



Ensino *versus* Produções de Jornalismo Cultural no Mato Grosso do Sul¹

Jany Carla Arruda da Silva²
Maria Aparecida Barros Vágula³
Centro Universitário da Grande Dourados (Unigran)

Resumo

Os debates sobre cultura abrangem várias áreas do saber, paradigmas complexos tais quais a sociedade, neste artigo abordamos, especificamente, o Jornalismo Cultural no Mato Grosso do Sul. A cultura está em tudo, é sua essência misturar linguagens e assuntos, portanto, o jornalismo cultural foi o responsável, e deveria continuar sendo, por promover seu debate e compreensão para os mais variados públicos, referentes aos mais variados assuntos. Infelizmente o jornalismo cultural exercido no Mato Grosso do Sul é muito pobre, ao analisarmos o porquê, podemos constatar que os cursos de graduação em Comunicação Social do estado são muito novos e nenhum oferece em sua grade uma cadeira específica para a especialização cultural. Por esta razão, é necessário formar os profissionais que estão entrando no mercado de trabalho, para então exigir um jornalismo cultural sul-mato-grossense de qualidade.

Palavras-Chave: Jornalismo cultural; Mato Grosso do Sul; grade curricular.

Introdução

Analisados os veículos de comunicação de Mato Grosso do Sul, em especial os maiores, como o jornal Correio do Estado da capital, e os da região sul, jornais O Progresso e Diário MS, verificou-se que os espaços dedicados ao que se aproxima de jornalismo cultural são os cadernos B. Entretanto, percebe-se um jornalismo cultural pobre, muito aquém do ideal e que muitas vezes se confunde com colunismo social. Em contrapartida, pode-se atribuir a má qualidade do jornalismo cultural aqui exercido pelo fato de os cursos de Comunicação Social serem muito novos, ainda, por não oferecerem uma cadeira específica para essa matéria, embora alguns englobem a temática dentro da disciplina de jornalismo especializado.

¹ Trabalho apresentado na Sessão Mediações e interfaces comunicacionais, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Secretariado Executivo Bilíngüe – Português/ Inglês pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, em 2004. Atualmente cursando o 6º semestre de graduação em Comunicação Social no Centro Universitário da Grande Dourados (Unigran). Endereço eletrônico: jany_carla@yahoo.com.br.

³ Licenciada em Letras, habilitação Português / Inglês, pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, em 2006. Atualmente, cursando 6º semestre de graduação em Comunicação Social no Centro Universitário da Grande Dourados (Unigran). Endereço eletrônico mari_pmd@yahoo.com.br.



Tal argumento se baseia pela afirmativa que não se pode escrever sobre o que não se sabe, para existir de forma efetiva e consciente um jornalismo cultural de qualidade, é preciso que os profissionais compreendam a cultura que o cerca e qual a melhor forma de apresentá-la ao público. Para isso, faz-se necessário que os estudantes de jornalismo tenham nas universidades acesso ao estudo aprofundado do mesmo.

Nesta perspectiva, o presente artigo apresenta um histórico sobre jornalismo cultural, observando sua importância dentro e fora do Brasil, e o quanto se faz necessário uma disciplina específica nos cursos de jornalismo do Mato Grosso do Sul, para chegarmos a um jornalismo cultural que realmente esteja à altura da qualidade das produções culturais sul-mato-grossenses.

A pesquisa para elaboração deste artigo foi feita por meio de revisão bibliográfica, apontando os aspectos históricos do jornalismo cultural no Brasil e no exterior; pesquisa nas universidades de Mato Grosso do Sul, para saber quantas possuem a graduação em Comunicação Social, e dentro dela, a cadeira de jornalismo cultural; por fim, análise dos materiais jornalísticos publicados em alguns dos veículos de comunicação do estado, que viessem a englobar temas culturais, a fim de saber suas características e com que nível de qualidade o jornalismo cultural regional é produzido.

Jornalismo cultural

Para averiguação dos fatos históricos e do que vem a ser jornalismo cultural, além de outras fontes descritas nas referências bibliográficas, recorreremos principalmente, ao livro *Jornalismo Cultural* de Daniel Piza, em sua terceira edição publicada em 2007.

Com o passar dos anos o que vem a ser Jornalismo Cultural passou por várias mutações, assim como todo o jornalismo, acompanhando as mudanças da sua sociedade, representadas, significativamente, por meio da linguagem. De modo simplista, pode-se defini-lo como a especialização da profissão jornalística aos fatos relacionados à cultura local, nacional e internacional, em suas diversas manifestações chamadas de as “sete artes” - literatura, teatro, pintura, escultura, música, arquitetura, e cinema. Contudo, no final dos anos 80 e início dos anos 90, no Brasil e no mundo, outros assuntos começaram a ser incorporados nos campos direcionados às artes, tais como moda, gastronomia, *design*, folclores e outros.



Daniel Piza (2007, p. 8) considera que não existem hoje, jornalistas que desenvolvam trabalhos tão bons quanto aos dos grandes jornalistas do passado, e vê nos jovens recém-formados o interesse por esse tipo de jornalismo especializado, trazendo esperança de torná-lo novamente inteligente, rico e influente.

Histórico do jornalismo cultural no mundo

Em 1711, o jornalismo cultural mundial é instituído pelos ingleses Richard Steele (1672 – 1729) e Joseph Addison (1672 – 1719), com a revista chamada *The Spectator*. Posteriormente, fizeram outras publicações, como *The Guardian*. A novidade dessas revistas era o fato de conseguirem tornar a filosofia acessível à sociedade, para ser lida e debatida nas mesas dos cafés, clubes e casas.

Conseguiram este objetivo usando um tom de conversação espirituosa, culta sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível, cheia de frases charmosas e irônicas, perceptivelmente, trouxe a essência da crítica nas suas linhas. A revista *The Spectator* nasceu para o homem moderno da cidade, os burgueses, em um período de industrialização, no qual a preocupação estava dirigida pelas modas e novidades para o corpo e mente (PIZA, 2007, p.12).

Neste contexto, o jornalismo cultural se edifica dedicado à formação e avaliação de idéias, valores e artes, surgido após o renascimento, quando a imprensa já estava instalada e o humanismo invadira a Europa.

Os principais jornalistas culturais ingleses foram o irlandês Jonathan Swift, autor de *Viagens de Gulliver*, *Uma Proposta Modesta* e *A Batalha dos Livros*; o britânico Daniel Defoe, autor de *Robinson Crusóe* e *Review*; Samuel Johnson, autor de *The Rambler*; William Hazlitt e Charles Lamb, autores da revista *London Magazine* (PIZA, 2007, p.13).

Samuel Johnson foi o primeiro grande crítico cultural do mundo, seus trabalhos o fizeram o homem das letras mais lido e temido de seu tempo, é considerado pai de todos críticos americanos ou brasileiros. Depois dele William Hazlitt, foi precursor de sua geração.

Tamanha a importância do Jornalismo Cultural, que foram os panfletos e pasquins que ferveram as cidades francesas dando força a Revolução Francesa. Em meados do século XIX, o ensaísmo e crítica cultural se tornaram mais influentes e começaram a moldar a linguagem do jornalismo cultural.



Ainda segundo Piza, os maiores críticos de arte dessa época foram John Ruskin, Marcel Proust, Denis Diderot, Charles Baudelaire, G. E. Lessing, Henrich Heine, com destaque para o maior deles: Sainte-Beuve. As críticas de Sainte-Beuve estabeleceram um padrão para o jornalismo cultural, depois dele a profissão ganhou status. O crítico podia desenvolver sua carreira como articulista, independente de academias, a função já bastava.

Nos Estados Unidos, século XIX, destaca-se Edgar Allan Poe. Na segunda metade do século, os críticos americanos se multiplicavam na mesma proporção que sua cultura se solidificava, principalmente pelos trabalhos de Henry James, autor de *A arte da ficção*.

Até a virada do século XX o jornalismo cultural era composto por escasso noticiário, muito articulismo político e debate sobre livros e artes. Com o francês George Bernard Shaw, percebe-se uma mudança no estilo da crítica nos periódicos, solidificando um novo modelo de jornalismo cultural, que propunha ao crítico cultural lidar também com as idéias e realidades, não somente com as formas e fantasias.

O autor destaca que a modernização da sociedade fez com que o jornalismo a acompanhasse em todos os seus aspectos. Passou a dar mais importância à reportagem, ao relato dos fatos, os repórteres de política e polícia ganharam mais importância nas redações e o jornalismo cultural também passou a usar dessas estratégias (reportagem e entrevista), além de exercitar uma crítica de arte mais breve e participante.

Mesmo com o advento dessas ferramentas jornalísticas, a crítica continua a espinha dorsal do jornalismo cultural, chegando na metade do século XX, a ocupar mais espaço na “grande imprensa”. Ela ganhou poder por ser rápida e provocativa, escrita por grandes e respeitados literários e críticos, considerados possuidores de *know-how* para falar de cultura.

Além da grande imprensa, o jornalismo cultural também se expande por meio de livros e da Internet. Porém, em meados do século XXI, em todos os países, vê-se a mesma constante: uma crise – o jornalismo cultural não é mais o mesmo:

(...) revistas culturais e ou intelectuais já não tem a mesma influência que tinham antes; críticos parecem definir cada vez menos o sucesso ou fracasso de uma obra ou evento; há na grande imprensa um forte domínio de assuntos como celebridades e um rebaixamento geral dos critérios de avaliação dos produtos. O jornalismo cultural anda se sentindo pequeno demais diante do gigantismo dos empreendimentos e dos “fenômenos de audiência”. As publicações se concentram mais



e mais em repercutir o provável sucesso de massa de um lançamento e deixarem para o canto as tentativas de resistência – ou então as converteram também em “atrações” com ibope menos, mas seguro. (PIZA, 2007, p. 31)

Jornalismo cultural no Brasil

No caso brasileiro, Daniel Piza destaca que o jornalismo cultural só ganhou forças no final do século XIX, com Machado de Assis, que iniciou sua carreira como crítico de teatro e polemista literário. Outro nome de destaque foi Erico Veríssimo. Devido às dificuldades de se viver de literatura no Brasil, os escritores também buscavam rendas pelo jornalismo e crítica, nesse momento quem se destacou foi Lima Barreto e Mario de Andrade, grandes críticos e ensaístas.

A criação da revista *O Cruzeiro*, em 1928, uma publicação do movimento de vanguarda moderno foi o marco do Jornalismo Cultural em nosso país. Essa revista lançou o conceito de reportagem investigativa e contribuiu enormemente para a cultura brasileira revelando importantes autores. Sua importância se deve ao fato de ter tido a capacidade de falar a todos os tipos de públicos de forma clara e acessível.

A crítica nos jornais brasileiros teve seu ápice entre 1940 e 1960. Os críticos mais importantes dessa época foram Álvaro Lins e Otto Maria. Lins era impressionista, envolvia os leitores nas idéias com escrita ágil e direta, ambos combinavam o jornalismo com enciclopedismo, aliando visões políticas sensatas e apurado estilo ensaístico. A crônica neste momento também foi muito importante (PIZA, 2007, p. 34).

O austríaco Carpeaux, vindo para o Brasil em 1939, foi o mestre em ensaios curtos e resenhas ensaísticas, iniciava o leitor no conhecimento da obra e discutia com originalidade e profundidade. Nas décadas de 40 e 50, Sergio Buarque de Holanda, Augusto Meyer, Brito Broca e Francklin de Oliveira atuavam fortemente no cenário nacional.

Em 1956, há a criação do *caderno B* e do *Suplemento Literário de O estado de São Paulo*. Com edição de Reynaldo Jardim e diagramação de Amílcar de Castro, se tornam o precursor do moderno jornalismo cultural brasileiro. Paulo Francis, jornalista cultural desde 1957, rompedor dos eufemismos e cubismos da crítica, em 1969 lança o tablóide semanário *O Pasquin*, um misto de humor, política e cultura. Juntamente com ele, Millor Fernandes, Jaguar, Ziraldo e Sergio Augusto mudaram a história do



jornalismo brasileiro ao modernizarem a linguagem – trabalhando-a de maneira mais coloquial e personalista.

Infelizmente, a ditadura militar interrompeu esse momento e somente em 1980, a Folha de São Paulo volta a consolidar os cadernos culturais diários *A ilustrada* e o *caderno 2*.

Nesse momento, as reportagens são usadas largamente para chamar a atenção do leitor. Seu auge foi no final dos anos 80, com Wagner Carelli, Zuza Homem de Mello e Enio Squeff. Nos anos 90, elas não falavam mais somente das sete artes (literatura, teatro, pintura, escultura, música, arquitetura, e cinema), mas também, passaram a incorporar aos cadernos assuntos ligados à moda, gastronomia, folclore e *design*.

Destacam-se como profissionais do jornalismo cultural atuais Oscar Araripe, Arnaldo Bloch, Regina Zappa, Jamari França, Ana Maria Bahiana, Bianca Ramoneda, Marcelo Tas, Ricardo Feltrin, Ana Paula Sousa, Luiz Carlos Merten e Gisele Kato.

Jornalismo cultural na contemporaneidade

Hoje o debate sobre as características do jornalismo cultural versa sobre várias dicotomias e paradigmas. Como bem define o frankfurtiano Walter Benjamim, antes de entender o que acontece com o jornalismo cultural, é preciso debater o jornalismo frente aos meios de comunicação de massa e a indústria cultural na era da reprodutibilidade técnica (PIZA, 2007, p. 44).

O jornalismo deixou-se envolver pelas teias do capitalismo, participando ativamente do aumento de acesso a produtos culturais, em sua maioria, sem prática e utilidade imediatas, embutidos em preconceitos ideológicos, sem um mínimo de parcialidade política. Sendo assim, Daniel Piza (2007) afirma que hoje, o jornalismo cultural não tem cumprido sua função de filtrar, fornecer elementos e argumentos para a formação de opiniões e o fortalecimento de senso crítico e avaliador.

Ele explica essa realidade baseado na constatação da falta de capacidade seletiva e poder de influência por parte da mídia e, conseqüentemente, de seus jornalistas. Outros fatores relacionados ao público e à sociedade também favorecem grandemente para esse “empobrecimento” do jornalismo cultural:

- O elitismo e o populismo – trazem a idéia de que somente os ricos têm o refinamento necessário para entender a arte, em detrimento do pobre, que em contrapartida se aceita nessa posição de desabilitado, não digno de falar daquilo



que lhes é apresentado como algo superior. Esses pólos demonstram o total preconceito de ambas as partes. É nessa situação que o veículo de comunicação deve lembrar de seu papel de facilitador e caráter social, escrevendo de maneira direcionada a fim de atingir seu público alvo, trabalhando a linguagem.

- Os equívocos – ele enumera dois: O primeiro é a determinação daquilo que é bom ou não, sem modismos e outras influências; o segundo é supor que não existem várias modalidades de sucesso, de “cultura”, com a seleção e apresentação de uma “verdade”, diante da pluralidade humana, sociedade de seres racionais.
- Nesse sentido, vê-se que o critério de seleção é feito em motivos não artísticos, como o gênero. Ele afirma que qualquer forma de classificação prévia é complicada, ainda mais se baseada na submissão ao cronograma de eventos.
- Variedade e erudições: A superficialidade dos cadernos diários cresce a cada dia, com entrevistas banais, destacando o colunismo social, grande espaço para reportagens que apresentam eventos e pessoas. O erudito é visto com preconceito, como algo não aceitável pelos leitores, por isso não vendável. Na verdade, o que acontece é que os veículos de comunicação não sabem apresentar os ricos conteúdos com linguagem simplificada e direta. Preferem se omitir a ter o trabalho de se aprofundar para trazer a tona para o leitor. O pior nesse processo é a subestimação do cidadão brasileiro, sempre considerado incapaz de entender.
- O Nacional e o internacional: neste caso, há presença desvalorização do que é nosso, ligado ao pré conceito que o que é de fora é melhor, nos remetendo sempre, a uma situação de colonizados.
- Os segundos estão entre os primeiros: domínio e repercussão dos nomes e assuntos que já são bem sucedidos, falta de originalidade e qualidade nos textos da crítica, tanto ao falar do que já existe, quanto do que está emergindo.

Enfim, no momento, os espaços reservados à prática do jornalismo cultural são os cadernos diários, geralmente encartados junto ao caderno principal — é o caso do *Jornal do Brasil (Caderno B)*, da *Folha de S.Paulo (Folha Ilustrada)*, de *O Estado de São Paulo (Caderno 2)* e de *O Globo (Segundo Caderno)*. Outros publicam um caderno semanal, como os diários econômicos *Gazeta Mercantil*, *Valor Econômico* e o *Jornal do Commercio*.



Ressaltando a atual superficialidade, futilidade e leviandade a ele ligada, a maior parte de suas fontes são as pessoas e fatos, não as produções, como deveria ser. As publicações culturais, para cumprirem seu papel de formação de opinião nunca devem entregar uma idéia final pronta e acabada, mas sim, devem conceder a capacidade de reflexão, partindo do pressuposto que não há intelectualidade sem um mínimo de esforço e disciplina. Não falar a respeito de eventos e pessoas, mas tratar de temas de entretenimento com sutileza sem elitismo ou favorecimento particular, bem como, relevar o erudito com clareza, sem populismo. Como bem diz Octávio Paz: “Ser culto é pertencer a todos os tempos e lugar”; “Cultura é expandir horizontes, o jornalismo cultural deve nutrir disso”. (PAZ *apud* PIZA, 2007, p. 61).

Linguagem

É difícil pensar ou analisar o jornalismo cultural hoje, quando nos remetemos ao material produzido há alguns anos ou algumas décadas. Isso ocorre porque tudo mudou. Atualmente, “cultura” virou sinônimo de lucro, o que antes era feito para o crescimento pessoal, intelectual e social, hoje se tornou mercadoria. Cabe ressaltar que estamos falando em produções de forma geral, ainda existem boas produções, mas são cada vez mais raras.

É nesse contexto que o atual jornalismo cultural analisa e apresenta aos leitores a produção cultural, que, convenhamos, por diversas vezes não o faz corretamente, mas sim, apenas descreve e superficialmente análise um “produto” que está a venda. Esse tipo de estratégia até pode acontecer, mas não pode ser colocada ou confundida com a verdadeira análise crítica da produção cultural, já que suas diferenças são bem definidas. Enquanto uma quer vender a outra quer informar e proporcionar um verdadeiro debate de idéias acerca da obra analisada.

O texto crítico deve ter todas as características de um bom texto jornalístico: clareza, coerência e agilidade. Segundo deve informar ao leitor o que é a obra ou o tema em debate, resumindo sua história, suas linhas gerais, quem é o autor etc. Terceiro, deve analisar a obra de modo sintético mas sutil, esclarecendo o peso relativos de defeitos e qualidades, evitando o tom de “balanço contábil” ou a mera atribuição de adjetivos. (PIZA, 2007, p. 70)



Segundo PIZA (2007, p. 71) existem algumas formas já identificadas de análise crítica. Uma delas é a “impressionista”, na qual o autor descreve suas primeiras impressões da obra. Outro tipo é a “estruturalista”, na qual o escritor foca sua análise sobre a linguagem e as transformações sofridas por aquela arte ao longo do tempo. Temos ainda, o jornalista que prefere se ater no autor, seus modos, temas e recepção. Por último, há o que prefere discutir o tema levantado, são textos de cunho mais sociológico.

Na verdade, o texto crítico não deve ser dividido nos tópicos mencionados acima, mas sim, em uma combinação de todas essas formas citadas, proporcionando ao leitor um texto reflexivo e atrativo. O autor pode utilizar ainda da intertextualidade para situar seu leitor, fazendo com que ele pense em coisas que ainda não tinha pensado.

Mas uma função básica da crítica é, sim, julgar no sentido de fazer uma opção pessoal, de qualificar uma obra em escala (de péssima a excelente), e o leitor que concorde ou discorde. Cabe ao crítico, primeiro, tentar compreender a obra, colocar-se no lugar do outro, suspender seus preceitos para então sedimentar as idéias e, mesmo que exprimindo dúvidas, chegar a uma avaliação. (PIZA, 2007, p. 78)

O artigo crítico deve ser o mais completo possível, o escritor não deve julgar de forma “gostei” ou “não gostei”, é necessário uma investigação minuciosa da obra, verificando a linguagem utilizada, seu contexto dentro da história e da atualidade. Segundo o mesmo autor ainda, o verdadeiro crítico deve deixar de lado se ele gostou ou não da obra, em seu texto deve conter fundamentos que comprovem o que ele fala a respeito dela.

Público receptor

Não há uma delimitação do público do jornalismo cultural definida. Afinal, a cultura vem de todos e é para todos, ela é intrínseca e construída no cotidiano das pessoas. Dependendo do veículo e da linguagem utilizada, pode atingir vários gêneros, gostos e idades. No entanto, percebe-se uma certa inclinação para pessoas mais intelectualizadas e multiplicadoras de opinião. Como o jornalismo cultural abrange vários assuntos, por vezes, sempre uma boa pauta interessará a alguém.



Mercado editorial

O setor do mercado editorial na área do Jornalismo Cultural viveu momentos de prestígio no final dos anos 70, porém, ao passar dos anos, revistas e jornais abriram espaço para fofocas, comentários de novelas e os esperados horóscopos. Hoje o que restou de impresso, são algumas revistas e alguns jornais que ainda conservam e reconhecem o Jornalismo Cultural como uma especificação de fundamental importância para difusão da cultura.

Em Mato Grosso do Sul, existem cerca de 20 jornais impressos registrados, porém nenhum se dirige aos leitores com conteúdos jornalisticamente culturais. O que diagnosticamos foram alguns conteúdos relacionados à cultura em seus cadernos e editoriais. Em pesquisas realizadas na internet, foram encontrados 142 sites também em Mato Grosso do Sul, surpreendentemente, nenhum de caráter cultural, apenas em seus editoriais, mas nada jornalístico. A pesquisa mostrou também as 10 revistas mais conhecidas relacionadas à arte e cultura em todo Brasil e 68 sites relacionados à cultura e arte, contudo, mais uma vez, nem todas mostram em seu conteúdo algo dentro do proposto na essência do jornalismo cultural.

As revistas encontradas, intituladas como culturais e mais lidas, foram: 1º Revista Almanaque Brasil, 2º Revista Bravo, 3º Horizonte Geográfico, 4º Revista Latinarte Magazine, 5º Revista Marketing Cultural, 6º Revista Brasil, 7º Revista Cult, 8º Revista E, 9º Revista Item, 10º Revista Tópico.

Uma das grandes dificuldades dos impressos em geral, no que se refere à cultura, é o recurso financeiro para sua manutenção, daí a justificativa de muitas deles não suportarem as crises e ficarem apenas um ou dois anos no mercado, como é o caso da revista Baiana, *Iararana*.

Um dos causadores dessa decadência do mercado editorial cultural, como já falado, é o fato de os cadernos e seções de cultura de jornais e revistas dedicarem-se a criticar burocraticamente filmes, espetáculos e cd's, divulgarem grandes eventos supostamente culturais e criarem pautas baseadas em *releases* de assessorias de imprensa. O espaço para análise e reflexão é cada vez menor, a atenção dada pelos grandes veículos aos seus anunciantes e parceiros podam a independência e a imparcialidade do que se publica.

Uma das questões que tem sido tema de grande debate na atualidade é a permanência ou não do mercado editorial impresso no Jornalismo Cultural, devido aos



avanços e velocidade da mídia *on-line*. Os *blogs* criados por profissionais e/ou jornalistas respondem inicialmente essa questão. A manutenção de um veículo *on-line* é bem mais barata e abrangente que a de um veículo impresso. Está aí um dos fatores potencializadores do fracasso e pouco tempo de permanência dos veículos culturais impressos no mercado.

Para se adequarem a essa nova realidade de mercado, os grandes jornais do mundo estão unindo as redações de conteúdos impressos e *on-line*. Assim, conseguem continuar a atingir o público que, atraído pela velocidade das informações pela Internet, migram para o espaço virtual.

Por fim, uma comparação importante feita pelo engenheiro de computação Julio Daio Borges, em entrevista ao Jornalista André Fonseca sobre jornalismo cultural, divulgada no site www.digestivocultural.com.br, em 20/02/2006, chama a atenção:

(...) Lançar um jornal ou uma revista hoje é como lançar uma gravadora – nos velhos moldes – em plena época do MP3, do iPod, do iTunes... E nem é apenas um problema de suporte, é também um problema de mentalidade. Imagine o que é, para um jornalista que sempre viveu de escrever (de vender o que escrevia), entrar na internet e ter de, por exemplo, ‘blogar’ (de graça)? Ou então estar à mercê de ser contestado a toda hora por qualquer comentário mais atrevido, e-mail ou o que for? Os velhos jornalistas que mais resistirem são os que mais vão sofrer na adaptação.

Salientamos a participação da televisão que tem seus programas culturais e respeitadamente de cunho jornalísticos, como a TV Cultura e a TV Escola, mas, ambas estão ligadas ao governo e mantidas pelo mesmo com apoio de fundações, como a Petrobrás, Bancos e outras instituições.

Ensino de jornalismo cultural no MS – dados e importância

Em contrapartida ao número de veículos de comunicação registrados no estado, pesquisadas as instituições de ensino superior, verifica-se que apenas cinco oferecem o curso de graduação em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, sendo elas: a Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal (Uniderp), a Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), a Universidade Estácio de Sá e o Centro Universitário da Grande Dourados (Unigran). Na grade curricular dos cinco cursos não há uma cadeira



para a habilitação de jornalismo cultural, apenas disciplinas voltadas às várias especializações do jornalismo em geral.

Por outro lado, é notório o crescimento das áreas da Comunicação Social no mundo contemporâneo marcado pela globalização, pelos avanços das tecnologias e pela concorrência cada vez mais acirrada. O Jornalismo atual não é exceção a esta regra. A expansão do mercado jornalístico e as novas condições de concorrência exigem profissionais aptos a atuarem com segurança e com conhecimentos específicos da área em que atuam.

Tem-se convencionado como Jornalismo Cultural uma especialização que nasce das necessidades da imprensa em atender a um público segmentado e de tratar de temas com maior profundidade, assim como acontecem nas demais seções do jornalismo, como política, economia, esportes e outras.

É com essa necessidade de uma especialização cada vez maior e da falta de materiais voltados ao jornalismo cultural no MS, que nasce a importância da criação de uma cadeira de jornalismo cultural nas universidades do estado. Para que haja um entendimento de suas características, suas funções, como contextualizar uma “obra” com a realidade atual e ainda, como entender o lugar do jornalismo cultural nos processos contemporâneos de mediação social.

Tendo em vista que o Jornalismo cultural é o ramo do jornalismo que tem por missão informar e opinar sobre a produção e a circulação de bens culturais na sociedade. O ideal na disciplina Jornalismo Cultural é que se discuta também as peculiaridades editoriais e de linguagem de uma obra, com base em uma perspectiva histórica da atividade. Como afirma Riviera:

O melhor jornalismo cultural é aquele que reflete lealmente as problemáticas globais de uma época, satisfaz demandas sociais concretas e interpreta dinamicamente a criatividade potencial do homem na sociedade (tal como se expressa em campos tão variados como das artes, das idéias, das letras, das crenças, das técnicas etc.), apelando para ele. (RIVEIRA, 2003, p. 11)

Mato Grosso do Sul é muito rico em produções culturais, como exemplo, os escritores Manoel de Barros e Emmanuel Marinho, desta forma, se os profissionais souberem como trabalhar com esse material, é certo, que a cultura regional será mais valorizada e o jornalismo cultural ocupará o espaço merecido nos veículos de comunicação local.



Considerações finais

Diante do exposto acima, o caminho para nós acadêmicos sul-mato-grossenses não é continuar discutindo e espalhando as desgraças do jornalismo cultural contemporâneo, mas sim, lutar para que haja uma grade específica para ele e assim, reavivar sua importância e influência para a sociedade. Quem optar por esse ramo do jornalismo poderá tomar dois caminhos: ou entra no trem lotado dos acomodados e simplistas, que continuam e produzem conteúdo vazio sobre pessoas e eventos, para um público considerado não inteligente, muito menos interessado em assuntos que exijam um pouco mais de reflexão. Ou então, resolve se esforçar um pouco mais, usar das especificidades da linguagem de forma clara, acessível e coerente, e assim, persistir em conquistar esse espaço produzindo material jornalístico cultural de qualidade, crítico e influente.

O jornalismo cultural muitas vezes é comparado às necessidades secundárias do ser humano, ou seja, a pessoa precisa primeiro de alimento sólido (jornalismo político, econômico, policial, etc), e por último, se der tempo ou tiver pouco anunciante naquela edição, algo mais “*light*”, como o jornalismo cultural. Com conhecimento de causa dos novos profissionais, o jornalista cultural pode ser trabalhado para retomar o prestígio de outrora, não pela vaidade, mas porque sem conhecimento, reflexão, arte, leitura, escrita é impossível tornar a população mais pensante e menos alheia às decisões que regem seu cotidiano.

Referências bibliográficas

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2007.

<http://www.guiadejornais.com.br/jornais/matogrossodosul.htm>. Acessado em 02/06/2008, as 14h.

<http://www.jncultural.blogspot.com>. Acessado em 01/06/2008, as 20h.

<http://www.culturaemercado.com.br/post/o-verdadeiro-jornalismo-cultural/?setor=2&pid=329>. Acessado em 01/06/2008, as 20h.



<http://www.jornalismocultural.com.br>. Acessado em 08/06/2008, as 19h.

<http://www.guiademidia.com.br/sites/artesecultura.htm#>. Acessado em 09/06/2008, as 23h.

http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo_cultural. Acessado em 25/05/2008, as 23h.

<http://www.overmundo.com.br/overblog/papel-do-jornalismo-cultural>. Acessado em 25/06/2008, as 22h.

http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/entrevistas5_c.htm. Acessado em 26/05/2008, as 23h.

<http://www.jsfaro.pro.br>. Acessado em 04/06/2008, as 20h.

<http://www.textovivo.com.br>. Acessado em 04/06/2008, as 20h.

RIVERA, Jorge B. **El periodismo cultural**. 3. ed. Buenos Aires: Paidós, 2003.