

Paradigmas do Jornalismo Cultural Contemporâneo¹

Anna de Carvalho CAVALCANTI²

Ricardo Jorge de Lucena LUCAS³

Universidade Federal do Ceará, CE

RESUMO

O artigo a seguir traça um breve histórico do jornalismo cultural para, em seguida, aprofundar-se mais em questões intrínsecas à prática desse gênero no cotidiano da profissão. Serão abordadas, principalmente, as dificuldades em se definir qual a identidade cultural dos cadernos, revistas e suplementos publicados atualmente. Para isso, utilizaremos alguns pesquisadores do gênero, como Jorge Rivera, Daniel Piza e José Salvador Faro.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo cultural; cultura; crítica; indústria cultural; comunicação.

INTRODUÇÃO

Apesar de existir uma vasta produção em jornalismo cultural no Brasil desde a década de 1940, através de críticas escritas por importantes intelectuais em jornais da época, ainda é recente o aprofundamento no tema por parte de pesquisadores e estudantes. A produção do jornalismo cultural de per si ainda está além da sua sistematização enquanto campo de estudo, quando comparado a outras áreas específicas dentro do próprio jornalismo. Grupos de pesquisa, disciplinas em cursos de graduação e congressos sobre o tema só foram surgir, no Brasil, após a segunda metade da década de 1990.

Como exemplo da atualidade desse aprofundamento, um dos únicos livros escrito sobre o assunto, “Jornalismo Cultural”, de Daniel Piza, foi publicado em 2003. Um outro exemplo é o I Seminário Nacional de Jornalismo Cultural que ocorreu em 2005, no Rio Grande do Sul, mas não obteve continuidade nos anos seguintes.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduada em Jornalismo no Curso de Jornalismo da UFC, email: annaccavalcanti@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC, email: ricardo.jorge@gmail.com

Atualmente, o único encontro que trata exclusivamente sobre o tema é o Congresso Internacional de Jornalismo Cultural, organizado pela revista Cult anualmente, desde 2009.

Por ser um tipo jornalístico que aborda geralmente temas ditos menos “quentes”, ou seja, que não possuem uma exigência de publicação imediata, o jornalismo cultural é conhecido por muitos como um espaço de produção diferenciada, principalmente por não tratar de assuntos de urgência social. Comparado às demandas urgentes que detêm maior atenção dos jornais diários, os cadernos de cultura são vistos como elemento secundário (a lembrar a expressão “segundos cadernos”) na produção jornalística, inferiorizados pela hierarquia criada pelos meios de comunicação de massa. Visto como uma concessão dos grandes jornais e tido como um material considerado de amenidades, o jornalismo cultural passa a ser um tema passível de estudo tendo em vista as múltiplas discussões que vêm se formando em torno da sua prática.

Ainda que na última década pesquisadores acerca do tema tenham se formado e ganhado repercussão com seus estudos, conforme explica o professor José Salvador Faro (2006, p.2), “apesar dessa presença quantitativamente significativa, o jornalismo cultural ainda não conseguiu produzir em torno de si reflexões acadêmicas que deem conta de sua complexidade”. Assim, tem-se em vista a necessidade de uma constante renovação do campo, por meio de discussões, seminários, congressos e artigos com o objetivo de estudar como a temática vem se atualizando em meio às urgências do jornalismo vigente. A intensa e quase repentina busca de compreender mais a fundo o campo e o enorme número de publicações diárias na área gerou uma série de conceituações no âmbito do jornalismo cultural que, em alguns casos, torna a sua abordagem incompreensiva por, aparentemente, não pertencer nem ao espaço do erudito, nem do pop, nem do entretenimento.

Portanto, acabamos percebendo um campo sem um nicho específico, sem uma categorização nítida, que apenas está presente em diversos veículos jornalísticos mas não possui uma característica firme que descreva objetivamente a qual cultura esse jornalismo se refere. A partir dessa necessidade, vamos, a seguir, nos ater a conhecer um pouco da trajetória histórica percorrida por esse tipo de jornalismo até que ele chegasse aos dias de hoje.

1. Breve histórico do jornalismo cultural

Segundo Peirce (1990, p. 308), os significados das palavras crescem com o tempo: “(...) Todo aumento de informação do homem é ao mesmo tempo o aumento de informação de uma palavra e vice-versa”. A partir dessa visão peirceana, percebemos que o significado da palavra “jornalismo” se transforma à medida que a sociedade muda, levando-nos à seguinte pergunta: o que significa a noção de jornalismo cultural hoje, tendo em vista seu percurso histórico?

De acordo com Daniel Piza (2003), um dos maiores investigadores brasileiros do tema, foi na Inglaterra, em 1711, o marco para o início do jornalismo cultural. De acordo com Piza, é com a criação da revista “Spectator”, dos ensaístas Richard Steele e Joseph Addison que a cultura saiu dos gabinetes e bibliotecas para chegar às faculdades, clubes, assembleias e cafés. Em “Spectator”, podia-se ler a respeito de livros, óperas, teatro e política com um tom espirituoso e, ao mesmo tempo, formal. O que diferenciou a revista foi a forma com que tratava todos os temas que pautava: de maneira elegante e acessível, sem vulgaridades.

Ainda na Inglaterra, um nome que ficou extremamente conhecido foi o de Samuel Johnson, considerado por Piza (2003, p. 13) como o pai de todos os críticos. Johnson é considerado assim por ter sido o primeiro grande crítico cultural, especialmente por causa de suas resenhas da prosa e poesia de seus contemporâneos, como o poeta inglês Alexander Pope. Após as contribuições de alguns importantes nomes, como Sainte-Beuve, na França, John Ruskin, na Inglaterra, e G.E. Lessing, na Alemanha, o jornalismo cultural tornou-se, no século XIX, influente nos Estados Unidos e, em seguida, no Brasil.

No Brasil, segundo Piza (2003), o jornalismo cultural só ganharia força no final do século XIX com a crítica severa e polêmica de Machado de Assis. Assim como Machado, muitos outros escritores brasileiros passariam a escrever críticas e resenhas. Sergio Gadini (apud LOPEZ e FREIRE, p. 4), diferentemente de Piza, acredita que o nascimento do jornalismo cultural no Brasil ocorreu anteriormente e atribui ao crescimento uma data posterior a de Piza.

Como se sabe, esse processo só vai acontecer no Brasil – ainda que de forma lenta, devido ao alto índice de analfabetismo, baixa concentração urbana, dentre outros fatores – a partir do século XIX, tendo como marco a vinda da família real em 1808. Na prática, em termos urbanos e públicos, só vai ser possível falar em consumo e crítica cultural algumas décadas mais tarde. Ou,

para ser mais exato, a partir das últimas décadas daquele século. E, de modo mais significativo, a partir dos anos 1930.

Piza (2003, p.19) atribui a esse momento pós-semana de arte moderna, a publicação de diversas revistas de proposta ideológica e estética, como a Klaxon, Revista de Antropofagia, Terra Roxa, Leitura, Dom Casmurro, Diretrizes e Espírito Novo.

Estude os ‘ismos’ todos lançados nas três primeiras décadas do século e você terá de estudar as revistas em que eles foram formulados e debatidos. Assim foi com o surrealismo francês, o futurismo russo, o imaginismo americano: a expansão das vanguardas estava diretamente ligada à expansão da imprensa, dos recursos gráficos, do público urbano ávido por novidades.

Após a geração de Machado de Assis, os jornais e revistas passaram a dar mais espaço à crítica, que, à época, não somente analisava obras importantes, mas refletia sobre a cena cultural daquele momento. Um dos exemplos disso é que muitos dos grandes escritores daquele tempo passaram por essa fase, escrevendo críticas em periódicos, como Lima Barreto e Mario de Andrade. Dessa maneira, a indústria jornalística acompanhou o estabelecimento do sistema literário nacional, atravessando mudanças significativas e formando um público consumidor de cultura.

Ainda no início do século XX, as revistas ilustradas ganharam um espaço importante no universo jornalístico. Combinando textos leves, mesclados a variedades, um pouco de literatura e muitas imagens, surgia o gênero que, ainda hoje, é popular em nosso mercado editorial, atraindo especialmente as mulheres. Numa quase imitação da revista francesa “L’illustration Française” surgiu, em 1901, a “Ilustração Brasileira”. Em seguida, no ano 1904, e com repercussão bem maior, nascia a “Kosmos”, esta já com forte caráter artístico e literário. Seguindo o gênero, algumas outras revistas surgiram naquele momento, como “Fon-Fon”, em 1907, e “Careta”, em 1908.

Em 1928, com o nascimento da revista “O Cruzeiro” pelos Diários Associados de Assis Chateaubriand, o jornalismo cultural fincou de vez na tradição letrada do País, com enormes contribuições culturais e capacidade de alcance a todos os tipos de público. Além de trazer nomes importantes daquele momento, como Anita Malfatti, Rachel de Queiroz e Manuel Bandeira, a revista lançou o conceito de reportagem Investigativa e foi fundamental para a introdução de novos meios gráficos e visuais na imprensa brasileira.

Na década de 1940, há que se destacar a criação da revista “Clima”, importante veículo de oposição ao ideário modernista. Fundada por Antonio Cândido, Lourival Gomes Machado e Décio de Almeida Prado, Clima veiculava as perspectivas do

momento da ação cultural, com críticas literárias e textos opinativos. Grande parte dos seus textos eram escritos por intelectuais de diversas formações.

No final da década de 1950, outros jornais foram surgindo e estabelecendo um padrão gráfico e editorial que durou décadas adiante. Instituído por publicações como o Jornal do Brasil, Diário Carioca e Última Hora, a valorização da reportagem e do caráter visual das páginas é marca presente até hoje em alguns cadernos que praticam o jornalismo cultural.

No início da década de 1960, um marco histórico que justifica bem o novo momento do jornalismo cultural que nascia foi o Suplemento Literário, criado pelo jornal O Estado de S. Paulo. Dirigido durante dez anos por Décio de Almeida Prado, o suplemento reuniu intelectuais que já haviam estado juntos na revista Clima, da década de 1950, como Antonio Candido, Lourival Gomes Machado e Paulo Emilio Salles. O Suplemento recebia grande participação dos intelectuais da Universidade de São Paulo (USP), tendo em vista que o idealizador da Universidade, Júlio Mesquita Filho, era o mesmo proprietário do jornal. Para a professora Ana Lúcia Tsutsui (2006, p.49),

Os suplementos culturais ou literários, neste período, procuravam se aproximar mais das revistas do que dos jornais. Pretendiam levar temas mais acadêmicos para um público menos restrito que o das universidades que então surgiam. Era o momento em que os intelectuais advindos das universidades buscavam a imprensa para sair do círculo acadêmico e discutir a realidade brasileira. O jornalismo cultura saía da fase meramente de entretenimento para ganhar um sentido mais antropológico, de participação na vida cultural do país.

Nesse contexto de maior necessidade de participação na vida cultural do País surgiu um dos maiores críticos brasileiros de todos os tempos que, nas palavras de Daniel Piza (2003, p. 37), “bagunçou o coreto cultural brasileiro”. Paulo Francis começou a romper com eufemismos e clichês da crítica no Diário Carioca, a partir do ano de 1957. Expandiu sua área de trabalho quando, no período de 1964 a 1967, passou a escrever sobre política no Correio da Manhã, onde tornou-se extremamente popular. Francis também participou de uma das publicações de jornalismo cultural que mais fizeram sucesso, a revista Senhor. Nela, podia-se encontrar uma mistura bem dosada de crítica, textos literários, reportagens e humor, todos abordados com primazia, sob a edição de Carlos Scliar.

Sobrepondo-se a uma baixa nos suplementos ocorrida na década de 1970, nos anos 1980, os dois principais jornais do momento criam os seus cadernos culturais diários, a Ilustrada, da Folha de S. Paulo, e o Caderno 2, d'O Estado de S. Paulo. Com colunistas, articulistas e críticos brilhantes, a Ilustrada chamou grande atenção do

público por seu forte caráter opinativo e por sua cobertura da cultura jovem internacional. Já o Caderno 2 apresentava em sua equipe repórteres como Wagner Carelli – futuro idealizador da revista “Bravo!” –, Zuza Homem de Mello e, mais futuramente, Ruy Castro. Em contraposição à Ilustrada, o Caderno 2 dava uma maior atenção à literatura, arte e teatro. Ambos os cadernos existem até hoje e continuam fazendo história. Segundo Daniel Piza (2003), ex-editor do Caderno 2, essa distinção entre os dois cadernos resiste até hoje.

Com a chegada da era da “reprodutibilidade técnica”, a sociedade de massas focou-se no entretenimento da indústria cultural, conforme esclarece Arendt (1987, p.264):

O problema relativamente novo na sociedade de massas talvez seja ainda mais grave, não devido às massas mesmas, mas porque tal sociedade é essencialmente uma sociedade de consumo em que as horas de lazer não são mais empregadas para o próprio aprimoramento ou para a aquisição de maior status social, porém para consumir cada vez mais e entreter cada vez mais.

O jornalismo cultural é um espelho vivo do que reflete o excerto. Acompanhando as tendências de consumo da indústria cultural, os cadernos passaram a pautar, cada vez mais, assuntos relativos ao entretenimento, em detrimento daqueles retratados anteriormente, referentes às “sete artes”.

O jornalismo cultural corre os mesmos riscos da alta cultura e do prêt-à-porter, especialmente porque com frequência o que o governa são os fluxos da moda. (...) O que foi atual ou polêmica crucial se converte, mais rapidamente do que se supõe, em história da cultura. Toda cultura, em definitivo, é história de si mesma (RIVERA, 1995, p.35, tradução nossa)⁴

Assim, vem à tona uma antiga discussão que prevalece no jornalismo cultural: o impasse entre a cultura humanística e a indústria cultural, questão que consequencia até hoje na dificuldade em se definir uma identidade para os cadernos, revistas e suplementos de cultura.

2. Paradigmas do jornalismo cultural

Historicamente, como se mostrou, uma das primeiras referências do jornalismo cultural reconhecida é a revista “Spectator”, criada em 1711. Seus editores, já naquela época, costumavam trazer em suas páginas questões bastante variadas, que iam desde

⁴ El periodismo cultural corre los mismos riesgos que la alta costura e incluso prêt-à-porter, especialmente porque con frecuencia lo gobiernan los flujos de la moda. (...) Lo que fue actualidad y polémica crucial se convierte, más rapidamente de lo que se supone, en historia de la cultura. Toda cultura, en definitiva, es historia de sí misma. (RIVERA, 1995, p. 35)

questões estéticas e morais até a última moda em luvas. E assim, de certa forma, o jornalismo cultural vem despontando até hoje, quatro séculos depois: mesclando questões culturais que ora assumem um caráter erudito e aprofundado, ora adotam temáticas de entretenimento. Contudo, a presença de temas que não integram as chamadas sete artes foi crescendo de forma aparentemente sorrateira, mas bastante visível para quem acompanha o meio.

Essa condição heterogênea e mutável do jornalismo cultural deve-se ao fato de ele estar sempre vinculado a um tema de enorme instabilidade, relativo às dimensões culturais e suas definições. O conceito de cultura utilizado ao longo dos anos sempre variou conforme a necessidade de leitores e editores: em alguns momentos baseando-se na vertente antropológica, mais abrangente e complexa, em outros trazendo produções mais específicas e especializadas. Atualmente, o que se percebe é o prevalecimento desse contraponto entre cultura erudita e cultura de massas, ambas disputando espaços nos cadernos de jornais e nas páginas de revistas. Apesar dessa visão, o jornalismo cultural não pode ser considerado um refém do caráter industrial que o cerca pois, em sua essência, está o próprio campo do jornalismo em si, com suas exigências produtivas e técnicas de padronização. Um outro ponto que garante essa disputa nos veículos culturais é também intrínseco ao jornalismo, que é a necessidade de pautar acontecimentos e novidades, notícias que possam garantir uma constante diferenciação entre seus produtos.

Assim, o jornalismo cultural passou a ser conhecido como um gênero “servo de dois senhores”: ao mesmo tempo em que necessita cumprir as exigências de seu campo, a cultura, também precisa atender as obrigações do campo jornalístico, como, por exemplo, prazos e padrões de espaço para a escrita. Afinal, escrever sobre temas culturais com profundidade em um tempo exíguo e com espaço contado e dividido entre inúmeras propagandas não é uma tarefa fácil. Contudo, o jornalista não pode se isentar do seu papel de editar e hierarquizar a notícia, pois é evidente sua responsabilidade na mediação entre cultura e mercado, conforme alertam Cunha, Teixeira e Magalhães (2002, p. 8):

Se o jornalismo cultural não seleciona, não questiona, não dialoga criticamente e não abre espaço a propostas alternativas, a indústria cultural se sente cada vez mais à vontade para reproduzir incessantemente os mesmos padrões estéticos e temáticos, transformando as obras culturais em artigos produzidos e distribuídos em série.

Há que existir uma força de resistência para que o jornalismo cultural não resvale unicamente para a reprodução de um pensamento já existente. Para que isso não ocorra, o jornalista precisa dedicar-se a uma escrita criativa, aprofundada e menos baseada nos releases que chegam às redações.

A amplitude de temas possíveis a se pautar no jornalismo cultural é definitivamente vasta. O que vai definir de forma mais clara quais as temáticas serão escolhidas vai ser o conceito de cultura assumido pela publicação. Ou seja, essa escolha é decisiva para a identificação do veículo, reconhecimento do seu público leitor e delimitação do seu campo de interesses. Nesse sentido, Jorge Rivera (1995, p. 29-30) trouxe uma estratificação dos graus de especialização dentro do jornalismo cultural:

- Para o autor, a “cultura superior” se especializa em repertórios restritos e unitários de caráter histórico, filosófico, artístico, linguístico etc., que não contemplam a divulgação, mas sim a abordagem monográfica de caráter acadêmico, ou bem o seguimento de uma investigação especializada, a discussão de uma nova tese de conhecimento científico ou o exame exaustiva de uma obra de aporte significativo.
- Já a “cultura média”, para Rivera, é a que oferece maiores possibilidades de heterogeneidades e misturas. Este campo é o responsável pela intensa massa de adaptações, textos de divulgação, revistas, projetos editoriais, coleções fasciculares e outros artefatos destinados a reconhecer, sintetizar e difundir os patrimônios do conhecimento nas esferas mais variadas. E, daí, vem a “frondosidade potencial de seus repertórios temáticos, que atravessam, sem sentimento de culpa, as culturas clássicas, as vanguardas, a atualidade, os meios massivos, as literaturas marginais, as ciências políticas, as questões substanciais das ciências duras etc.”.
- Segundo Rivera, a “cultura baixa” ocupa uma posição favorável em relação ao mercado, mas seus quadros de produtores profissionais, seus meios e suas ofertas temáticas são comparativamente mais limitados (e subestimados) que os do grande e exitoso homogeneizador que é o campo médio. É nesse campo que irão entrar as crônicas desportivas, a literatura macabra, pornografia, casos sensacionalistas, correios do coração e outros gêneros do entretenimento, separando-o da cultura superior e da

cultura média. Muitos desses produtos refletem um estimado grau de refinamento em seu gênero e são o fruto de criadores de verdadeiro talento.

A cultura erudita, explicitada no trecho acima por Rivera como “cultura superior”, é trazida com uma nomenclatura que, no caso, vem claramente para mostrar uma estratificação bem delimitada e, inclusive, como tais níveis são percebidos socialmente. Conforme estudos feitos por Bourdieu, em “A Distinção”, a hierarquia social também tem uma relação direta com os níveis culturais a que cada classe pertence. Aqui, da maneira como foram relatados, os níveis se organizam por estratos bem demarcados, referindo-se categoricamente ao tipo de produtos culturais que são consumidos por cada tipo. Contudo, o que se percebe é uma óbvia discriminação compreendida a partir das nomenclaturas utilizadas pelo autor: superior, média e baixa. Ao se referir à cultura média, o autor diz que ela pode atravessar, “sem sentimento de culpa”, diversas questões culturais, sendo bastante abrangente e compreendendo diversos públicos. A palavra “culpa”, utilizada no trecho, sugere uma possível sensação de que, apesar de ela não se referir exclusivamente à cultura erudita, não há motivos para se penalizar por isso. Mas por que ela haveria de ser penalizada, de ser culpabilizada por isso? Um dos grandes problemas está em considerar como cultura superior a estética burguesa, entendida como cultura erudita; e, indo além, em considerá-la superior em relação às outras culturas. Por consequência, coloca-se a cultura erudita como algo difícil e inatingível à massa por ser “superior” a ela. Assim, de certa forma, trata-se de uma forma de oposição à democratização da cultura, pois ela só é digna de poucos eleitos e privilegiados que têm capacidade para adquirir um determinado conhecimento.

Quando se refere à cultura baixa, Rivera diz que os temas desse nível são “comparativamente mais limitados (e subestimados)”. Ou seja, ao mesmo tempo em que são aparentemente mais limitados, as temáticas relativas à cultura “baixa” são também subestimadas. Esse é um ponto que vem ficando cada vez mais claro atualmente, levando-se em conta a época em que o autor trouxe essa questão em comparação aos dias de hoje. A cultura considerada “baixa” é subestimada pois, nem sempre, especialmente nos dias de hoje, ela é superficial. Exemplifica-se isso através de, por exemplo, cliques da cantora Lady Gaga. Sendo um atual ídolo do pop, Gaga deveria ser o protótipo da cultura de massas, com suas canções assobiáveis e grudentas, apelos imagéticos e comportamento chocante. Contudo, para além desse estilo de fácil

consumo, Gaga traz em alguns de seus clipes referências bem intrincadas de cinema autoral, de diretores como Tarantino e Scorsese – motivo, inclusive, que colocou a cantora na capa da revista “Bravo!”, em maio de 2010. Dessa maneira, para seu público de abrangência, Lady Gaga demonstra que o pop pode estar, sim, repleto de referências. Ainda que tenha sido criado para ser uma arte para as massas, conforme Andy Warhol pensou através de suas latas de sopa Campbell’s e de seus retratos em série de Marilyn Monroe, ainda na década de 1960, o pop foi se atualizando e fazendo história dentro de seu próprio universo. Daniel Piza (2003, p.55) traz uma alerta a esse respeito, confirmando o caráter subestimado da cultura dita baixa, exposta por Rivera:

Não é verdade que o pop não exija conhecimentos prévios. Basta ler qualquer resenha de música pop nos jornais – para não falar das revistas especializadas – que se sente a mediação de um código específico, cheio de termos e normas, não raro sem o menor esforço de se aproximar do “leigo”. Referências são passadas adiante sem a menor explicação, e aqueles que desconhecem “o que está na moda” sofrem a sensação de desamparo, de não pertencerem à turma. [...] A consequência irônica é que muitas vezes o pop se confunde com o popular. [...] Nada disso significa que o pop deve ser menosprezado, e sim o contrário: sua definição precisa ser ao mesmo tempo mais ampla e precisa, sem premissas de superioridade ou inferioridade.

Da mesma forma que, conforme explica a citação, o pop exige conhecimentos prévios, por outro lado, sob um novo viés, o mundo erudito também pode ter apelo instantâneo, uma das características do pop. É muito comum que, em propagandas televisivas de carros e perfumes, ouça-se uma trilha sonora composta por Mozart ou Vivaldi. Um outro exemplo é que, à sua época, Shakespeare e Balzac – em tese, escritores para eruditos – fizeram muito sucesso entre as camadas mais populares. Esses tipos de confluência entre os diversos estratos culturais demonstram que, à revelia do que foi explicitado por Rivera, os níveis estão cada vez mais imbricados e não podem mais receber a nomenclatura de “superior” ou “baixa”, especialmente por esses termos conotarem uma discriminação a determinados produtos culturais, atestando um desconhecimento profundo e, conforme explicado acima, subestimando-os.

O que ocorre no âmbito do jornalismo cultural é uma tendência à polarização de um desses níveis culturais. Dificilmente encontra-se o meio-termo em revistas e cadernos de cultura, especialmente porque não é uma tarefa simples conseguir atender uma gama diferenciada de leitores com capacidades cognitivas diferenciadas. Há que se espelhar em um público-leitor específico e, o que ocorre em alguns casos, é essa propensão à erudição ou à popularização, entre os dois extremos. Tendo em vista essas possibilidades de níveis culturais, o filtro jornalístico, na hora de escolher o que será

pautado, ainda tem falhado muito. Como avaliar uma vasta produção cultural cada vez mais numerosa e diversificada? Esse é um dilema que muitos editores de cultura enfrentam diariamente. O que ocorre, portanto, é um recorte que é feito por cada publicação, direcionando os temas culturais que serão publicados e, assim, dando uma direção à linha editorial que se segue naquele produto. Contudo, em alguns casos, o que pode acontecer é um desvio do percurso editorial em prol da maior vendagem da publicação, momento em que entram as questões mercadológicas acerca do jornalismo cultural.

A abrangência de temas de alguns cadernos e revistas de cultura tem uma relação estreita com a questão mercadológica que envolve o meio cultural. Ainda que o jornalismo cultural tenda a optar por um conceito mais restrito de cultura, concentrando-se nas atividades artísticas e no entretenimento, esses dois temas provocam um enorme contraponto na hora de se pautar o veículo. Afinal, qual devemos abordar? O grande blockbuster que vai entrar em breve nos cinemas ou a exposição de arte que, apesar de obscura, é maravilhosa? Essa resposta depende do grau de condescendência e crítica da equipe. Filtrar qual dos dois será veiculado é uma escolha que vai responder pelos interesses editoriais, políticos e financeiros da publicação. O que acontece, em muitos casos, é o apelo a temáticas que chamem maior atenção do público. Autores de obras extravagantes tornando-se objeto de interesse da imprensa, perfis sobre cantores que sequer tem uma carreira consolidada, resenhas sobre filmes que já tem bilheteria certa etc.. Essas são algumas alternativas utilizadas dentro do jornalismo cultural para satisfazer um público mais massivo, precisando, muitas vezes, desviar o padrão editorial em busca de uma maior vendagem.

Está prestes a acontecer um show na cidade e colocam uma foto do cantor na capa. Obviamente, isso é algo natural, mas a questão é: até que ponto isso é feito para atrair leitores a comprar o veículo ou isso é feito com o objetivo incauto de reportar e refletir sobre o trabalho do artista? Pode ser que ocorra as duas situações, simultaneamente. Em ambos os casos, o caráter mercadológico é intrínseco. O veículo aproveita-se da ocasião para, ao mesmo tempo, pautar o trabalho de um artista possivelmente em ascensão e, obviamente, vender mais. “Percebe-se, portanto, como o circuito de produção, difusão e consumo da arte encontra pontos de convergência com o circuito de produção, difusão e consumo de notícias” (CUNHA; TEIXEIRA; MAGALHÃES, 2002, p. 5). Os dois meios estão extremamente interligados e

encontram seu ponto de encontro no jornalismo cultural. É exatamente disso que surge a importância do filtro e do abandono da condescendência, pois é importante que o jornalista compreenda a atuação da indústria cultural no meio.

Com esse filtro às vezes aparentemente obstruído, os cadernos e revistas de jornalismo cultural passaram a pautar uma gama bem maior de assuntos, aqueles que não se referem exclusivamente às sete artes, de acordo com o que falamos ao início deste tópico. Conforme podemos ver em muitos casos, temas como, por exemplo, moda, gastronomia e esoterismo – mais relacionados ao entretenimento do que à cultura erudita – foram sendo introduzidos e assimilados ao cotidiano do jornalismo cultural. Dessa forma, constatou-se uma tendência de a cobertura cultural ganhar uma aura de “comportamento”. Um dos motivos para que isso ocorresse foi o crescimento estrondoso da própria produção artística que, a partir da década de 1990, diversificou-se especialmente por causa do avanço tecnológico, como confirma Daniel Piza (2003, p. 57):

Especialmente a partir dos anos 90, alguns assuntos que pertencem obviamente ao universo cultural, embora não sejam exatamente linguagens artísticas ou intelectuais, ganharam mais e mais espaço nos cadernos culturais. [...] Tudo isso é, de certo modo, um ganho para o jornalismo cultural, pois abre suas fronteiras. Seu papel nunca foi apenas o de anunciar e comentar as obras lançadas nas sete artes, mas também refletir (sobre) o comportamento, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte ao mesmo tempo integrante e autônoma.

Assim, a circulação de informação também cresceu, junto aos milhares de filmes, discos, livros e peças, todos à disposição do público. Nessa mesma década, a ideologia do jornalismo cultural tornou-se eclética. Por isso, o que pode acontecer é que em veículos diferentes do gênero possa haver noções editoriais tão diversas acerca do que pautar: um pode ter uma visão mais questionadora da indústria cultural, enquanto outro pode apenas aderir acriticamente à seus produtos. Há muito a ser visto e o espaço está cada vez mais exíguo, perdido entre colunas sociais e anúncios. Em contraponto a isso, existem as revistas mensais de cultura, como a “Bravo!” e a “Cult”, por exemplo, que buscam se colocar de forma mais independente quando comparadas a veículos de tiragem diária ou semanal. Esse tipo de publicação também tem a vantagem do tempo a seu favor, com a possibilidade de aprofundar e criar referências com relação aos conceitos estéticos, históricos e filosóficos, base para um bom jornalismo cultural.

Contudo, nem sempre é o que ocorre e, algumas vezes, o veículo pode resvalar para o trato de assuntos relativos à agenda. A questão não é o fato de serem publicados

os roteiros culturais porque, enfim, isso tornou-se uma necessidade real nas nossas vidas. O problema, em si, está em tratar as temáticas, em geral, de forma superficial, especialmente por possuírem mais tempo e espaço para desenvolver um conteúdo. Como consequência dessa grande quantidade de temas para pautar, muitos cadernos de cultura acabam se perdendo em um jornalismo de agenda, ou seja, aquele que unicamente noticia quais serão as atividades culturais da semana, apenas com o objetivo de informar, sem refletir ou aprofundar. Essa condição atual é fruto de diversos fatores, especialmente a falta de tempo e o pouco espaço. Contudo, não podemos deixar isentos de responsabilidade alguns jornalistas que, baseando-se apenas em releases enviados por produtores ou assessorias, deixam de apurar matérias e pensar em uma nova roupagem para um determinado tema com o ensejo preguiçoso de apenas copiar o que lhes foi enviado.

Considerações Finais

Esses novos temas pautados pelo jornalismo cultural possuem, em geral, um léxico menos complicado e questões menos aprofundadas – não queremos generalizar, obviamente, pois tudo depende do viés sob o qual é visto – o que leva, em alguns casos, à simplificação demasiada dos textos. Por um lado, essa postura jornalística pode facilitar o acesso e a compreensão do público em geral, contudo, por outro, pode subverter a linguagem original do gênero, tendendo a afastar seus leitores mais comuns, que possuem um grau de instrução mais elevado.

Longe vão os tempos que os formalistas podiam sustentar orgulhosamente o valor do estranhamento e da singularização como critérios indiscutíveis de qualidade artística. Hoje, por força do imaginário jornalístico associado à ideia mercadológica de satisfação do consumidor a qualquer custo, tudo deve passar por estratégias de familiarização, de simplificação, de limitação ao conhecido. Toda impureza deve ser sacrificada; toda diferença, eliminada; toda dificuldade, suprimida; toda aspereza, sufocada. (SILVA, 2000, p.137-138)

A aversão a qualquer tipo de complexidade por parte dos cadernos e revistas de cultura, com o objetivo de ampliar o quórum de leitores, em muitos casos, pode ter uma reação contrária, atraindo novos e afastando os mais antigos e assíduos. Uma saída possível para essa possibilidade é dada por José Geraldo Couto (apud Cunha, Teixeira e Magalhães, 2002, p.8), que defende que o jornalismo cultural deve se dedicar a complicar o óbvio, no sentido de problematizar questões mais superficiais, e simplificar o complexo, para ampliar o alcance de produtos considerados mais difíceis. Esse tipo de

alternativa coloca o jornalismo cultural em uma posição extremamente pragmática, como se houvesse uma receita pronta para cada situação ser resolvida, complicando o simples e facilitando o complexo, buscando manter um equilíbrio fajuto entre as matérias e a linguagem indicada para cada uma. Dentro do padrão de uma linguagem mais acessível juntamente a assuntos mais variados, os cadernos diários acabam se tornando cada vez mais superficiais. De acordo com Piza (2003, p. 53), os assuntos preferidos são “o cinema americano, a TV brasileira e a música pop. Contudo, esses assuntos não devem ser limitadores na forma de abordagem. Não se deve complexificar o simples, conforme falado antes, mas é importante, sim, que sejam incluídas áreas de diversas faixas do repertório cultural, inclusive as de interesse popular, como o futebol e a televisão, dando a essas o mesmo tratamento que pode ser dado a Benjamin e Barthes, por exemplo.

Para que isso ocorra sem ser de maneira forçada, o jornalista também precisa tomar cuidado para não querer falar de forma subestimante com relação a um assunto que não seja da cultura erudita, referindo-se ao tema com inferioridade. O que pode ocorrer muitas vezes é que alguns temas, por não serem considerados “bons o suficiente” para o espectro do jornalismo cultural, sejam tratados pelos intelectuais de forma diminuidora, constituindo o âmbito da cultura como um lugar a ser retratado só sob um viés erudito, da dita “alta” cultura, conforme alerta Spivak (1990, p. 34) para “o perigo de se constituir o outro e o subalterno apenas como objetos de conhecimento por parte de intelectuais que almejam meramente falar pelo outro”. Segundo a autora, a tarefa do intelectual pós-colonial deve ser a de criar espaços por meio dos quais o sujeito subalterno⁵ possa falar para que, quando ele o faça, possa ser ouvido. Ou seja, daí surge a importância de se trazer à tona temáticas que contemplem tanto a cultura subalterna quanto a cultura erudita, ambas de forma clara, contextualizada e aprofundada, sem fazer diferenças no tratamento.

“Que todos entendam e que os eruditos respeitem” é a frase que o alemão Tobias Peucer, em 1696, utilizou para se referir ao jornalismo. Esse deveria ser um lema sempre em vista especialmente dentro do gênero cultural, priorizando a clareza, a objetividade e, ao mesmo tempo, a dignidade do que se escreve, sem esquecer-se da importância de não pender para nenhum dos dois lados. Assim, cabe ao jornalismo

⁵ Para Spivak (2004, p. 20), o termo subalterno descreve “as camadas mais baixas da sociedade constituídas pelos modos específicos de exclusão dos mercados, da representação política e legal, e da possibilidade de se tornarem membros plenos no estrato social dominante”.

cultural fugir de limitações temáticas que possam enquadrá-lo de forma estreita ao viés teórico frankfurtiano. Para isso, é necessário que se evite uma distinção maniqueísta entre alta e baixa cultura em prol de uma postura mais reflexiva e democrática. Ainda assim, não se pode negar a diferença desses níveis distintos que insistem em se dissociar dentro do jornalismo cultural. Saber confluí-los com maestria faz parte do ofício diário do jornalista da área de cultura.

REFERÊNCIAS

- ARENDT, Hannah. **Entre o Passado e o Futuro**. Perspectiva, 1987.
- ARENDT, Hannah. **La Crise de la Culture**. Cidade: Folio-Essais, 1972.
- BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.
- COUTO, José Geraldo. **Jornalismo cultural em crise**. In: DINES, Alberto; MALIN, Mauro. *Jornalismo brasileiro: no caminho das transformações*. Brasília: Banco do Brasil, 1996.
- CUNHA, Leonardo Antunes et al. **Dilemas do jornalismo cultural brasileiro**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-ferreira-magalhaesdilemas-do-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2013.
- FARO, José Salvador. **Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural**. Disponível em: <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_j_s_faro.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2013.
- PEIRCE, Charles. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1990.
- PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.
- RIVERA, Jorge. **El Periodismo Cultural**. Buenos Aires: Paidós, 1995.
- SILVA, Juremir. **A Miséria do Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- SIQUEIRA, Euler David; SIQUEIRA, Denise da Costa. **A cultura no jornalismo cultural**. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3195/3005>>. Acesso em 10 jun. 2013.
- SPIVAK, Gayatri. **Pode o Subalterno Falar?**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.
- TSUTSUI, Ana Lúcia. **Revista Cult: canal de expressão pública da produção intelectual**. São Bernardo do Campo, 2006. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=114581>. Acesso em: 10 jun. 2013.
- TRAVANCAS, Isabel. **O Livro no Jornal: os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90**. Cotia: Ateliê Editorial, 2001.