decisões do clero e da Corte.

A popularidade da obra atrai a atenção do Governo, o qual revoga a sua licença ainda no primeiro ano, sob a alegação de material ofensivo à Coroa. Volta a circular no ano seguinte e prossegue com periodicidade instável até 1816, quando passa a se chamar *Journal des Savants*. Assume caráter literário, porém com o tempo, abrange teologia e direito. Entre 1672 a 1673, ganha o suplemento *Recueil des Memoires et Conferences sur les Arts et les Sciences*, com muitas recensões, algumas contribuições originais, cartas, extratos de outras revistas, sobretudo do *Philosophical Transactions*. (TARGINO, 2000).

Mesmo sem negar o pioneirismo do título acima referido, Piza (2004) aponta como um dos marcos do JC o ano de 1711. É quando os ensaístas ingleses Richard Steele e Joseph Addison editam a revista diária *The Spectator*, com o intuito de popularizar os saberes de gabinetes, bibliotecas, escolas e faculdades, levando-os a clubes e assembléias, casas de chá e cafés. A sua importância, com circulação em Londres, é comprovada pelo rol dos colaboradores, a exemplo de Samuel Johnson, o mais expressivo crítico cultural dos primórdios do jornalismo, reiterando Piza, para quem “Johnson é o pai de todos os críticos europeus, americanos ou brasileiros cujas opiniões sobre um livro ou qualquer outro tema, nos séculos seguintes, eram esperadas com fôlego preso por uma pequena mas decisiva platéia.” (p. 14).

Em meados do século XVII, fortalecido o processo de industrialização, no continente europeu, o ensaísmo e a crítica cultural tornam-se ainda mais relevantes. Veículos franceses, como *Le Globe* e *Le Constitutionnel*, concorrem para a consolidação do JC, em esfera mundial. A princípio, a sua prática está calcada no gênero opinativo, contando com nomes expressivos, como o do francês Sainte-Beuve. Depois dele, na percepção do autor antes referido, o jornalista cultural conquista *status*, podendo avançar como crítico ou articulista, independente de academias ou de obras ficcionais, o que imprime à tarefa dignidade e reconhecimento crescentes.

Em síntese, o JC é produto de uma era, que se inicia depois do Renascimento, com contribuição ao movimento iluminista, que caracteriza o século XVIII. É a época de apogeu do jornalismo europeu, tão influente quanto as revoluções políticas e os avanços científicos. Sedimentado na Europa e nas Américas, acena com influência em países, como Estados Unidos da América do Norte e Brasil, nesse caso, tão-somente ao longo do século XIX. Os traços da cultura norte-americana são expressos nas páginas de jornais e revistas de Nova York (*New York Tribune* e *Longman's Magazine*) e nas idéias de articulistas, como Henry James, que defende o romance como criação intelectual, criticando as histórias sentimentais de sucesso popular.

Para Fábio Gomes (2005), o norte-americano Edmund Wilson se impõe como o primeiro profissional, em termos mundiais, a se identificar como jornalista cultural, haja vista que alia as funções de crítico e repórter em sua trajetória na revista *The New Yorker*. Amplia o jornalismo da área de cultura para além das expressões opinativas, aproximando-o do gênero informativo.

No caso brasileiro, no início do deslançar do JC, o maior representante é o escritor Machado de Assis, que inicia a sua carreira como crítico de teatro e literatura. Há outros nomes: José Veríssimo, Sílvio Romero e Araripe Júnior, autores de artigos em veículos de natureza cultural, como a *Revista Brasileira*. Trata-se de um momento histórico, em que esse tipo de jornalismo conta com escasso noticiário na imprensa, priorizando debates sobre livros e artes. E dentre as publicações nacionais, que deram espaço a temas culturais, destaca-se o extinto *O Cruzeiro*, de 1928. Até a década de 50, merecem menção a revista *Diretrizes* e os jornais *Correio da Manhã*, *Última Hora*, *Diário Carioca* e *Jornal do Brasil*.

Proseguindo, na segunda metade do século XX, graças à modernização do jornalismo, ao aprimoramento das técnicas de reportagem e à qualificação dos jornalistas, a profissionalização atinge todas as especialidades. No caso do JC, reportagem e entrevista são mais valorizadas, ao lado da crítica e do artigo, moldando-se à sua “*forma moderna*”, em oposição ao que então prevalecia, ou seja, no JC contemporâneo há maior valorização do gênero informativo ao lado do opinativo. Reiterando esse pensamento, para Piza (2004, p. 20), o crítico que atua “[...] na efervescência modernista dos inícios do século XX, na profusão de revistas e jornais, é mais incisivo e informativo, menos moralista e meditativo.”

Quanto à divulgação de temas culturais, registramos dois marcos históricos na imprensa nacional. O primeiro é a criação, na segunda metade dos anos 50, do Caderno B do *Jornal do Brasil* (Rio de Janeiro), reconhecido como o precursor do moderno JC brasileiro, sob responsabilidade editorial de Reynaldo Jardim e diagramação de Amílcar de Castro. Em São Paulo (SP), por sua vez, em 1956, *O Estado de S. Paulo* lança o Suplemento Literário, dirigido por Décio de Almeida Prado. Em termos históricos, o decênio seguinte assume vital importância para o JC, com destaque para *O Pasquim*, tablóide semanário de humor, política e cultura, que conta com nomes de peso: Paulo Francis, Millôr Fernandes, Jaguar, Ziraldo e Sérgio Augusto.

Com o Regime Militar e a conseqüente prisão ou o exílio de nomes da imprensa, o JC atravessa os anos 70 sem grandes trunfos. Dentre as exceções, o semanário *Opinião*, editado por Sérgio Augusto e com apoio de Paulo Francis, exilado, à época, em Nova York. Na década seguinte, os dois mais importantes jornais de SP consolidam os seus cadernos culturais diários: a *Ilustrada* (*Folha de S. Paulo*) e o *Caderno 2*, do *O Estado de S. Paulo*. Ainda na percepção de Piza (2004), eles “*fazem história*” entre meados dos anos 80 até o início da década de 90, em

plena sintonia com a evolução cultural que a cidade vai galgando ante a almejada abertura democrática do País. Assim, revistas mensais calcadas na veiculação de ensaios culturais, as paulistas *Bravo!* e *Cult*, datam de 1997, enquanto a gaúcha *Aplauso*, é do ano seguinte.

Nessa fase histórica, de Norte a Sul, a imprensa brasileira – em âmbito nacional, regional e / ou local – valoriza, em seus critérios noticiosos, a divulgação de material jornalístico ligado à cultura. A partir de então, a cobertura, antes restrita às chamadas “*sete artes*” (literatura, teatro, pintura, escultura, música, arquitetura e cinema) inclui temáticas ligadas à moda, à gastronomia e às manifestações da cultura popular. Esta nova perspectiva, coloca o JC, no século XXI, frente a desafios, no sentido de cobrir, a contento, a diversidade temática e as variações intrínsecas à pluralidade cultural que marca o Brasil, como mencionado.

Jornalismo cultural: revisitando a sua concepção

Corroborando a idéia de quão difícil é manter o nível de especialização sem perder de vista a dimensão do todo, dois dos depoentes, independente da alta titulação e de muitos anos de atuação como jornalista, confessam não ter reflexão construída acerca da temática JC. Outros não percebem a significação da expressão JC, por conta da própria amplitude da expressão cultura, como Maia Veloso reconhece e vemos nesta longa resposta:

Para compreender o que é jornalismo cultural, teríamos que ter noção integral do conceito de cultura. Quanto a isso, há dois caminhos: o estreito, que reserva a denominação para alguns tipos ou padrões, variáveis e seletos; e o amplo, que abre o significado da palavra para abranger qualquer manifestação humana (grifo nosso) [e portanto, da folkcomunicação].

Optar por qualquer uma dessas escolhas não resolve, no entanto, o impasse. Se escolhermos alguns tipos de cultura, teremos que dizer quais. Música – bem, e ruído? Se o ruído se inclui em dada trilha sonora, é música? [...]

A conceituação corriqueira de jornalismo cultural reúne traços semânticos que privilegiam o antigo, o nobre, o próprio das elites [...] e, por oposição, em nível inferior mas não totalmente desqualificado, o moderno, o popular, o próprio dos excluídos, que sempre forneceram matéria prima para a arte dos incluídos.

No sentido amplo [...], cultura seria não apenas o que vai sobre o prato, mas o próprio prato, o que se usa para levar o alimento à boca, a abertura da boca, os barulhos pertinentes e impertinentes antes, durante e após a refeição. Parto de cócoras ou em decúbito dorsal, canjica ou canja de galinha, fralda ou camisinha de pagão; a escolha de toalhas frias ou banho morno para conter a febre. [...]

Pelo conceito amplo, tudo – economia, política, direitos, deveres, religião, trajes, palavrões e poemas, máquinas e artefatos – tudo é cultura. Não haveria como excluir a ciência, com o que ela deixaria de prevalecer em suas verdades – e esse é o mais brutal dos reacionarismos. E, se cultura é tudo, a palavra nada significa particularmente; serve apenas para relativizar todo conhecimento humano em benefício da retórica pós-moderna..

[...] O jornalismo se relaciona tanto com a gestão do Estado e o uso das riquezas quanto com a educação permanente, em que se alia a outros discursos na representação da realidade com diferentes níveis de acuidade e revelação – formas de conhecer o mundo. Nesse sentido, a locução jornalismo cultural não tem significado. (Nilson Lage).

Em contraposição, há quem, ao tempo em que reforça a transcrição acima, argumentando que o JC está por demais associado à idéia elitista e academicista da cultura, envolvendo interesses e se distanciando de avaliação isenta da qualidade dos produtos culturais, o renega por outro motivo, qual seja: “[...] Considero todo e qualquer jornalismo como cultural, na medida em que em todos os espaços o jornal expressa a cultura. Achar que suplemento cultural é jornalismo cultural [...] é uma distorção. A repercussão cultural das caricaturas publicadas na Dinamarca não é sequer sonhada [por exemplo] por quem escreve no suplementos dominicais.”

A esta afirmação de Ada Dencker, se junta a concepção dos jornalistas Antonio T. de Barros e Cremilda Medina, para quem o JC teve sua importância, mormente, nos séculos XVIII e XIX e, talvez, até meados do século XX, mediante o exercício de um jornalismo vigoroso e crítico, feito por escritores e por jornalistas de vanguarda. No entanto, o JC sucumbiu às pressões de mercado, e

foi substituído [...], pela simples divulgação de uma agenda cultural, restrita ao roteiro corroborado pela mídia de mercado. Tão frágil, superficial e susceptível às pressões de audiência, anunciantes etc. sucumbiu. Em seu lugar [...], hoje, os tais “cadernos culturais” que [...] simplesmente reproduzem a programação de TV, do circuito comercial de cinema, teatro [...]. (Antonio Teixeira de Barros).

Reforçando esse parecer, Zózimo Tavares acrescenta:

[...] hoje o que se vê é que o suplemento cultural da maioria dos grandes jornais foi transformado em cadernos de variedades. Com o passar do tempo, as reportagens, perfis, entrevistas, resenhas críticas e polêmicas que diferenciavam

o jornalismo cultural como uma prática saudável e inteligente foram substituídas por material que chega “pronto” às redações, despejado a mão cheia pelas assessorias de imprensa de artistas, editoras, produtoras, TVs, bandas musicais etc., com apelo crescente para o besteirol.

Tais pensamentos contradizem a posição simplista de alguns entrevistados, como as que seguem, literalmente: (1) “[...] é o ramo da imprensa que deve tratar das diferentes manifestações artísticas e intelectuais da sociedade”; (2) “Jornalismo que cobre a área de notícias culturais, como por exemplo, filmes, peças de teatro, música etc.”, mas, essencialmente, mostram quão árdua é a tarefa de o jornalismo cobrir universo cultural tão amplo como o brasileiro, dentro da linha de pensamento de Suzuki Júnior (2003). Para ele, é utopia pensar num único jornalismo cultural. Quando muito, se pode pensar em múltiplas e variadas formas de fazê-lo, o que pressupõe atenção e respeito às idiossincrasias culturais.

Isto não comporta necessariamente categorizações, como Daniel Piza (2003) ressalta. Os veículos devem evitar polarizações (erudito x popular, nacional x internacional, por exemplo), primando por traçar um caminho no qual a cultura possa fazer pensar e, ao mesmo tempo, dar prazer. Neste sentido, dentre os pesquisados, cinco, de forma mais, ou menos explícita, lembram a importância da inclusão da cultura popular e folkcomunicação na pauta do JC, a exemplo de José Marques de Melo, Cristiane Sekeff, Gino Giacomini e Ana Regina Leal. Para a última, trata-se de uma especialidade do jornalismo que dá “[...] visibilidade às manifestações culturais de todas as naturezas, que se manifestam no espaço [...]”, além de favorecer debate público acerca das questões culturais presentes na sociedade e “que refletem na identidade de um povo.”

Este posicionamento encontra ressonância na fala de Marques de Melo. Para ele, se o jornalismo, por sua natureza, constitui atividade cultural, que assegura ao cidadão conhecimento sobre o patrimônio intelectual da humanidade em qualquer instância, o jornalismo cultural, especificamente, constitui “[...] espaço destinado a difundir fatos e valores relacionados com a vida das instituições culturais da sociedade.” E vai além. Reconhece o conteúdo elitista prevalente em alguns veículos e a tendência à cultura massiva, quando as artes são repassadas como mercadoria, mas, literalmente, acredita que há meios de comunicação que privilegiam a cultura popular ou o folclore.

A este respeito, Adriana N. Lélis Coutinho vai em linha oposta e afirma que o JC termina por atuar no exame crítico de elementos culturais, mas também, “na propagação da cultura erudita para apreciação popular.” Segundo Castelo Branco (2005), tal percepção aponta a dimensão popular, no processo de produção da mensagem apenas no eixo da recepção, enquanto

as teorias da folkcomunicação propõem o caráter popular em distintos elementos deste processo, seja na emissão, na mensagem ou na recepção.

Jornalismo cultural: características e funções

Em se tratando das características do JC, como recurso para diferenciá-lo das demais especialidades, entre os 22 respondentes, há quem as renegue, como o faz Gilson Monteiro. Argumenta que inexistem traços exclusivos do JC. A sua prática é, antes de tudo, jornalismo. Para Marques de Melo e Fenelon Rocha, respectivamente, a distinção reside somente no conteúdo, pois o “processo de produção jornalístico é um só, não se alterando de uma editoria para outra”, acrescentando-se, assim, que “a diferença fundamental é o próprio material objeto da cobertura jornalística, no caso, a cultura.” O jornalista Edson Rossi complementa: “o jornalismo cultural não é melhor que o de esportes, nem pior que o de economia. Só cobre assuntos diferentes.”

Em contrapartida, os traços da cobertura em torno de temas culturais abrangem questões que vão desde o gênero jornalístico praticado até os recursos gráficos utilizados. O primeiro diferencial é a divulgação de conteúdos que extrapolam o caráter informativo, predominante na maioria das editorias. Assim, os textos produzidos no JC, a partir do depoimento de Marques de Melo – que inclui os gêneros informativo, opinativo, interpretativo e diversional –, preenchem diferentes categorias.

Reiterando uma prática peculiar à origem do JC (PIZA, 2003, 2004), qual seja, a presença da opinião e da análise de jornalistas nos conteúdos, a jornalista Rose Naves destaca que “o gênero opinativo aparece com mais destaque por meio das crônicas, críticas, resenhas e outros.” José S. Faro vai além:

[...] a presença de referenciais analíticos concebidos fora do universo propriamente jornalístico em que o JC é produzido, dá ao gênero um feitiço inconfundível [...] No âmbito [...] informativo, não há diferenças substanciais; mas no [...] analítico e opinativo, o espaço do JC é ocupado hegemonicamente por um conjunto de reflexões estranhas à lógica da indústria cultural, embora os interesses econômicos envolvidos na promoção de eventos de natureza artístico-cultural tirem proveito mercadológico dessa sua especificidade.

A construção do texto é outra característica que diferencia o JC. O elemento mais lembrado é a possibilidade de maior liberdade no trato com a linguagem, como lembram Ana Regina Leal e Ailton Cerqueira. Este último tece detalhes sobre a questão:

Do jornalismo cultural não se deve exigir verbos em títulos, limite de linhas nos parágrafos ou outros aspectos. Técnicas de redação jornalística, como a pirâmide invertida, não podem ser priorizadas no jornalismo cultural. Ressalto, entretanto, que, ao trabalhar com inventividade e com simplicidade, não se deve propor ao leitor um espetáculo gratuito de erudição, que inviabilize o entendimento do texto.

Outros traços apontados referem-se aos aspectos gráficos, especialmente o uso intenso de imagens, fotos e ilustrações, como Antônio T. de Barros lembra e Gino Giacomini reforça. Para este, o JC exige “[...] uma linguagem sintonizada com o imaginário do receptor (leitor) e demanda uso de imagens a fim de materializar as atividades intelectualizadas.” Na mesma linha, José Nêumanne Pinto coloca que a diagramação “*mais arejada*” é um recurso expressivo, sendo possível a inclusão de fotos panorâmicas e ilustrações arrojadas.

No entanto, algumas características citadas constituem críticas ao JC. As mais recorrentes referem-se à superficialidade e à fragmentação dos conteúdos, destacadas por Ada Dencker e Zózimo Tavares. Portanto, a segmentação dos veículos, impulsionada por diferentes perfis do grande público e pela multiplicidade das mídias conduz à superficialidade, na concepção também de Suzuki Júnior (2003, p. 141), para quem, “o processo de segmentação, de tribalização artística e comportamental, se acentuou muito, em uma rotina atordoante: quanto menos tempo para ler, mais atividades artísticas e culturais de natureza diferentes para noticiar.”

Ademais, segundo os pesquisados Rose Naves e Zózimo Tavares, há significativa interferência das assessorias de imprensa e da indústria de bens culturais. Produtoras, gravadoras etc. utilizam os espaços jornalísticos para “*vender*”. Mas,

[...] as artes não deveriam ser tratadas como produtos para serem descartados a curto prazo [...] O jornalismo cultural, salvo honrosas exceções, acaba tendo uma função publicitária e isso não é nada bom para o jornalismo sério e ético, e muito menos para o público que é obrigado consumir um monte de lixo. (Rose Naves).

Isto representa crítica contundente ao JC. Professores e jornalistas em atuação observam a sua redução à mera agenda para “*vender*” “[...] os melhores espetáculos, as mais importantes apresentações / publicações”, como reforça Andréia Rodrigues, em evidente desvirtuamento, denunciado também por Ada Dencker: “[...] Na realidade me parece que ele [o JC] cumpre uma espécie de agenda oficial do que se considera cultura em [...] determinado momento.”

Por conta de tal comprovação, autores, a exemplo de Marcelo Coelho (2003, p. 136), reclamam a prática de um JC de melhor qualidade, que ultrapasse agendas e guias culturais, rompendo com posições, como esta: “O texto do jornalismo cultural está me expulsando para fora dele (é o que faz a propaganda, aliás), – vá ver isto, não vá ver aquilo, começou isto, começou aquilo. Mas não traz discussão.” Corroborando este pensamento, José S. Faro afirma que “[...] há um complexo empresarial envolvido tanto na promoção dos bens artístico-culturais quanto na própria mídia que os divulga. [...] Nesse sentido, a julgar pelos padrões da indústria midiática, o Jornalismo Cultural pode ser visto como disfuncional.” Enfim, a função publicitária consiste em aspecto negativo, segundo muitos dos dados coletados. Todos condenam a proposta de “*venda*” de bens culturais no espaço dedicado à cultura na imprensa.

Ainda no que tange às funções do JC, a maioria da amostra elenca, acima de tudo, o dever de informar, a partir da premissa de que ele é, antes de tudo, jornalismo. No entanto, reconhecem papéis que extrapolam o informativo, como salienta Zózimo Tavares. Isto é, as finalidades do JC são diversificadas e transcendem a mera divulgação da informação de lançamentos, *shows*, roteiros, agendas etc., como Maia Veloso chama a atenção: o JC deve “prestar serviço, formar, informar, entreter, seduzir, relaxar, cativar, tornar público, traduzir interagir etc.” José Marques de Melo, por sua vez, assim descreve as funções do JC:

- (a) informativa – registrando os acontecimentos, seus agentes e cenários;
- (b) opinativa – valorando os eventos ou produtos informados;
- (c) interpretativa – explicando a gênese e o desenvolvimento de produtos;
- (d) utilitária – facilitando a tomada de decisão por parte dos consumidores;
- (e) diversional – permitindo o desfrute de facetas como a história de vida dos seus produtores.

Mas, decerto, alguns pesquisados mencionam como funções do JC a possibilidade de debater e refletir sobre os diferentes aspectos culturais, além de auxiliar na educação da população, visando à consolidação do processo de cidadania, como previsto por Appiah (2006). Além do mais, a responsabilidade social do jornalista que atua na área cultural é enfatizada por quem percebe o JC como espaço de democratização de acesso à cultura. Ana Regina Leal, por exemplo, avalia como uma das funções intrínsecas a missão de “proporcionar visibilidade às

manifestações culturais e demais segmentos que envolvem a cultura de um povo [...]”, enquanto a jornalista Andréia Rodrigues vislumbra a possibilidade de contribuir para a formação cultural dos povos, e estimular as práticas culturais, dentro da linha da folkcomunicação. É o papel do jornalista como agente cultural, como Cremilda Medina reforça:

O jornalista, como privilegiado *leitor da cultura*, já que transita pelo mundo da primeira realidade e observa e ouve relatos do mundo simbólico (idéias, comportamentos, valores), assume uma responsabilidade social que permeia qualquer editoria. Ao produzir sentidos – e é isso que o jornalista faz –, ele pode estar falando de certa cultura, com os protagonistas culturais localizados.

Portanto, as funções do JC explicitadas são concebidas, com frequência, como a essência dos próprios deveres do profissional da área: “[...] quem escolhe trabalhar com jornalismo cultural tem que ter formação cultural [...] ampla”, observa Ailton Cerqueira.

Mas, a experiência empírica e estudiosos, como Piza (2003, 2004), apontam entraves ligados à *performance* desse jornalista. O primeiro reside na formação e qualificação. Muitas vezes, lançam-se no mercado sem embasamento adequado para imprimir ao JC dimensão que extrapole o cumprimento da agenda cultural do local, onde atua. A questão se agrava ante a constatação de que, na graduação, poucos cursos brasileiros de jornalismo oferecem disciplinas específicas nesse segmento, como Gomes (2005) constata. E, em se tratando da pós-graduação, mesmo com especialização em JC, em instituições, como Universidade Federal do Maranhão, Universidade Metodista de São Paulo e Universidade Estadual do Rio de Janeiro, dentre outras, ainda são poucos os profissionais pós-graduados em JC, salvo alguns nomes da grande imprensa, sediada no eixo Rio-SP.

Considerações finais e sugestões

Diante do cenário apresentado, reafirmamos a premência de discutir o JC em sua potencialidade, o que lhe permite valorizar a folkcomunicação, dentro do previsto por Piza (2003, p. 149):

O jornalismo cultural só vai vencer todo esse jogo de oposições absolutas quando se der conta de sua riqueza, importância e atratividade [...] Só quando o jornalismo cultural descobrir sua terceira margem, as infinitas possibilidades que estão a meio caminho entre as dicotomias, é que vai deixar de estar a reboque de nihilismos e modismos. E recuperar seu lugar na própria cultura.

Assim sendo, no que se refere às concepções expressas pelos 24 respondentes sobre JC, uma delas é bastante elucidativa:

[...] gênero especializado na divulgação de eventos de natureza artística e na análise e avaliação de produtos simbólicos que dizem respeito ao conjunto de valores estéticos e ético-políticos da produção editorial, cinematográfica, da dramaturgia, da música. Em razão dessa sua dupla configuração, esse gênero associa informação jornalística e presença autoral de especialistas nas várias áreas da produção artística, notadamente intelectuais acadêmicos.

Mesmo assim, com certeza, tal conceito não é necessariamente satisfatório a todos os estudiosos, incluindo os que não reconhecem a segmentação do jornalismo, embora esta se imponha, cada vez mais, como tendência jornalística, expressa na prática da “*cadernização*”, adotada por muitos veículos da mídia. No caso das características, ao lado de quem nega traços peculiares ao JC, há quem aponte características positivas, como a possibilidade de empregar mais livremente a linguagem e os recursos gráficos. Em posição oposta, alguns depoentes falam de superficialidade e comercialização do conteúdo do JC. As funções, por sua vez, como não poderia deixar de ser, estão atreladas às funções que a sociedade espera de um profissional jornalista, qual seja, informar, opinar, explicar os fatos noticiados e, decerto, entreter, além de servir de respaldo para a tomada de decisão da população ante situações variadas.

Logo, em termos genéricos, observamos, ao longo do estudo, a dificuldade dos entrevistados em expressarem a concepção sobre o JC. É a dificuldade de conceber cultura. É a multiplicidade cultural do Brasil se fazendo forte, o que persiste no espaço virtual, como confirmado por Ricardo Noblat, para quem as especificidades do JC nada têm a ver com a diferenciação do suporte. Isto é, enquanto houver alguém interessado em prover e alguém interessado em notícias de cunho cultural, o JC sobreviverá.

Da mesma forma, poucos conseguem traçar a distinção existente entre os tipos de jornalismo ou visualizar as funções do JC. Tudo isto nos faz sugerir a inclusão, nos cursos de graduação em comunicação social, da disciplina JC ou, no mínimo, de atividades sistemáticas que contemplem aspectos culturais, além de cursos de pós-graduação mais frequentes e acessíveis. Por fim, reforçamos as palavras de Ailton Cerqueira, quando diz:

Cabe [ao JC] mais do que divulgar ou produzir conteúdo noticioso, refletir, interpretar, propor discussões sobre diferentes aspectos culturais como

literatura, artes plásticas, música, cinema, teatro, danças e outros. O jornalismo cultural não pode ser apenas uma agenda cultural da cidade [...] Deve ser um instrumento de democratização do acesso à cultura, um espaço para que a sociedade se conheça como ente criador de arte.

Referências

APPIAH, K. A. Uma ONU em casa. **Veja**, São Paulo, ed. 1946, p.11-15, 8 mar. 2006.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCCRS, 2001.

BOSI, A. **Cultura brasileira**. São Paulo, Ática, 1987.

CASTELO BRANCO, Samantha. Metodologia folkcomunicação: teoria e prática. In: DUARTE, J.; BARROS, A. T. de. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 110-123.

COELHO, Marcelo. Jornalismo Cultural. In: **Um país aberto: reflexões sobre a Folha de S. Paulo e o jornalismo contemporâneo**. São Paulo: Publifolha, 2003. p. 134-136.

GOMES, F. **Jornalismo Cultural**. Brasileirinho Produções: 2005. Disponível em: <http://www.jornalismocultural.com.br>. Acesso em: 12 jan. 2005.

PIZA, D. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2004.

PIZA, D. A terceira margem do jornalismo cultural. In: _____. **Um país aberto**: reflexões sobre a Folha de S. Paulo e o jornalismo contemporâneo. São Paulo: Publifolha, 2003. p. 142-149.

SUZUKI JUNIOR, M. O grande editor. In: _____. **Um país aberto**: reflexões sobre a Folha de S. Paulo e o jornalismo contemporâneo. São Paulo: Publifolha, 2003. p. 138-141.

TARGINO, M. das G. Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 10, n. 2, p. 37-85, 2000.