

O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista *Raiz*

Debora Lopez e Marcelo Freire*

Índice

1 Introdução	1
2 Origem do Jornalismo Cultural	3
3 Gêneros no Jornalismo Cultural	6
4 A <i>Raiz</i> da informação	8
5 Referências	11

Resumo

O Jornalismo Cultural ainda é um ramo pouco explorado dentro dos estudos de comunicação. As pesquisas na área estão centradas, fundamentalmente, nos estudos

*Debora Cristina Lopez é doutoranda em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, mestre em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná. É docente dos cursos de Jornalismo do Centro Universitário FIB e da Faculdade Social da Bahia, em Salvador, Bahia. E-mail: derbynha@yahoo.com.br.

Marcelo Freire é mestrando em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia e graduado em Comunicação Social - Jornalismo pelo Centro Universitário FIB, em Salvador, Bahia. É integrante do Grupo de Estudos em Jornalismo On Line (GJOL) da Universidade Federal da Bahia. Atua como professor no Centro Universitário FIB, em Salvador, Bahia, e é editor dos sites do Jornal da Manhã e do Bahia Meio-Dia, na Rede Bahia de Comunicação, também em Salvador. E-mail: marcelofreire@gmail.com.

sobre os suplementos culturais dos grandes jornais e na influência da indústria cultural nos fazeres jornalísticos na cobertura desta editoria. Neste artigo buscaremos um caminho diferente, tratando da questão dos gêneros jornalísticos no jornalismo cultural e sua articulação como ferramenta de representação das identidades culturais. Utilizamos, nessa perspectiva, as discussões teóricas propostas por Gadini (2003; 2004), Rivera (2000), Piza (2004), Mello (1994) e Beltrão (1980). Essa abordagem será feita a partir da revista *Raiz* e da análise da concatenação dos diferentes gêneros na busca pela informação em profundidade.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural; Gêneros Jornalísticos; Reportagem.

1 Introdução

O jornalismo cultural é conhecido no Brasil fundamentalmente através de dois gêneros: a crítica e a agenda. Crônica, perfil, notas e principalmente a reportagem acabam sendo colocados de lado no cotidiano da grande imprensa brasileira, restando às revistas especializadas e, na maior parte das vezes, menos conhecidas do público, essa função. O presente artigo pretende analisar, através da Re-

vista *Raiz – cultura do Brasil*, o uso das reportagens no jornalismo cultural e sua relevância para a produção de informação nessa editoria. Analisaremos, para isso, a edição número 06 da revista, publicada em setembro de 2006. Escolhemos essa edição por trazer, na reportagem especial, uma discussão sobre os conceitos de popular e erudito, pautados na inserção da arte popular na 27^a Bienal Internacional de São Paulo.

Pretendemos, antes, delimitar sobre o Jornalismo Cultural, sua conceituação, suas áreas de atuação e também fazer uma sucinta contextualização do início deste tipo de cobertura para chegarmos no objeto em questão. Primeiramente, vamos abordar quais são as definições de cultura que norteiam o Jornalismo Cultural. Para María J. Villa (1998), uma concepção mais superficial define que a cultura é proveniente do conhecimento e, geralmente, aplicada a um grupo de pessoas que detêm o “saber” e o “bom gosto”. A autora destaca três significados comuns de cultura,

Apesar da amplitude da abordagem do conceito dessas disciplinas [antropologia e sociologia], o uso generalizado imprime ao conceito de cultura um gama de significados como: 1) estado de desenvolvimento da mente (uma pessoa culta); 2) os processos deste desenvolvimento (os “interesses culturais” ou os “processos culturais”) e 3) os meios destes processos (as artes e as “produções intelectuais”). (VILLA, 2000, p.5)

O terceiro destes pontos é o que mais nos interessa por explicitar qual é o objeto do Jornalismo Cultural – as artes e produção intelectual. A sua própria definição contém intrinsecamente uma visão do que é cultura.

Jorge Rivera (1995, p.19) vê como objeto deste tipo de cobertura uma área complexa e heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou de divulgação o terreno das belas artes; letras; as correntes do pensamento das ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular. Além de estar relacionada a muitos outros aspectos que têm a ver com a produção, circulação e consumo de bens simbólicos.

Já para Ivan Tubau (apud VILLA, 2000, p.2), “Jornalismo Cultural é a forma de conhecer e difundir os produtos culturais de uma sociedade através dos meios de comunicação de massa”. Tanto a definição de Jornalismo Cultural de Tubau quanto a de Rivera estão mais focadas na cultura do que no jornalismo. Contudo, a primeira é restritiva demais, sem nos dar uma clara noção do que são os produtos culturais, e a segunda é ampla demais mostrando uma chamada cultura popular que nos permite englobar áreas muito diversas do conhecimento sem abordar questões mais pragmáticas.

Com o intuito de fugir de generalizações de objeto, como a idéia de que “tudo é cultura na ação humana” (GADINI, 2004a, p.15), Sérgio Luiz Gadini trata com categorias de conteúdo no Jornalismo Cultural, como: música, literatura, teatro, cinema, artes plásticas etc. A definição do autor equilibra as duas variáveis no Jornalismo Cultural e, por isso, será a adotada neste trabalho.

Compreende-se por Jornalismo Cultural os mais diversos produtos e discursos midiáticos orientados pelas características tradicionais do jornalismo (atualidade, universalidade, interesse, proximidade, difusão, objetividade, clareza, di-

nâmica, singularidade, etc) que ao pautar assuntos ligados ao campo cultural, instituem, refletem/projetam (outros) modos de pensar e viver dos receptores, efetuando assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde o mesmo é produzido, circula e é consumido. (GADINI, 2004b, p. 1)

O autor utiliza a idéia de cultura, não em um sentido antropológico, mas como “a produção / veiculação e consumo / recepção ou identificação dos modos de ver, pensar, agir e (se) expressar dos indivíduos ou grupos humanos” (2003a, p. 214). Entender como o jornalismo trata esses “modos de ver” ao longo de sua história é o que abordaremos no próximo tópico para entender como as abordagens em relação à cultura estão vinculadas a determinados momentos históricos, não fazem mais sentido nos dias de hoje ou, ao contrário, foram indevidamente deixadas de lado.

2 Origem do Jornalismo Cultural

Sobre a origem do Jornalismo Cultural, um marco inicial é consenso para diversos autores, a revista diária *The Spectator*, de 1711. Seu objetivo era de fomentar a discussão, nos centros formadores de opinião, sobre lançamento de obras artísticas e filosóficas a partir de ensaios e críticas. Daniel Piza associa o seu surgimento ao crescimento dos centros urbanos

Em outras palavras, a *Spectator* – portanto o jornalismo cultural, de certo modo – nasceu na cidade e com a cidade. [...] A *Spectator* se dirigia ao homem

da cidade, “moderno”, isto é, preocupado com modas, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltando diante das mudanças no comportamento e na política. Sua idéia era a de que o conhecimento era divertido, não mais a atividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam. (PIZA, 2004, p.12)

Fundada por dois ensaístas ingleses, Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1719), a *Spectator* era marcada pela avaliação de idéias e valores em diversos campos da arte. Entretanto, Rivera destaca a existência de outros veículos contemporâneos que eram produzidos também por escritores e voltados para o mesmo público urbano.

Desde o começo do século XVIII, com a produção pioneira de jornalistas-escritores como Swift, Defoe, Addison e Steele para periódicos como *The Taler*, *The Spectator*, *The Review* e *The Examiner*, o campo do chamado Jornalismo Cultural não parou de crescer e se expandir no mundo inteiro, com um aspecto mais de *haute vulgarisation* e do profundo processo de socialização e diversificação cultural deflagrado pela imprensa de Gutenberg em meados do século XV. (RIVERA, 2000, p.41)

O crescimento do Jornalismo Cultural em outros centros urbanos europeus se deu no mesmo século, com o fortalecimento dos estados nacionais e o surgimento do público e demanda por produtos culturais. Sérgio Luiz Gadini (2003b) destaca que, em Lisboa, isso acontece a partir do ano de 1755. O autor ressalta que foi apenas nos anos de 1800

que se pôde encontrar vestígios históricos de uma atividade cultural mais intensa, em Paris, Barcelona e algumas cidades italianas.

Além do ensaísmo típico deste período, outro gênero jornalístico vai se destacar no jornalismo cultural, a crítica. Ambos tornam-se ainda mais influentes com o crescimento da industrialização, em meados do século XVIII. Piza (2004) aponta como o pai da crítica Dr. Johnson, que foi referência para uma longa linhagem de especialistas que, comumente, acumulavam as funções de jornalistas e escritores.

Johnson é o pai de todos os críticos europeus, americanos ou brasileiros cujas opiniões sobre um livro ou qualquer outro tema, nos séculos seguintes, eram esperadas com fôlego preso por uma pequena, mas decisiva platéia. [...] Hazlitt, depois de Dr. Johnson, também foi árbitro do gosto de toda uma geração, no século XVIII, guiando não só os argumentos para qualificar o trabalho dos novos criadores, mas também as reavaliações de clássicos, com o próprio Shakespeare. [...] Tratando a estética quase como uma religião, ele [John Ruskin (1818-1900)] marcou época de tal maneira que se tornou umas das maiores influências sobre a literatura moderna de um grande francês, Marcel Proust (1871- 1922), que também foi um crítico militante nas páginas do *Le Figaro*. Cada opção de cor, para Ruskin, era um gesto moral, uma opção filosófica; e essa postura atraiu Proust, até hoje para muitos um compósito ideal de intelectual e artista. (PIZA, 2004, p.13-15)

Também no século XIX, o Jornalismo Cultural cruzou o Oceano Atlântico e começou a tomar vulto nas Américas. Daniel

Piza (2004) atribui a multiplicação dos críticos culturais nos Estados Unidos ao crescimento econômico do país, na segunda metade do mesmo século. O autor associa o crescimento deste tipo de cobertura, no Brasil, à produção de Machado de Assis: “o jornalismo cultural só ganharia força no final do século XIX; e dele nasceria o nosso Henry James, Machado de Assis (1839-1908) que começou a carreira como crítico de teatro e polemista literário” (PIZA, 2004, p.16).

Já Sérgio Gadini remete a um marco anterior ao apontado por Piza, mas só considera o efetivo crescimento do Jornalismo Cultural no Brasil nos anos de 1930.

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. (GADINI, 2003a, p. 217)

De forma complementar, Rivera (2000) atribui esse crescimento nas primeiras décadas do século XX ao aparecimento dos movimentos culturais e literários de vanguarda que publicaram diversas revistas com suas propostas ideológicas e estéticas. Entre elas estão *Klaxon*, *Revista de Antropofagia*, *Estética*, *Terra Roxa*, *Leitura*, *Don Casmuro*, *Diretrizes*, *Espírito Novo*, *Hierarquia*, etc.

Entretanto, neste período entre a chegada e o crescimento, efetivo, do Jornalismo Cultural no Brasil houve consideráveis mudanças no fazer jornalístico e, por conseguinte, neste tipo de cobertura.

No final do século XIX, o jornalismo começou a mudar e, com ele, o estilo da crítica cultural feita em periódicos. [...] As críticas às artes saíram do seu circuito de marfim: Shaw [George Bernard Shaw (1856 – 1950)] as lançou no meio da arena social, exigindo que se comprometessem com questões humanas vivas, mostrando, por exemplo, que uma ópera de Mozart era composta de muito mais elementos que as belas melodias e o figurino pomposo. O crítico cultural agora tinha que lidar com idéias e realidades, não apenas com formas e fantasias. [Até a virada para o século] O jornalismo cultural também “esquentou”: descobriu a reportagem e a entrevista, além de uma crítica da arte mais breve a participante. Das conversações sofisticadas de Addison e Steele até as resenhas incisivas de Zola, Kraus e Shaw, o jornalismo cultural tomou sua forma moderna. (PIZA, 2004, p.17-19)

Para o autor, o crítico do início do século XX “é mais incisivo e informativo, menos moralista e meditativo” (PIZA, 2004, p.20). A entrada, neste mesmo período, de um novo elemento, a Indústria Cultural, traz outras modificações que não estão ligadas apenas ao fazer jornalístico, mas à forma de se entender a cultura. Denise da Costa Oliveira Siqueira e Euler David de Siqueira (2004) explicam que, a partir deste momento, as obras passam a ser produtos culturais, deixam os salões e passam a ser reproduzidas

em larga escala. Os artistas dependem apenas do “mercado”. “Em resumo, o valor de uso de uma ópera, de um livro, de um disco, de um espetáculo de dança, aos olhos do capital, é poder realizar o valor de troca ali contido permitindo a valorização e a acumulação do capital” (SIQUEIRA e SIQUEIRA, 2004, p. 4-5).

Siqueira e Siqueira lembram que, dentro desta lógica, o Jornalismo Cultural busca levar informações sobre o campo artístico: artes cênicas (dança e teatro), música, artes plásticas, literatura.

Na prática das redações, assessorias de comunicação e de imprensa, divulgadores, representantes de gravadoras e de patrocinadores disputam a pauta. Editores, repórteres e pauteiros têm que lidar com essa questão cotidianamente. A disputa por um espaço que é jornalístico, mas tem um peso comercial, faz o trabalho em cadernos de cultura ter como característica a dialética entre o discurso sobre arte/espetáculos/questions contemporâneas e o capital ou entre valor de uso e valor de troca. (SIQUEIRA e SIQUEIRA, 2004, p. 2)

Sobre os cadernos culturais citados pelos autores, Piza destaca que os suplementos diários de cultura estão cada vez mais superficiais com uma ênfase excessiva nas entrevistas com celebridades e aumento do espaço para colunistas, que normalmente não são jornalistas, ao invés da crítica cultural de opinião fundamentada. “Os assuntos preferidos, por extensão, são o cinema americano, a TV brasileira e a música pop, que dominam as tabelas do consumo cultural” (PIZA, 2004, p. 54).

Acreditamos que as características da cobertura no segmento de cultura não se aplicam, apenas, aos suplementos diários, principal objeto de estudo na área, mas, também, aos demais formatos. Além dos suplementos em jornais diários de tiragem massiva, os outros tipos de publicação, como sistematiza Rivera (2000, p.20) são: revistas literárias de pequena circulação, publicações acadêmicas altamente especializadas, *fanzines*, revistas de divulgação que trabalham com recortes temáticos muito diferenciados entre si, coleções em fascículos etc.

3 Gêneros no Jornalismo Cultural

Ao longo da história do Jornalismo Cultural, diversos gêneros jornalísticos foram sendo associados, prioritariamente, a esse tipo de cobertura. No início, o ensaio de Addison e Steele, depois a crítica, até a incorporação de reportagem, notícias e notas no final do século XIX. Para alguns autores, a natureza do objeto requer uma cobertura focada na opinião, sempre fundamentada, em vez de ser meramente informativa. Por isso, apresentaremos os gêneros que, ao longo da história, se cristalizaram como os mais utilizados, tanto do Jornalismo Informativo quanto Opinativo¹. Piza destaca como os usos excessivos de alguns deles podem ser nocivos.

¹Sergio Gadini (2004a, p. 98) ressalta que o jornalismo cultural apresenta uma miscigenação entre informação, interpretação e opinião. “Pode-se falar num relativo abandono ou esquecimento de modelos tradicionalmente usados para separar a produção jornalística em gêneros como opinativo, informativo e interpretativo. O que se vê no jornalismo cultural brasileiro, de certo modo, opera em sentido contrário a esta tendência em separar discursos por gêneros”.

As equipes têm menos repertório e ambição e trocam a exigência pela complacência (tudo é bom, desde que o leitor goste) e o charme pela previsibilidade (a construção do texto é convencional, a opinião omitida idem). O resultado, claro, é uma diminuição sensível na pluralidade e criatividade. Tudo isso se deve também às medidas que foram tomadas na última década para igualar o jornalismo cultural aos outros, como o político e o econômico, como se ele viesse da mesma dosagem de “hard news”. (PIZA, 2004, p. 65)

O autor toma como exemplo a reportagem que, diferentemente das outras editoriais, no Jornalismo Cultural não está vinculada com a mesma frequência ao calor dos fatos, à cobertura em tempo real, e, ainda assim, é abordada como “hard news”, sem os diferenciais de profundidade e multiplicidade necessários. Entretanto, é possível fazer com que, mesmo não sendo fundamentalmente informativo, o jornalismo cultural conte com reportagens vinculadas a temas factuais. O jornalismo cultural é, antes de mais nada, jornalismo. Com isso prescinde de um vínculo com a atualidade. Um relançamento, evento ou data comemorativa, neste sentido, pode ser usado como um gancho para a elaboração de uma reportagem especial.

Características que são fundamentais para a própria constituição do gênero, como podemos ver na conceituação de reportagem como relato ampliado de um acontecimento com repercussões no campo social, (cf. MELO, 1994). O gênero mais relacionado ao Jornalismo Cultural, a crítica, não é vista por José Marques de Melo como sendo jornalístico por ser, normalmente, produzida

por especialistas em campos co-relatos do conhecimento. O gênero similar realizado por jornalistas, a resenha, é definida pelo autor como a “apreciação das obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores” (MELO, 1994, p.125). Em contrapartida, o argentino José Rivera tem uma definição mais completa.

A crítica, em uma visão clássica, necessariamente, redutiva, se propõe a resumir o sentido da obra e o estabelecimento de um juízo de valor sobre ela; o de modo sumário se propõe uma interpretação e uma estimacão (com todas a cautela e precaução que se impõe a subjetividade do valorativo). [...] O essencial da resenha, em síntese, é, precisamente, o seu caráter informativo e superficial. Uma resenha não deveria ser confundida, como às vezes é, com uma crítica de obra ou autor, já que esta última supõe um aparato teórico e um aprofundamento intrínseco e extrínseco muito mais exigente. [...] A crítica e a resenha jornalística, em definitivo, são um serviço de grande responsabilidade, e, neste sentido, é desejável que se encontrem imbuídos de um certo espírito de lealdade com os leitores e autores. (RIVERA, 2000, p.116-117)

O autor argentino destaca ainda no Jornalismo Opinativo a presença de crônicas que Luis Beltrão (1980, p. 68) explica como a associação da opinião do jornalista e sua explicação dos fatos como são. Já para Marques de Melo, “a crônica moderna gira permanentemente em torno da atualidade, captando com argúcia e sensibilidade o dinamismo da notícia que permeia toda a produção jornalística” (1994, p. 154). Rivera

ressalta a importância da crônica no Jornalismo Cultural, servindo como registro histórico dos “modos de ver”. Ela é “evocadora de fenômenos e episódios da vida intelectual e artística, convertendo-se em um repositório insubstituível para o historiador dos processos culturais”. (2000, p.126).

Dentro do Jornalismo Informativo, trataremos com a idéia de relatos para referenciar notas, notícias e reportagens. Segundo Marques de Melo, a nota se destina aos “acontecimentos que estão em processo de configuração” (MELO, 1994, p. 65). Já a notícia “é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social” (MELO, 1994, p. 65) e a reportagem “é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística” (MELO, 1994, p. 65). Além disso, são encontrados no Jornalismo Cultural os gêneros perfil e entrevistas que, segundo Marques de Melo constituem, atualmente, um gênero Informativo específico (1994, p. 175). Rivera (2000) associa os dois a personagens de interesse público.

O perfil, abundantemente utilizado no jornalismo cultural, não é outra coisa, senão a apresentação rápida, esquemática e informativa, de uma figura literária, artística ou intelectual, sobre a que se deseja informar a um público não especializado. [...] O perfil requer um certo grau de informação pontual sobre as características de um personagem (não mais, definitivamente, que o assimilável para um leitor médio com interesses só superficial),mas exige uma mudança considerável na capacidade para intuir suas facetas e apresentá-lo de maneira atraente e

interessante em seus aspectos humano e intelectual. [...] Uma entrevista é no essencial um encontro combinado entre um jornalista (o entrevistador) e uma figura pública ou privada (o entrevistado) com o objetivo de obter informação desta última e comunicá-la através de um meio gráfico, radiofônico, televisivo, etc. [...] Em linhas gerais, o entrevistado é uma figura de certo destaque - escritor, artista, editor, investigador, professor universitário, diretor de cinema ou teatro, etc. -, cujas opiniões possuem um valor indicativo ou orientador a que se designa um interesse público de certo modo e daí a decisão de difundir-la através de um meio determinado. (RIVERA, 2000, p.119-126)

A reportagem, no jornalismo cultural, mesmo quando apresentada em veículos de circulação diária, traz uma estrutura mais interpretativa, característica de revistas semanais, vinculada à crítica. Gadini (2004b, p. 3) lembra que, mesmo assim, os grandes meios de comunicação não abrem mão da informação agregada a essas produções, “na maioria dos casos com lead e a preocupação com a atualidade e o gancho factual informativo”.

Gadini (2004b) lembra ainda que quase 50% do espaço total do jornalismo cultural na grande imprensa brasileira é utilizado para publicar roteiros, programação de televisão e colunas sociais. Além disso, detectamos a presença de entrevistas, normalmente pautadas em lançamentos de álbuns de bandas e filmes. As reportagens mais elaboradas, que apresentam triangulação de dados, exploram personagens, características de lugares e imagens acabam ficando restritas às revistas e suas publicações ou, em alguns ca-

sos, semanais ou mensais. Desta forma seria possível distanciar-se do que Gadini (2003b) conceitua de cultura *fast food*, de entretenimento rápido, que não exige reflexão por parte do público do meio de comunicação.

A informação cultural que se apresenta nesses ambientes e momentos, no entretenimento rápido a que Gadini se refere podem ser explorados conscientemente pelo jornalista, de maneira a não depreciar o jornalismo e o público. O jornalista, ao buscar referenciais de identificação do público e da sociedade em que o fato social se estabelece com a informação *fast food* minimiza suas ações e conseqüências.

4 A Raiz da informação

A Revista *Raiz – cultura do Brasil*, objeto de análise desse artigo, é ainda recente. Em sua sexta edição, a publicação tem como um de seus objetivos ir além do jornalismo de agenda. Isso se manifesta em sua linha editorial e na abordagem que dá às informações. Temas tratados por muitos veículos sob uma perspectiva meramente factual, como a 27ª Bienal Internacional de São Paulo são abordados na publicação como referenciais identitários. “O processo de construção de uma identidade é gradual e varia de acordo com os elementos que cerceiam o sujeito. A forma como o sujeito será interpelado irá determinar alterações a serem realizadas na aquisição e construção de sua identidade” (LOPEZ, 2005, p. 69). A mídia age de maneira determinante nessa interpelação do sujeito. No caso do jornalismo cultural, essa ação diz respeito à essência do leitor e da sociedade em que ele está inserido. Representar, por exemplo, uma manifestação de cultura popular através do jor-

nalismo de agenda, sem reflexão ou preocupação com as conseqüências e imbricamentos desse acontecimento reduz o jornalismo cultural, transportando-o para aquém de seu conceito fundamental.

Gadini propõe três elementos que atualmente são definidos como norteadores da tematização da mídia especializada em cultura no Brasil. Para ele, além da factualidade, um dos critérios fundamentais de pauta nos periódicos impressos estão os “eventos de reconhecimento impacto público em umas das duas principais metrópole do País – Rio de Janeiro e São Paulo – que por também integrarem a pauta e matérias disponibilizadas pelas agências noticiosas, têm grande possibilidade de entrar nas páginas dos jornais editados em várias outras cidades brasileiras” (GADINI, 2004a, p. 101)². A preocupação, nesse caso, gira em torno de duas vertentes: a) a padronização das coberturas em jornalismo cultural e b) a restrição, nessas coberturas, ao jornalismo informativo / de agenda.

Apontamos aqui a Revista *Raiz – cultura do Brasil* por se tratar de uma quebra com esse padrão. A publicação traz em seu conteúdo informações de agenda e serviço, como é característico do jornalismo cultural, mas procura não restringir-se a isso. Para tanto, conecta gênero e estratégias de construção da informação, como reportagem, perfil, ensaio fotográfico, entre outros. Essas reportagens, por serem voltadas a um público especializado e que, supostamente, interessa-se por artes e comunicação, lança mão de estratégias discursivas tex-

²Gadini apresenta também dois outros elementos, mas pretendemos aqui nos ater ao citado acima, devido ao encaminhamento que selecionamos para a pesquisa.

tuais e imagéticas diferenciadas para atingi-lo. Os enquadramentos das imagens buscam, constantemente, trazer os ambientes à presença desse leitor, seja através do recurso aos detalhes, como na reportagem *A Erudição do Popular*, seja na exploração de ambientes e luzes, como no ensaio fotográfico *Cultura de Estrada*. A reportagem citada traz à guisa de discussão os conceitos de arte erudita e arte popular. Para isso, além de conversar com especialistas e artistas, retoma conceitos acadêmicos, dando voz de fala aos autores consagrados da mesma maneira que atribui a fala aos especialistas e demais fontes orais. Desta forma, pensadores como Theodor Adorno e Max Horkheimer são apresentados como sujeitos próximos ao público e seus conceitos e compreensões são trazidos como informações, declarações e opiniões, não como textos complexos e discutidos pela comunidade acadêmica. O jornalismo torna-se reflexivo, denso, sem, no entanto, perder a leveza de seu estilo, como em:

Portanto, a dupla de pensadores da Escola de Frankfurt defendia que, se o povo não tem acesso à arte, não pode criá-la nem julgá-la. Para eles, Van Gogh não deveria virar figurinha. Já para o pensador Walter Benjamin, da mesma escola, “rompendo o envoltório da arte, põe os homens, qualquer homem, o homem de massa, em posição de usá-las e gozá-las”. (*Raiz – cultura do Brasil*. ed 06. set 2006. p. 28)

A ciência, ao tratar da cultura, da arte e da identidade é tratada nessa reportagem como próxima ao público. Conceitos acadêmicos como *homem de massa* e *Escola de Frankfurt* são abordados com a mesma naturalidade que o repórter apresenta, logo em

seguida a 27^a Bienal Internacional de São Paulo. Ainda assim, não se observa rebuscamento, confusão ou falta de coesão no texto. O critério de noticiabilidade da factualidade está atendido pela relação dos conceitos com o evento que acontece na capital paulista, além disso, apresenta-se também pelo marco geográfico, já que a revista é publicada em São Paulo e tem circulação nacional – o que é atendido pela abrangência das fontes selecionadas e dos personagens que integram as coberturas.

Para que a cobertura possa ser ampla e contemplar a densidade cultural que o tema traz em si, a publicação integra, além da reportagem conceitual citada as seguintes produções: uma entrevista com a curadora da 27^a Bienal Internacional de São Paulo, Lisette Lagnado; um ensaio sobre enquadramentos e categorizações em artes, que focaliza sua argumentação na arte em mídias digitais; um ensaio fotográfico que reúne seis fotos de borracharias brasileiras; a reportagem que retrata características turísticas da cidade de Belém para retomar elementos e marcas culturais locais.

Na entrevista *Fronteiras da Bienal*, Lagnado discute e defende a inserção de referenciais de cultura popular em um evento desse porte, relativizando os limites da arte contemporânea e de suas estratégias de manifestação. Como gancho, na tentativa de manter seu gancho fundamental, a factualidade, a revista centraliza a abordagem da entrevista na escolha, por parte da curadora, de um artista popular acreano para integrar a exposição. Mesmo na entrevista, apresentada em sua chamada como uma explicação – ou uma revelação – do motivo dessa inovação, as relações e análises entre conceitos e artistas.

Já no ensaio *Sobre Valores e Arte*, de Je-

sus de Paula Assis, a linguagem é mais literária, com menos recursos jornalísticos. Observamos que o texto é utilizado como uma complementação aos anteriores. Depois de conceituar arte popular e arte erudita, relacionando-as com a 27^a Bienal Internacional de São Paulo e de analisar como e porquê essa mudança se estabeleceu no evento, é chegado o momento de relativizar. Recorre-se, assim, à arte em mídia digital. No ensaio as imagens são demasiado valorizadas, ocupando mais espaço que o próprio texto impresso. Questionamentos e referências a personagens do mundo cultural, como Jeff Koons, Ticiano, Bartók, entre outros são apresentados sem maiores explicações, agindo como pontos de apoio à argumentação de que a mudança e a inovação têm seus méritos, fundamentalmente pela não reprodução de técnicas anteriores. Outra estratégia detectada no ensaio é a defesa da relação da arte com a identidade, com a cultura e com a sociedade. “Não existe artista desligado de uma cultura e a própria noção de erudição envolve mais método que conteúdo”, e segue, “Existe, antes de tudo, um método erudito, que consiste em um olhar crítico, na coleta de material, na interpretação deste e, eventualmente, em sua transformação em matéria-prima para um trabalho de fôlego” (*Raiz – cultura do Brasil*. ed 06. set 2006. p. 36). Observa-se no ensaio a lógica da complementação através da constante referência à distinção dos conceitos, a como erudito e popular se vinculam e como são, em muitos momentos, convergentes. Com muitas informações novas e referências a autoridades no campo da arte e do estudo das artes, Assis põe à prova e traz à discussão os conceitos apresentados anteriormente, estimulando a reflexão do pú-

blico e, dessa maneira, fugindo a das armadilhas do jornalismo cultural: a superficialidade informativa gerada pela opinião não fundamentada e o abandono da reflexão devido à supervalorização da informação de serviço e agenda.

O ensaio fotográfico *Cultura de Estrada*, feito pelo fotógrafo Ed Viggiani busca, ainda em complementação às produções anteriores, apontar para representações não esperadas de cultura e arte populares. “Em um país movido a quatro rodas e responsável por uma das maiores produções mundiais de borracha, a sensibilidade de um fotógrafo mostra que a arte ultrapassa as paredes de museus e galerias” diz o texto de Mariana Bergel (*Raiz – cultura do Brasil*. ed 06. set 2006. p. 40). Através de jogos de luzes e enquadramentos, Viggiani representa a cultura e mostra que, efetivamente, o ambiente reconfigura a cultura, reconstrói a arte, remodela situações supostamente padronizadas.

Ainda na busca pela representação da cultura popular e da cultura erudita e com o objetivo de mostrá-las relevantes, quando convergem ou quando divergem, a revista procura, na reportagem *Sob o Céu de Belém*, relacionar marcos históricos da capital paraense com características econômicas, turísticas, de arte e de eventos culturais e religiosos. Desta forma, através de textos verbais, do uso de estratégias jornalísticas de construção discursiva – como o uso de aspas e a descrição de locais e acontecimentos – e imagens que pontuam momentos sociais e culturais da cidade, se faz o jornalismo cultural. “As crianças participam da coleta do açaí, sem que isso signifique trabalho infantil. Na cultura local, é um elemento de união familiar, parte do legado indígena” (*Raiz – cultura do Brasil*. ed 06. set 2006. p. 54),

explicam os jornalistas Mauricio Paiva e Mônica Canejo.

As tradições, as ações, as representações, as características locais, os ambientes em que os sujeitos se inserem compõem a cultura local. Devem, portanto, ser observados e considerados pelo jornalista. Como finaliza Assis, “A arte está nas intenções, e para isso não existe saída material” (*Raiz – cultura do Brasil*. ed 06. set 2006. p. 39). Atentemos a essa afirmação e utilizamo-la no jornalismo cultural, pois ele é cultura, é arte e identidade. Desta forma, está também nas intenções, nos fazeres, no pensar o jornalismo e sua relevância social.

5 Referências

- BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre : Sulina, ARI, 1980.
- GADINI, Sérgio Luiz. Além da informação, serviço e orientação ao consumo: o jornalismo cultural como um (quase) sinônimo de interpretação e crítica. *Pauta Geral*, n.5, p 211-236, 2003a.
- GADINI, Sérgio Luiz. Em busca de um conceito (possível) de jornalismo cultural. *Pauta Geral*, n.6, p 93-112, 2004a.
- GADINI, Sérgio Luiz. *Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais*: Principais Características do Jornalismo Cultural nos Diários Brasileiros. Trabalho apresentado no II Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Salvador, Novembro de 2004b.
- GADINI, Sérgio Luiz. *O Jornalismo Cultural na Era da Indústria do Entreteni-*

- mento*. Trabalho apresentado no I Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília, Novembro de 2003b.
- LOPEZ, Debora Cristina. *Independência ou Morte: silenciamentos e reiteraões no discurso de O Estado de São Paulo em 1972 e 2003 sobre a Independência brasileira*. Dissertação de Mestrado em Letras. Unioeste. Cascavel, 2005.
- MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.
- PIZA Daniel. *Jornalismo Cultural*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- Revista Raiz – cultura do Brasil*. Ed. 06. set 2006.
- RIVERA, Jorge B. *Periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós, 2000.
- SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira e SIQUEIRA, Euler David. *Jornalismo cultural: espaço para reflexão sobre a noção de cultura*. Trabalho apresentado ao XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (2004) IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.
- VILLA, María J. EL PERIODISMO CULTURAL: Reflexiones y aproximaciones, em *Revista Latina de Comunicación Social*, jun 1998, n. 6, La Laguna (Tenerife). Disponível em www.ull.es/publicaciones/latina/a/83mjv.htm. Acesso em 01 nov 2005.
- VILLA, María J. Una aproximación teórica al periodismo cultural, *Revista Latina de Comunicación Social*, Nov 2000, n. 35 La Laguna (Tenerife). Disponível em www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm. Acesso em 01 nov 2005.