



## **Cultura e Mídia: Hiatos e possibilidades nos jornais de Natal<sup>1</sup>**

Maria Stella Galvão SANTOS<sup>2</sup>  
Universidade Potiguar, Natal, RN

### **RESUMO**

Problematizar a noção de cultura como recorte editorial, evidenciando as perspectivas culturais reveladas pelo jornalismo, investigar os desdobramentos dessas informações sobre o cotidiano da população, e na formação (ou não) de um leitor com um repertório cultural mais amplo. Estes, os objetivos fundamentais de uma pesquisa que se propõe a recortar o tipo de informação cultural mais comumente circulante nos jornais diários de Natal.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cultura; Jornalismo; Jornalismo Cultural.

O jornalismo cultural surgiu no século XIX, na Inglaterra, com a finalidade de fomentar os debates e, desta forma, oxigenar as artérias da cultura. Ao longo dos séculos seguintes, se afirmaria como um poderoso instrumento de difusão das formas de produção de bens culturais. Em tese, um poderoso agente indutor de avanços qualitativos no repertório cultural de um povo. Neste formato, como assinalado na vasta literatura em torno deste subcampo da prática jornalística, a abordagem cultural informativa tornou-se, gradativamente, um campo de poder importante. Por chegar a amplas parcelas da sociedade, o veículo de imprensa toma para si o poder da assinatura de certos artistas e instituições para legitimar-se. Por outro lado, artistas e instituições usam a visibilidade dos meios de comunicação para ampliar o alcance de suas ações e empreitadas. Para o leitor/espectador, sobra o suproduto dessa bem sucedida articulação da sociedade do consumo. O ator social se viabiliza por meio da sua logomarca, que por seu lado se viabiliza ao atrelar-se a ele. Os meios de comunicação referendam o artifício, com eventual prejuízo do capital informativo que chegará ao leitor.

Há o fato a destacar de que a cultura apreendida por meio do discurso jornalístico é somente aquela capaz de se transformar em notícia. Ou seja, cada veículo propõe um

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em História da Ciência (PUC-SP), email: [stellagalvao@unp.br](mailto:stellagalvao@unp.br)



conceito e uma visão da cultura com base em seus critérios editoriais e de viabilidade noticiosa. Assim, pautado pela dinâmica das indústrias culturais e por sua estrutura de lançamentos e distribuição, o jornalismo cultural contemporâneo percebe as manifestações estéticas pelo espetáculo e pelo evento.

No quesito linguagem, o jornalismo cultural praticado pelos cadernos de cultura dos jornais de Natal – optamos nesta análise por acompanhar as publicações nos jornais ‘Tribuna do Norte’ e ‘Jornal de Hoje’, ambos de circulação diária – é muito mais noticioso e informativo do que opinativo e interpretativo. Ao deter-se nos eventos, acabam por relegar os processos culturais ao segundo plano. Exatamente os processos criativos que antecedem ou estão além do evento, do lançamento ou do produto acabado. A criação aparece marginalmente à ocasião festiva do seu anúncio ou lançamento ou apresentação. Percebe-se claramente o agendamento dos temas reportados. A regra é justamente a de divulgar o evento, ao invés de indicá-lo com base em análise retrospectiva dos criadores. Além dessas questões, escasseiam os profissionais capazes de dar conta da enorme variabilidade que marca a produção cultural, mesmo em uma capital de médio porte como Natal. De fato, com honrosas exceções, o jornalismo cultural da cidade parece limitado quanto à capacitação para emitir juízo de valor sobre determinado serviço ou produto cultural. O que nos mobiliza neste projeto de pesquisa é observar como essa característica apresenta-se nas páginas que noticiam produtos culturais, quais os filtros utilizados na escolha do material publicado, o espaço reservado à cultura regional e, ainda, os critérios estéticos que definem os temas de destaque de uma página ou caderno especial de fim de semana que use a tarja da Cultura ou seus correlatos.

Por “jornalismo cultural” entende-se a produção noticiosa e analítica referente a eventos de natureza artística e editorial pautados por secções, suplementos e revistas especializadas nessa área. O conceito de “cultura”, portanto, é o conceito genérico usualmente adotado na esfera da produção jornalística. Inclui, necessariamente, o acompanhamento que essa produção faz em torno das tendências interpretadoras que se apresentam na mídia através do processo de legitimação pública conferida por seu vínculo com questões contemporâneas (Faro, 2006).

*O jornalista cultural costuma ser visto pelos colegas de outras áreas, como a política, a policial e a econômica, com uma série de preconceitos. Primeiro, supõe-se que ele trabalha menos.*



*Não é verdade. Jornalista cultural sério trabalha muito fora da redação também: lê livros em casa, vai a shows, filmes e exposições, cobre festivais etc. (Piza, 2003)*

Na verdade, o jornalismo cultural é uma das áreas que mais exige do profissional, até mesmo por exigir dele um nível de atualização não necessariamente seguida por outras editorias jornalísticas. Ele deve, idealmente, ler bons livros sobre uma enorme gama de assuntos e atualizar-se continuamente em novos rumos da literatura, por exemplo, ou do pensamento filosófico, ou ainda da estética cinematográfica. “Deve, em suma, ter uma boa biblioteca, mesmo que escreva sobre cinema, música ou artes visuais. (...) Como se nota, jornalista cultural precisa ser um estudioso, um autodidata.” (PIZA, 2003). Trata-se de um âmbito do jornalismo que se caracteriza pelos conteúdos com que trabalha, ou seja, com os acontecimentos intelectuais aos quais se convencionou designar como “variedades” e que engloba também determinados acontecimentos sociais, movimentos, debates, tradições etc. Piza diz que “imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe”.

Alguns dos sintomas do estado atual do jornalismo cultural que alguns autores consideram em crise relacionam-se diretamente com uma constante sujeição aos ditames da lógica mercantil da sociedade, e que é evidenciado na incorporação da dinâmica da publicidade e no consumo imediato pós leitura da informação sobre um novo filme, CD, livro. Mas há autores mais sintonizados com os ditamos da sociedade de consumo. Na medida em que entende a notícia na imprensa contemporânea como portadora de um “valor de troca” que condiciona sua existência, Herom Vargas considera impraticável que sua produção possa estar descolada das determinações do sistema econômico que lhe dá sustentação, isto é, fora do seu enquadramento como mercadoria, lógica de onde se pode extrair a medida através da qual o gênero deve ser analisado. A idéia de cultura como consumo perspassa a sociedade contemporânea, como irá frisar um dos teóricos contemporâneos que lançam um olhar arguto sobre o entorno: “*Já não consumimos coisas, mas somente signos.*” Os signos, como significados que emprestamos às coisas, adquirem razão de ser quando eternizados sob o império da posse. (BAUDRILLARD, 1991)



Para Vargas, enxergar o jornalismo cultural fora desses condicionamentos não seria mais que manifestação romântica, já que o ensaísmo e a crítica, que antes se constituíam nos elementos característicos fundamentais do gênero, pertencem a um passado irrecuperável e desfigurado pela natureza contemporânea dos processos jornalísticos. Há, de modo geral, uma tendência de se esperar do jornalismo cultural uma abordagem de fundo, um tratamento mais especializado das matérias e, sobretudo, procedimentos adequados ao universo com os quais lida. Assim, o jornalismo cultural é, ao mesmo tempo, um espaço privilegiado onde pode florescer a crítica e no qual o público pode entrar em contato com a produção intelectual e artística de uma comunidade (VARGAS, 2004). Como enfatiza Jean Baudrillard em alentado ensaio sobre o peso do simbolismo que recai sobre setores da cultura, “a democracia não foge à regra segundo a qual os sistemas funcionam melhor quando vão de encontro às próprias regras e a despeito dos próprios princípios. É o vício fundamental” (BAUDRILLARD, 1997). Sobre o caráter indispensável da cultura, lenitivo para males sociais, discorre o autor: “O papel do intelectual não é concentrar em si a parte maldita do pensamento, purgando a sociedade, que se torna mais livre para equilibrar o bem e o mal?” (idem, 1997). O jornalismo cultural, nesta perspectiva, também pode livremente se inserir na categoria dos escritos que produzem, ou têm potencial para produzir, rumações sobre temas e facetas múltiplas do universo cultural.

Segundo Nadja Miranda, embora a mídia impressa possa ser vista, genericamente, como um canal de difusão cultural e o jornalista um “artífice do processo de aculturação pública que promove a orientação do público nas sociedades contemporâneas”, o jornalismo cultural é uma área de especialização que se realiza sob as mesmas circunstâncias do jornalismo geral e é influenciado por todos os momentos políticos e econômicos do país. Ele expressa tanto uma visão crítica, discutindo questões em pauta na atualidade, quanto opiniões ou conteúdos tradicionalmente identificado com o status quo das sociedades onde emerge. Tal especificidade, no entanto, é ao mesmo tempo o resultado da estruturação editorial dos veículos impressos e consequência histórica da gradativa ocupação da esfera pública pela produção cultural, o que a consagrou como temática do cotidiano e sedimentou uma concepção especializada do noticiário de relevância no campo da literatura, do teatro e das artes em geral (MIRANDA, 2005). Nesse sentido, os cadernos de cultura (ainda que com nomes diversos) atestam e



representam a consolidação dessa tendência no Brasil e no exterior: Os cadernos diários de cultura assumem a dimensão de um espaço especializado do conhecimento, inclusive no contexto de mudanças operadas na estrutura das próprias redações e na articulação das editorias de texto e arte. Enquanto expressão do jornalismo diário, eles tanto sumarizam o conjunto de manifestações culturais que se amplificam na própria indústria cultural da qual são parte integrante, quanto são subordinados à rotinização produtiva das empresas. Como área especializada, esses cadernos representam a possibilidade de reflexão das manifestações artístico-culturais e, embora sintonizados com a atualidade, operam com critérios de noticiabilidade próprios, distintos daqueles utilizados pelas páginas de outras editorias do jornalismo diário. Todos esses aspectos repercutem na prática jornalística de produção das notícias culturais, determinando assim suas características mais notórias.

Se a divulgação de uma obra de arte é mecanismo obrigatório para sua visibilidade, torna-se fundamental verificar que tipo de corte circunstancial e de representação a mídia faz do circuito em que se insere. Pierre Bourdieu, em *A Produção da crença* (2004), ilumina esta perspectiva ao fazer uma análise crítica sobre o processo de criação, circulação e consagração dos bens simbólicos. O autor subverte a apreciação do caráter *sagrado* da arte e da cultura ao apresentá-la como o resultado de um amplo jogo e empreendimento social. Bourdieu (2004) considera os campos de produção artística como universos de crença, campos que funcionam na medida em que conseguem também produzir produtos e as necessidades desses produtos. O papel da mídia, ao garantir a visibilidade das ofertas; e dos críticos, autoridades que afiançam a consagração ou a descoberta dos *novos talentos*, são determinantes no sistema.

Outra característica do jornalismo cultural é a de primar pela miscigenação e pluralidade. Mesclar assuntos locais com regionais, nacionais e internacionais. Lembrar ao leitor de que o mundo existia antes dele nascer e que o jornalismo cultural permanece no seu dinâmico movimento de mudanças. Um dos preceitos da prática jornalística é de não subestimar a inteligência do leitor e o fomentar o debate de ideias e conceitos das manifestações culturais e comportamentais da sociedade

*Os “segundos cadernos” têm uma importância para a relação do jornal com o leitor – ou, mais ainda, do leitor com o jornal –*



*que é muito maior do que se supõe. Além disso, há uma riqueza de temas e implicações no jornalismo cultural que também não combina com seu tratamento segmentado; afinal, a cultura está em tudo, é de sua essência misturar assuntos e atravessar linguagens. (PIZA, 2003).*

Em 1711, os ensaístas ingleses Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1719), fundaram uma revista diária chamada ‘*The Spectator*’. Steele já criara, alguns anos antes, ‘*The Tatler*’, tendo depois Addison como colaborador, e mais tarde fariam outras publicações como ‘*The Guardian*’ (Piza, 2003). “*Spectador* nasceu com um objetivo: Tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembléias, casas de chá e cafés. E assim seria”. A ‘*Spectator*’ fez história. Nas suas páginas o leitor poderia encontrar de tudo um pouco – livros, óperas, costumes, festivais de música e teatro, política – “num tom de conversação espirituosa, culta sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível, apostando num fraseado charmoso e irônico. (...) Podia tratar dos novos hábitos vistos numa casa de café, como temas em discussão e roupas na moda, ou então criticar o culto às óperas italianas e o casamento em idade precoce” (PIZA, 2003).

O jornalismo cultural brasileiro nasceu sob influência do escritor Machado de Assis (1839-1908), cuja carreira incluiu a condição de crítico de teatro e polemista literário (idem, 2003). Existiu também, durante 14 anos, desde 1988, uma peculiar e interessante publicação mensal da Fundação José Augusto (instituição governamental) que marcou fortemente o jornalismo cultural potiguar. O Galo era inspirado no jornal curitibano Nicolau, lançado em 1987, e também pela lacuna deixada pelo suplemento dominical do jornal A República, no começo da década de 70.

“(...) basta percorrer séries históricas das publicações do gênero para se perceber que uma parte significativa de suas pautas guarda uma relação muito estreita com os critérios de celebração fetichizada que a indústria cultural agrega as coberturas jornalísticas. No caso do jornalismo cultural essa relação é potencializada pela vinculação quase imediata entre os seus ícones (no cinema, no teatro e na literatura), e o sentido espetacular que eles adquirem em todo o complexo midiático.” (FARO, 2006)

O que diferencia uma cultura da outra é o tempo, isto é, o ritmo de produção e recepção dos bens simbólicos (BOSI, 1987). O autor considera, nessa perspectiva, que há três



sistemas de cultura: *erudito*, *massivo* e *popular*. O ritmo do primeiro supõe consciência histórica e é o que “sempre foi considerado a cultura por excelência”. A cultura massiva, por sua vez, se caracteriza pelo tempo acelerado de produção (indústria cultural) e prende o espectador justamente porque este pouco faz uso de sua memória social, por conta de seu cotidiano corrido. Já o âmbito popular, afirma Bosi, qualificado pelo tempo cíclico, se fundamenta “no retorno de situações e atos que a memória grupal reforça”; em outras palavras, se afirma em suas próprias raízes.

Encontramos em Raymond Williams uma boa indicação teórica que nos ajuda a compreender a amplitude do fenômeno. Em *Cultura*, diz o professor de Cambridge que ela (a cultura) “é um sistema de significações mediante o qual necessariamente (...) uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada” e que tal sistema tanto converge para o sentido antropológico do conceito quanto para a sua apreensão sociológica. Neste último caso – o sentido sociológico -, estaríamos diante de sua compreensão mais especializada: ‘atividades artísticas e intelectuais’, embora estas, devido à ênfase em um sistema de significações geral, sejam agora definidas de maneira muito mais ampla, de modo a incluir não apenas as artes e as formas de produção intelectual tradicionais, mas também todas as ‘práticas significativas’ – desde a linguagem, passando pelas artes e filosofia, até o jornalismo, moda e publicidade – que agora constituem esse campo complexo.

A reflexão de Williams permite uma dupla constatação: o jornalismo não é apenas prática cultural constitutiva de um “sistema de significações geral”, mas também instrumento de comunicação, de reprodução e de estudo das atividades e valores que se desenvolvem no âmbito desse sistema, como de resto o próprio Raymond Williams classifica o que ele chama de “modernas instituições de comunicação”, o que indica que a atividade do registro da informação cultural desenvolve-se no interior de um sistema que intui sobre ela, na medida em que é parte da construção geral de sentidos presente na produção cultural. Deixado de lado, como o próprio Williams faz, “o pressuposto acrítico de uma sociedade de mercado” da sociologia funcionalista norte-americana que viu no processo jornalístico apenas o caráter socializador e comercial da informação – concepção ainda bastante presente numa “sociologia ortodoxa da cultura”, é preciso indagar sobre as condições sociais da produção cultural e seu vínculo com a produção jornalística.



Debruçar-se sobre o jornalismo cultural significa um projeto de longo prazo, considerando a riqueza de suas possibilidades, a complexidade da mediação no sistema artístico-cultural, o uso de repertórios variáveis menos pelos veículos e mais pelos profissionais envolvidos. Atuar nessa área, além de propiciar o contato com um processamento veloz de ideias e conteúdos complexos, leva o profissional a buscar especializar-se a fim de gerir com mais segurança uma rotina assoberbada de informações. A imersão neste campo jornalístico específico requer uma formação humanística contínua e rigorosa. “Por fim, qualquer processo de aprendizado – de curta ou longa duração, do jornalismo cultural, da arte, da cultura – será bem-sucedido se formar sujeitos aprendizes, desejosos de outras buscas e a aproximação de repertórios seculares” (GOLIN, 2007).

Ao discorrer sobre a importância do *Suplemento Literário* do jornal *O Estado de São Paulo* na formação intelectual de sua geração, o professor Antonio Dimas (1996) propõe uma série de perguntas possíveis para se fazer aos leitores deste tipo de periódico, buscando aferir a capacidade que teve de alargar o horizonte intelectual de um público: “como o periódico supria as carências locais?”; “de que forma interferia na produção intelectual local?”; “como se construía o imaginário em torno de seus colaboradores?”; “quais parâmetros estabeleceu para aferir a vida artística de uma determinada comunidade?”, entre outras questões. Tais perguntas podem ser dirigidas a cada publicação, buscando suas respostas nas marcas discursivas dos textos, imagens, público suposto, nas ênfases editoriais. É nesta direção que seguiremos mapeando o jornalismo cultural praticado em jornais que circulam na cidade de Natal.

## REFERÊNCIAS

- BARRETO, I. **As realidades do Jornalismo Cultural no Brasil**. Revista Contemporânea número 7. Rio de Janeiro, 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.
- BAUDRILLARD, J. **Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem**. Porto Alegre: Editora Sulina, 1997.
- BOURDIEU, P. **A Produção da crença: contribuição para uma economia de bens simbólicos**. São Paulo: Zouk, 2004.





- CHARTIER, R. **A história cultural**. Entre práticas e representações. Lisboa: DIFEL, 1990
- DIMAS, A. **Um suplemento carnudo**. Continente Sul-Sur. Porto Alegre: v.1, n.2, 1996.
- FARO, J. S. **Nem tudo que reluz é ouro**: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. Disponível em [http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/ind\\_j\\_s\\_faro.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/ind_j_s_faro.pdf) Acessado em 21/05/2011.
- GOLIN, S. **Jornalismo cultural**: reflexão e prática. Disponível em [http://www6.ufrgs.br/lead/producao\\_pesquisa/8.Jornalismo\\_culturalRumos2007.pdf](http://www6.ufrgs.br/lead/producao_pesquisa/8.Jornalismo_culturalRumos2007.pdf). Acessado em 30/06/2011.
- HELLER, A. **O cotidiano e a história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, s/d.
- IANNI, O. **O intelectual e a indústria da cultura**. Revista Comunicações e Artes. Ano II, no. 17. São Paulo: ECA/USP, 1986.
- KUCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários**. São Paulo: Scritta Editorial, 1991.
- MIRANDA, N. **Divulgação e jornalismo cultural**. In RUBIM, Linda. Organização e Produção da Cultura. Salvador: EUFBA, 2005
- WERNECK, H. **O desatino da rapaziada**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- WILLIAMS, R. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.
- RIVERA, J. B. **El periodismo cultural**. Buenos Aires: Paidós, 2003.
- SODRE, M. **Reinventando @ Cultura**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.
- VARGAS, H. **Reflexões sobre o jornalismo cultural contemporâneo**. Estudos de Jornalismo e Relações Públicas. São Bernardo do Campo (SP): ano 2, no. 4, dez 2004.