



O Signo “Jornalismo Cultural”¹

Gilmar Adolfo HERMES²

RESUMO

Tomando como base as palestras e debates do I Congresso de Jornalismo Cultural, ocorrido em maio de 2009 em São Paulo, o texto desenvolve as significações do termo “jornalismo cultural”, em alguns de seus aspectos, relativos à cultura, ao jornalismo, seus ícones da produção editorial, à crítica e ao entretenimento, chamando atenção para a necessidade de uma definição que leve em conta a concepção etnológica de cultura.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo cultural; crítica; comunicação; semiótica.

O I Congresso de Jornalismo Cultural, promovido pela revista *Cult*, ocorreu entre os dias 4 e 8 de maio de 2009, no auditório do TUCA, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. O que estava em foco era o signo “Jornalismo Cultural”, produtor de semioses³ muito diversificadas, da mesma maneira como ocorre com o signo “Cultura”. Ao final do Congresso, muitos interpretantes produziram-se a partir do encontro entre o público, representantes de instituições culturais, jornalistas e críticos de diferentes áreas artísticas. Quando se assiste a um evento como esse, os signos produzem sentidos múltiplos.

Nota-se que a noção de “jornalismo cultural” pode ser problematizada ao se observar publicações disponíveis nas bancas, já que as semioses produzidas pelos signos editoriais colocam em questão as fronteiras do que seria jornalismo cultural e não-cultural.

Há jornalismo cultural no interior de publicações “não-culturais”, como a revista *Veja*, e dentro de propostas especificamente culturais, como são claramente os casos das

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação, email: ghermes@yahoo.com

³ Semiose é a ação do signo. Um signo decorre de uma relação triádica entre o representamen (o signo), o objeto e um interpretante, que vem a ser um novo signo numa determinada mente, que, por sua vez, estabelece também uma nova relação com o objeto de forma a gerar novos interpretantes, sendo assim um signo. Pressupõe-se que ação signíca tem uma continuidade na produção de novos interpretantes em relação ao objeto, mediados pelos representamens.



revistas *Bravo!* e *Cult.* Por que, no entanto, edições aparentemente de moda e comportamento, a exemplo das revistas *Key* e *Mag!*, por exemplo, não podem ser vistas como “culturais”?

A cultura, no sentido antropológico, na sua definição mais antiga e reconhecida, trata-se da “totalidade complexa que compreende os conhecimentos, as crenças, as artes, as leis, a moral, os costumes, e qualquer outra capacidade ou hábito adquirido pelo homem enquanto membro da sociedade” (TYLOR in WARNIER, 2000, p.11)

Em seu livro *A mundialização da cultura*, Jean-Pierre Warnier (2000) opta por uma definição etnológica de cultura, no lugar daquela que reduz a palavra “ao patrimônio e à criação artística e literária” (WARNIER, 2000, p.30), pois a primeira engloba o conjunto do que cada ser humano apreende enquanto integrante da sociedade.

“Confundir as indústrias da cultura com a cultura, é tomar a parte como o todo. É privilegiar a visão mediática dos países industrializados, menosprezando tudo que não é suficientemente espetacular para emergir na zona de captação da mídia e que constitui a substância das culturas do mundo.” (WARNIER, 2000, p.165.)

Essa compreensão pode ser útil para uma reflexão sobre como o “jornalismo cultural” tende a ter significância em nosso meio. Pode pôr em questão muitas definições presentes nas práticas jornalísticas, como também realçar qualificações que têm um sentido profundamente ético.

Normalmente se pensa a cultura no jornalismo como uma parte específica da cultura, onde ela estaria aprimorada, nas artes, na filosofia e nas ciências. Se o jornalismo é uma atividade comunicativa, no entanto, e tem como papel criar fluxos e trocas de informações entre diferentes campos da sociedade, deve relacionar essas atividades culturais privilegiadas com o contexto cultural geral onde se tenta estabelecer a comunicação.

Moda e comportamento são duas formas de fazer parte, estar integrado ou, ao menos, estar conectado a um sistema de hábitos e pensamento. De um lado, no meio jornalístico, as revistas *Mag!* e *Key* seriam aceitas como culturais, provavelmente, se os aspectos artísticos das duas revistas fossem realçados. Por outro lado, a qualificação como entretenimento e o valor mercantil da indústria cultural se aproxima do caráter consumista que a moda apresenta.

Na distinção da cultura como arte, há um pouco das raízes históricas do jornalismo cultural no Brasil, considerando as suas relações especialmente com o campo da literatura.



O I Congresso de Jornalismo Cultural começou com referências de instituições públicas da área cultural, enfatizou a participação de artistas e jornalistas, e, por fim, encerrou com a problematização do ensino do jornalismo cultural. Aqui são apontadas e associadas textualmente algumas idéias apresentadas no decorrer do Congresso, sem corresponder necessariamente à ordenação das palestras e a sua sucessão temporal. Foram apontadas as idéias que se aproximam de uma definição fundamental do Jornalismo Cultural. De acordo com as apresentações, tratou-se da cultura em si, de sua inserção dentro das lógicas de produção jornalística, sua problematização com relação à internet, os veículos que são tratados como símbolos ou ícones dessa especialidade, a compreensão do jornalismo cultural como texto jornalístico opinativo e crítico e o caráter de entretenimento como uma contradição dessa área.

Na definição de Charles Sanders Peirce, um signo é algo que está para alguma coisa sob algum aspecto. Essa “coisa” podem ser outros signos, especialmente se levarmos em conta que temos contato com a maioria dos objetos sobre os quais pensamos e falamos, através de signos, e não uma vivência direta deles. Dessa forma, para nós aproximar do objeto dinâmico⁴ “jornalismo cultural”, é necessário evocar outros signos como **cultura, jornalismo, símbolos do jornalismo cultural, crítica, arte, entretenimento, conhecimento, forma de expressão**, etc.

Numa das perspectivas mais comuns, o signo “Jornalismo Cultural” trata-se de um **símbolo**, um tipo de signo que está para uma idéia geral complexa, apreensível através das convenções que se criaram em torno dele. Mesmo assim, pode ser direcionado a vários sentidos, contendo em si vários objetos imediatos, de acordo com as possíveis angulações.

O objeto dinâmico do “jornalismo cultural” é apreensível, como ocorre em muitas práticas jornalísticas, no conjunto de ações que ocorrem em seu nome, réplicas desse símbolo, nas relações estabelecidas dessa forma entre leitores, jornalistas, produtores culturais ou qualquer outro agente cultural. Dessa maneira, seus objetos imediatos são as diferentes manifestações desses relacionamentos que constituem as diferentes atualizações do jornalismo cultural.

⁴ Nas ações dos signos, há dois tipos de objetos. Chama-se de objeto dinâmico quando se trata do “ser” presente na realidade exterior ao signo, o qual tentamos conhecer, compreender, relacionar, etc, através do signo, mas não temos acesso direto. O objeto vai ser chamado de imediato, de acordo com a forma como aparecer internamente no signo, já que o representamen intermedia o objeto sob algum aspecto, que pode aparecer através de semelhanças (ícone/primeiridade), vínculos físicos (índice/secundidade) ou conceitos (símbolos/terceiridade).



Independente das revistas *Key* e *Mag!* serem propostas ou não por seus criadores como “jornalismo cultural”, o leitor pode circunscrevê-las dentro daquilo que entende como jornalismo cultural, inclusive levando em conta como esse signo se apresenta, considerando os diferentes objetos imediatos.

A **cultura** pode ser tomada como um campo de distinção. Fala-se em “cultos” e “não-cultos”, ou então bárbaros. Como comentou o filósofo Franklin Leopoldo e Silva, durante o Congresso, o nome “bárbaro” surgiu entre os gregos para designar aqueles fora do seu âmbito cultural. Dessa maneira, a cultura é uma forma de integração de acordo com os valores próprios de uma sociedade e suas relações de poder. Para os romanos, bárbaros eram aqueles que viviam além das fronteiras do Império, os que não compartilhavam da “romanidade”.

Circunscrita nos valores das civilizações, a **cultura** afirmou a “razão” como emancipatória, mas, ao longo da história, essa mesma cultura, especialmente depois da industrialização, serviu para o controle técnico dos indivíduos.⁵ Leopoldo e Silva sublinhou que o racionalismo levou à violência e à indiferença moral, e a barbárie encontrou-se no seio da razão moderna, para atingir objetivos políticos e econômicos.

Dessa maneira, compreende-se a cultura como algo muito dinâmico e que ganha sentido nas formas de integração social, entre momentos efêmeros de emancipação humana. O ser humano lutou contra a sua fragilidade diante da natureza, mas deparou-se com ele próprio como uma forma de opressão. Dentro do seio da cultura, há sempre valores que permitem que ela se configure e, ao mesmo tempo, deveriam garantir que os indivíduos se realizem da forma mais plena nesse contexto, que se faz a partir das relações entre eles.

Há com certeza, um sentido ético quando se busca definir o jornalismo cultural como aquele que trata do melhor em termos de cultura, que seria justamente o que garante a configuração de uma sociedade integrada e permite a realização plena dos seus indivíduos. O fato de que a “responsabilidade” é um conceito ético foi destacado pela filósofa Marcia Tiburi. Quando se trata de opinar, é necessário “expressar a sua opinião com respeito à expressão alheia”. Conforme a palestrante, o Jornalismo Cultural é um lugar de posição e escolha e pode ser autoritário quando se decide o gosto do público.

⁵ Por trás dessa afirmação, está o legado da Escola de Frankfurt, especialmente a obra de Adorno e Horkheimer (1985).



Marcia Tiburi mencionou que a **cultura** é tratada como se fosse um “objeto” ou “particularidade” que “nos faz sentir especiais diante da natureza”. O ser humano inventa a si mesmo e quando a cultura parece ameaçada é o próprio ser humano que parece estar às vésperas da destruição. Hoje estamos mergulhados na indústria cultural e sua lógica. A filósofa sublinhou que isso nos ameaça a sermos robôs e tratados sem sentimento, mas, queiramos ou não, estamos dentro dela. A consciência crítica seria uma luz no fim do túnel.

Para se falar em “Jornalismo Cultural”, é preciso situá-lo entre as práticas do **jornalismo**. O diretor-adjunto de redação do jornal espanhol *El País*, Juan Cruz, definiu que “jornalistas são gente que nos dizem o que se passa com nós”. É preciso “respeito pelo que se passa com as pessoas”, “respeito pelos fatos”. A “seriedade dos jornalistas corresponde à verificação”. De certa forma, o jornalismo sempre é cultural, pois “informação sempre é cultura” e o jornais fazem perguntas sobre o que se conhece.

Um erro grave, segundo Juan, é os jornalistas deixarem de verificar os fatos e falarem sobre o que julgam oportuno. “O **jornalismo** de qualidade é caro”, disse. A “imprensa grátis pela internet não tem financiamento” e estaria levando a uma crise na leitura de jornais na Espanha, lembrando também os problemas econômicos do jornal estadunidense *New York Times* no final de 2008. Dessa forma, o próprio jornalismo como atividade cultural estaria em crise hoje.

O editor-executivo da revista *Veja*, Carlos Graieb, ao comentar as relações das redações jornalísticas com o meio universitário, disse que “a imprensa vive essencialmente de apurar fatos e não de interpretá-los” e há um “cuidado enorme para que esses fatos cheguem ao leitor de maneira confiável”, ao contrário do meio acadêmico que trabalha mais na reflexão dos temas.

O filósofo Vladimir Safatle pensa que a maior questão do **jornalismo** é o agendamento, os processos de seleção dos fatos que não são apresentados de forma transparente pelos meios. O professor da ECA-USP e da ESPM, Clóvis Barros Filho, acrescentou em outra palestra que a metáfora do espelho ainda é muito recorrente no meio jornalístico e coincide com a maneira como a notícia é vendida. Lembrou do slogan muito conhecido: “Aconteceu, virou manchete.”

Barros Filho criticou a teoria do espelho e disse que “o jornal é um mundo possível em detrimento de outros”, “um entre outros modos de atribuir valor a uma realidade”, “sempre resultado de uma certa relação de forças”. Há uma responsabilidade moral em ter agido sobre a realidade de uma maneira, enquanto se poderia fazer



diferente. O **jornalismo** não deveria ser entendido subjetivamente, mas socialmente, como “um espaço onde se joga um jogo”. O jornalismo cultural poderia ser outra construção de uma agenda, com a discussão de outros temas, obras ou manifestações. Ao introduzi-las no espaço público, o meio atribui valor a uma determinada cultura, desvirtuando outras produções por critérios jornalísticos. Dessa forma, é uma instância autorizada de consagração de alguns em detrimento de muitos outros, tendo relações privilegiadas com os agentes culturais.

Hoje o jornalismo opinativo, muito presente nos cadernos de cultura, entrou em uma fase inédita pelas novas circunstâncias criadas pela internet. O diretor-presidente da Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, Hubert Alquéres, destacou que nunca houve um espaço tão democrático como a internet, com respeito à diversidade. Para o escritor Cristovão Tezza, houve uma “mudança brutal da circulação da palavra escrita” com a rede de computadores. Enquanto os anos 70 e 80 foram marcados pela oralidade da TV, a internet teria obrigado todos a escrever.

Textos opinativos se multiplicam na internet. Ao lado de fenômenos muito importantes como as mídias sociais ou o jornalismo cidadão, o jornalismo visto como uma forma de expressão subjetiva é exercido por um número crescente de autores na rede de computadores. O jornalismo cultural também é marcado pela idéia do texto crítico e, nesse aspecto, é tensionado pelas mídias on-line.

Para o crítico literário da revista *Veja*, Jerônimo Teixeira, no entanto, é ilusão achar que blogsfera vai surgir uma **crítica** consistente. Enquanto os jornais estão em crise por não encontrarem maneiras de ganhar dinheiro pela internet, os autores dos blogs escrevem para pessoas do seu próprio círculo nos sites de literatura, sem o profissionalismo que caracteriza as práticas jornalísticas.

Sérgio Martins, crítico de música da *Veja*, concorda com seu colega ao dizer que formou-se uma geração de críticos sem referência histórica e sem critérios nos blogs, embora possam se encontrar bons textos entre eles. Condena, de qualquer maneira, as abordagens que se baseiam apenas em pesquisas nas ferramentas de busca na internet, e, dessa forma, apresentam uma argumentação falha, sem uma referência mais direta aos produtos e agentes culturais levados em conta.

Chamando atenção para cadernos de cultura como o *Mais*, que abordam diferentes áreas das ciências, Hubert Alquéres afirmou que “nós não entendemos esse mundo em que nós vivemos, por isso, o jornalismo cultural é útil”. Nesse aspecto o jornalismo cultural se aproxima do jornalismo científico e isso levaria a questionar por



que certas ciências tendem a ser vistas como “culturais” e outras “não”. Por ter como matéria de estudo o pensamento, a Filosofia tende a ser privilegiada nesse julgamento.

O diretor do Centro Cultural São Paulo e professor da ECA-USP, Martin Grossman, evocou o lugar de mediador ocupado pelo jornalismo cultural. Haveria um desconforto em relação à situação onde hoje estamos imersos, considerando a responsabilidade crítica do jornalismo cultural.

Carlos Graieb acredita que o “jornalismo cultural” é pensado muito em termos nostálgicos, tendo como referência o *Suplemento Literário* do jornal *O Estado de São Paulo*, editado por Antonio Candido, que dava liberdade aos acadêmicos ligados à Universidade de São Paulo (USP). Dessa forma, evocou uma das publicações que funcionam como **símbolos do jornalismo cultural**, já que se convencionou essa prática assim, embora, na sua opinião, esteja ainda muito ligada ao linguajar do meio erudito. “A academia não consegue se libertar do seu jargão, escrever para a imprensa deve ser a tarefa de um intelectual público, o acadêmico não consegue ser tradutor de si próprio.”

De acordo com o atual editor do caderno *Mais*, Marcos Flamínio, o *Suplemento Literário* surgiu em 1956 e foi o ponto de expansão e popularização do saber da USP, numa época em que o principal meio de comunicação de massa era o rádio. Havia uma faixa de leitores muito clara para o *Suplemento*. A filósofa Olgária Mattos lembrou que a coleção *Os Pensadores* foi lançada pela Editora Abril na década de 1970, no mesmo esforço de democratização da cultura, oferecendo ao público os textos fundamentais da Filosofia.

Além do *Suplemento Literário*, do Estadão, outros ícones ou **símbolos do jornalismo cultural** citados nos debates são as revistas *Piauí*, *Cult*, *Bravo* e o encarte dominical *Mais da Folha*, entre outros. Também foram citados nomes de críticos que escreveram páginas exemplares do Jornalismo Cultural, a exemplo de Antonio Candido, Wilson Martins (Literatura), Bárbara Heliodora, Sábado Magaldi, Ian Michalsky (Teatro), Walter Zanini e Mário Pedrosa (Artes Plásticas).

O palestrante e editor do *Segundo Caderno* do jornal *O Globo*, Artur Xexéo, comemora 33 anos de jornalismo cultural, e lembrou do momento de criação do *Caderno B*, do *Jornal do Brasil*, onde começou a trabalhar em 1975. Até os anos 50, o *JB* oferecia basicamente anúncios classificados, que ocupavam toda a primeira página. Com a reforma gráfica e editorial, foi criado o Caderno C, para onde foram destinados os classificados. O Caderno A trazia as notícias quentes dos assuntos considerados imprescindíveis, e o Caderno B apresentava o resto, em que estava o jornalismo

cultural. Passou a se caracterizar pelo texto diferenciado, a maneira diversificada de contar as histórias, com aprofundamento de algumas notícias. Nesse aspecto há uma proximidade muito grande com a categoria do jornalismo interpretativo ou de revista, que é uma das marcas de como se entende o jornalismo cultural no Brasil, inclusive pelas relações que se pode observar com o campo da produção literária ao longo do tempo.⁶

A diagramação era ousada, as fotos tinham maior espaço e as regras de “lead” deixavam de ser lei. Também oferecia assuntos de interesse feminino, trazendo até moldes para a confecção de roupas da moda. “Com o tempo, isso se espalhou para outras editorias... essa maneira prazerosa de contar uma história se espalhou para todo o jornal”, comentou. Ao poucos, o jornal criou outros cadernos, sejam suplementos de livros, de TV ou de programação. “A gente acabou ficando cada vez com menos coisas para cobrir”, reclama Xexéo.

O ex-editor do caderno *Ilustrada* do jornal *Folha de São Paulo*, Marcos Augusto Gonçalves, lançou recentemente *Pós-tudo: 50 anos de cultura na Ilustrada* (2008), contando a história de outro ícone do jornalismo cultural brasileiro. Ao lado de Artur Xexéo na mesa, ele reverenciou o *Caderno B* do *Jornal do Brasil* como o grande experimento da imprensa brasileira na década de 1960.

O caderno *Ilustrada*, que lembra o nome das revistas brasileiras do século XIX, *Revista Ilustrada* e *Semana Ilustrada*, surgiu em 1958 como um caderno de variedades, com um universo muito díspare. Era, ironicamente, o “caderno da irrelevância”, com artigos científicos sobre saúde, roteiro de cinema e comentários sobre espetáculos. Apresentava ainda uma parte voltada para o público feminino, que passou a ser visto não só como leitor, mas como consumidor, inclusive de produtos voltados para a beleza.

Durante a implantação da *Ilustrada*, nos anos 1960/1970, de acordo com Gonçalves, a cultura brasileira viveu grande momento de criatividade e de integração com a cultura internacional. Isso, porém, ocorreu paralelo à ditadura militar, para a qual houve uma reação muito politizada, responsável pela imagem de um jornalismo cultural engajado. O editor notou que o preconceito com o entretenimento surgiu nesse período,

⁶ Daniel Piza (2003), em seu livro *Jornalismo Cultural*, além de mostrar os vínculos que existem historicamente entre jornalismo e literatura, cita, nessa especificidade da imprensa, vários autores ligados às categorias do jornalismo interpretativo e opinativo. Demonstra, assim, que há uma tendência em considerar nessa área o texto jornalístico que se aproxima do literário na sua própria constituição, a exemplo do que ocorreu com o Novo Jornalismo.



o que hoje não existiria mais. “Há uma nova abrangência, reelaborando aquele universo caótico de origem”, observou.

O ensaísta e escritor Francisco Bosco afirmou que achava que “*cultura era arte*”. Isso faz sentido já que boa parte do que conhecemos como jornalismo cultural são publicações falando sobre arte, embora a cultura tenha um caráter mais amplo, sendo um conjunto de hábitos, práticas e maneiras de pensar de uma determinada sociedade.

Para a crítica de teatro do jornal *O Estado de S. Paulo*, Beth Néspoli, o jornalismo cultural é aquele que fala de alguma **forma de expressão** da cultura, que são justamente as artes. Ela enfatizou o caráter reflexivo dessas manifestações e sua relação com o contexto cultural, pois, segundo Beth, elas devem ter como ponto de partida “o desejo de pensar o mundo” de que fazem parte. Em sua exposição, evidenciou que essa atividade jornalística não pode ser tratada unicamente como crítica, pois se considera uma “repórter da cultura”, que faz críticas de vez em quando.

Já para a professora e diretora teatral, Cibele Forjaz, esse tipo de jornalismo tem a responsabilidade de construção do imaginário dos palcos. “Quantas pessoas sabem dos teatros só através dos jornais?”, pergunta.

O “Jornalismo Cultural”, nessa relação com o campo das artes, confunde-se com a noção de “**crítica**”. Para analisar a prática do jornalismo cultural no Brasil, desse ponto de vista, Francisco Bosco evocou o conceito de “homem cordial”, descrito por Sérgio Buarque de Holanda como a afabilidade típica dos brasileiros que acaba por dificultar as relações sociais, tornando-se assim uma permissividade. “No Brasil, a gente só diz o que as pessoas querem ouvir”, comentou Marcia Tiburi em outro momento do Congresso.

Bosco também mencionou a idéia de que a **crítica** mais hostil seria a mais rigorosa, uma metodologia de negatividade que corresponde a um sensacionalismo cultural. Por fim, falou das sinopses que apresentam narrativas muito esquemáticas das obras, sem elucidar as suas especificidades.

O crítico de artes plásticas do jornal *Folha de S. Paulo*, Fábio Cypriano, defende que a crítica é possível de ser feita no espaço de reportagem. Observou, porém, que no jornalismo cultural os críticos são muito complacentes, ao contrário do jornalismo político. Em parte os próprios artistas contribuiriam para essa situação por não aceitarem observações críticas nos textos, o que daria um teor mais de “entretenimento” à produção cultural. “Quando o jornalista é crítico, os agentes culturais se vêem como perseguidos.” A expectativa seria a de que o repórter esteja simplesmente valorizando o



que vê. Cypriano atribui a essa situação o fato de que muitos textos integrais de assessoria sejam publicadas em alguns veículos. “Há uma tendência dos releases serem tomados como verdade absoluta, sem checagem de informações.”

Para falar sobre a **crítica**, alguns palestrantes evocaram elementos históricos. A autonomia das artes marcou profundamente a produção cultural no final do século XX. Para entender obras literárias, por exemplo, não bastava mais o conhecimento da língua em que elas tinham sido escritas. A poesia e as pinturas passam a referirem-se a si próprias e não mais ao mundo, exigindo a compreensão de uma lógica propriamente sua. O caráter intelectual da produção artística aumentou.

“A crítica deixa de ser de fora para dentro, para ser potencialidade da própria obra”, comentou a artista plástica Ana Maria Tavares. Já, para quem escreve sobre a obra, segundo ela, é necessário estabelecer relações com o contexto, provocando o debate entre quem pensa o assunto. “Crítica não é sinônimo de criticar, mas da capacidade de proporcionar diálogos”, disse.

Francisco Bosco explicou que a finalidade da crítica mudou muito. Até o final do século XIX, havia o crítico juiz, mas, na modernidade, toda a atividade humana entrou em colapso. Houve a perda de uma referência normativa para a arte.

O professor de Literatura da USP, Ivan Marques, comentou que a função da crítica era descritiva na Antiguidade, enquanto no Renascimento foi mais focada na tradição, tendo como referência elementos da Antiguidade Greco-Romana. No século XVI, havia os decretos da academia ditando regras. No século XIX, a crítica tornou-se uma instituição autônoma e poderosa. No século XX, no entanto, todos os edifícios foram abalados quando a crítica passa apenas a explicar e analisar os textos literários. E, nos dias de hoje, a chamada pós-modernidade, “ninguém se atreve a se comprometer com nada”.

O colunista do jornal Folha de São Paulo, Manuel da Costa Pinto, comentou que, antes do século XVII, a literatura repetia modelos dos antigos, sem a diversidade do mundo moderno. “A crítica surge efetivamente quando existe uma sociedade mais individualizada e modos de escrever individuais.” O universo dos escritores passa a ser mais subjetivado e a crítica surge dessa codificação.

Como atividade comunicativa, o jornalismo cultural compreende tornar comum o que está circunscrito a uma área da sociedade, sejam as artes, a filosofia ou as ciências. Nesse sentido, o jornalismo cultural é sempre um desafio de **linguagem**. Dentro disso, perpassa a responsabilidade do jornalismo de estabelecer relações entre o



que o artista propõe e o contexto cultural que é compartilhado pelo leitor, inclusive do ponto de vista linguístico.

A diretora teatral Cibele Forjaz comentou a dificuldade que os artistas enfrentam em verbalizar coisas que são pensadas em termos de encenação, de imagens. Nesse aspecto o jornalista tem a responsabilidade de traduzir para outro código a sua obra. “Vai estabelecer uma parceria, é como se existisse uma co-criação.”

O professor da Faculdade Cásper Líbero e pesquisador de dramaturgia, Wellington Andrade, explicou que o jornalista deve levar em conta qual é o referencial da obra em questão, o código e a linguagem que está sendo usada. “Ela lida com a tradição ou transgride a tradição?”

Quando se trata de objetos artísticos, Francisco Bosco observou que o jornalista pode cair num “impressionismo preguiçoso”, quando não se considera, no cinema, por exemplo, como registros diferentes (imagem e som) se relacionam.

O crítico de cinema Ricardo Calil argumentou que a sétima arte é feita pelos realizadores, a **crítica** e o público juntos. Nesse aspecto, o jornalismo cumpre com a tarefa de mediação, e é isso que precisa ser pensado. A crítica de cinema Isabela Boscov chamou atenção para a exigência de um cuidado editorial já que os cadernos culturais são avidamente degustados ou descartados pelo público. Para quem escreve sobre cinema, caberia mostrar “como o filme pode fazer parte de uma maneira muito interessante ao tempo em que ele pertence”, “o mundo em que a gente vive”.

O crítico do jornal *O Estado de S. Paulo*, Luiz Zanin, explicou que a sua profissão vive na corda bamba, tendo de escrever em uma ocasião sobre um filme de Michelangelo Antonioni e noutra edição sobre as Tartarugas Ninjas. Nem sempre, esse profissional é compreendido na sua tarefa de colocar em crise a obra que analisa. Além de tratar do tema, argumento, história, qualidade e defeitos técnicos e da atuação, o jornalista deve se esforçar em perceber a que de fato se propõe tal produção.

É importante, segundo Zanin, que o crítico tenha a capacidade de se surpreender diante do filme e daquilo que já conhece sobre o cinema, quando vê uma nova produção, e saiba colocar essa experiência de alguma forma para o leitor. Na opinião dele, quem quer escrever sobre cinema deve amar a sala de exibição, mas não pode entender somente de filmes. “Além do deleite estético, tem de ser algo que enriqueça a minha experiência de estar no mundo.” Nesse sentido, ele evoca o que seria pensar a atividade do jornalismo cultural não algo que se volta exclusivamente para as artes, mas para a cultura de uma maneira geral.



O roteirista Bruno Montovani, do filme *Cidade de Deus*, comentou que o “o artista está sempre numa posição fragilizada quando a obra entra em circulação” e o crítico que mais agrada é aquele que faz o autor perceber coisas em seu trabalho que ele mesmo ainda não viu. Foi o caso de um texto que relacionou toda a produção de *Cidade de Deus* com a cena da galinha sendo perseguida para o abate. No entanto, segundo Montovani, os jornalistas cometem erros quando têm a pretensão de revelar a “verdadeira intenção” de uma obra e afirmam coisas que não estão nos filmes.

Na área cultural, a união com o **entretimento**, que se baseia sobretudo na quantidade de vendas, seria outro problema. O professor da PUC-SP e editor da revista *Caros Amigos*, José Arbex Junior, afirmou que o jornalismo cultural é uma indústria de *press-releases* e não é “jornalismo cultural”. Falta-lhe uma dimensão política, que lute contra a transformação do ser humano em coisa, dentro de uma economia consumista.

Na palestra de Marcos Augusto Gonçalves, ficou registrado que o caderno *Ilustrada* incluiu o público feminino com assuntos variados ao mesmo tempo em que abriu um novo espaço para a publicidade. De início, como ocorre em outros jornais brasileiros, essa editoria foi pensada sobretudo como entretenimento, embora isso tenda a ser visto como escapismo e negado como uma dimensão da cultura.

A filósofa Olgária Mattos notou que hoje há uma saturação de informações, e, apontando a gravidade da situação, critica que a universidade estaria se adaptando ao tempo da mídia, não se caracterizando mais como um lugar para pensar, para imergir nos textos. O meio acadêmico estaria se submetendo à temporalidade das mídias e pessoas capazes de falar para o grande público com rigor seriam raras. A capacidade dos telejornais de transformarem catástrofes em entretenimento ou consumo rápido estaria cada vez mais presente na universidade.

De acordo com Hubert Alquéres, a diferença do jornalismo cultural estaria justamente nessa “tarefa de aprofundamento”, “diferente da pauleira do dia a dia”. “Há coisas acontecendo que envolvem muita reflexão”, apontou.

Por um lado, é necessário uma postura crítica diante da cultura do entretenimento. Por outro lado, não se pode negar a televisão, especialmente a TV aberta, como um aspecto muito importante da cultura contemporânea, com suas estratégias que atingem diversos contextos.

Para o professor, da Escola de Comunicações e Artes da USP, Eugênio Bucci, a TV realiza hoje a tarefa que teria sido atribuída ao rádio nos anos 40, de construir o imaginário nacional. “Desligue a televisão do Brasil e o país desaparecerá.” Dessa



forma, “não há perspectiva de debate cultural que não considere a televisão”. A TV, inclusive, está no mundo digital com muita intensidade e abastecendo-se das redes interconectadas. Bucci lembrou que o “tele-espaço público” se manifestou ao vivo em fatos como o 11 de setembro de 2001 e os funerais do Papa João Paulo II.

No artigo *Nem Tudo que Reluz é Ouro*, José Salvador Faro (2006) discute alguns paradoxos que puderam ser observados ao longo das palestras, como por exemplo, a de que “todo jornalismo é cultural”. Isso esconderia uma incompreensão da “atividade jornalística e a possibilidade de que ela possa tomar corpo num tipo específico de cobertura” (FARO, 2006, p.6). O autor também se mostra preocupado com o caráter mercadológico e o comprometimento com a indústria cultural, especialmente a televisão. Dessa forma, aponta uma importante contradição:

“[De] um lado, trata-se de uma instância da produção jornalística reiterativa dos signos da cultura de massa, espaço em que se torna possível sua verificação como produto mercadológico e disseminador dos padrões da indústria cultural; de outro, como uma outra instância, a do trânsito de produção e reflexão contra-hegemônica, cuja identificação escapa à lógica linear das relações discursivas consagradas nos demais setores da produção jornalística e cuja incidência reflete os contextos político-ideológicos que cercam, em cada situação histórica, a prática dos profissionais da imprensa”. (FARO, 2006, p.10.)

Para se definir se as revistas *Mag!* e *Key* são uma manifestação do signo jornalismo cultural, então, há que se pensar em todos esses aspectos, o que pode configurar uma nova etapa de estudo. É importante perceber que a contradição apontada por Faro se dá no seio da Indústria Cultural, da qual o jornalismo faz parte. Não se pode dar uma resposta definitiva, e de fato, só o tempo dirá quais foram os veículos que conseguiram contemplar melhor o contexto em que existiram e as formas que expressam de maneira mais significativa a sua cultura.

Para a prática do jornalismo cultural, como em qualquer outra dessa especialidade comunicativa, a dimensão ética é a que dá a melhor medida das coisas. Nessa área jornalística, é muito importante refletir sobre a cultura e como se interage com ela através do produto noticioso, contribuindo para o desenvolvimento social e o exercício pleno da liberdade por parte dos indivíduos. Isso ajuda a medir até que ponto se trata de jornalismo cultural, embora ainda possa ser uma meta de todo o jornalismo.



A palestra do filósofo Franklin Leopoldo e Silva apresentou a chave de questionamento da área e a maior parte dos demais palestrantes comentou as principais realizações e dilemas do campo profissional.

O signo jornalismo cultural pode ir muito mais além dos sentidos apresentados como um instrumento de comunicação, voltado para as relações dos indivíduos com os contextos culturais a que estão conectados.

A cultura é dinâmica e, na contemporaneidade, estamos ligados a múltiplos contextos mediados pelas tecnologias de comunicação. Um produto que se volte realmente para a cultura deve considerar a inserção dos leitores nessa teia de relações, de forma a oferecer meios de ele exercer plenamente a sua individualidade, na perspectiva de um contexto cultural ou outro. A maior dificuldade é romper com ilhas demarcatórias, em que se definem hierarquias entre o culto e o massivo, o erudito e o popular, nas quais está subentendido que haveria os mais cultos e os menos cultos, estabelecendo relações de exclusão e inclusão.⁷

O compromisso com a sociedade é a base ética do jornalismo que aparece na preocupação com a verificação dos fatos. O jornalista cultural está compromissado com a reflexão sobre a cultura, a qual se atribui às artes, à filosofia e às ciências, cada uma a seu modo – como indicaram os palestrantes em vários momentos do I Congresso, ao produzirem sentidos para o signo “Jornalismo Cultural”. Ao lado disso, está compromissado com o leitor, de forma a estabelecer uma mediação cada vez mais aprimorada com cada um desses campos, fazendo aquilo que é próprio do jornalismo, informar da maneira mais apropriada de acordo com os códigos de expressão e leitura.

O jornalismo cultural, nessa perspectiva, não pode ignorar nada em termos de cultura. Para isso, conta muito o sentido etnológico da palavra cultura, defendido pelo autor Jean-Pierre Warnier (2000), que não se restringe às artes, à filosofia e às ciências. Deixa-se em aberto como abordar qualquer assunto na real dimensão da cultura, apesar dos palestrantes apresentarem indícios como, por exemplo, pensar as artes sobre aquilo que elas têm a dizer sobre a sociedade em que se vive, ou à exigência do crítico contextualizar a obra que analisa. Esse vem a ser o grande desafio do jornalismo cultural. É o esforço conjunto de todos profissionais que exercem essa atividade ou se aproximam das suas fronteiras de significação.

⁷ Acredito que a noção de “identidade” seria muito útil nesse ponto, levando a novos posicionamentos. “A identidade é definida como o conjunto dos repertórios de ação, de língua e de cultura que permitem a uma pessoa reconhecer sua vinculação a certo grupo social e identificar-se com ele.” (WARNIER, 2000, p.16)



REFERÊNCIAS

ADORNO, W. Theodor. HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

FARO, José Salvador. Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. In: **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, v.28, p.143-163, 2006. Disponível: <<http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/docentes/artigos/artigo-0059/>>. Acesso em: (30, jun, 2009).

GONÇALVES, Marcos Augusto. **Pós-tudo**: 50 anos de cultura na Ilustrada. São Paulo: Publifolha, 2008.

PEIRCE, Charles Sanders. **Collected Papers**. Charlottesville (Estados Unidos): IntelLex, 1994. 1 CD-ROM, Windows XP.

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

SANTAELLA, Lucia. **A Teoria Geral dos Signos**. São Paulo: Pioneira, 2000.

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru: EDUSC, 2000.