

Para entender o jornalismo cultural

To understand cultural journalism

Eliane Fátima Corti Basso

Professora na Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS e Universidade Anhembi Morumbi, de São Paulo. Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo.

O jornalismo cultural se constitui num campo teórico e prático de atuação jornalística e intelectual. Relaciona-se a ele a publicação feita através de “uma revista literária de pequena circulação, o suplemento de um diário de tiragem massiva, uma publicação acadêmica altamente especializada, um fanzine, uma revista de divulgação que trabalha com recortes temáticos muito diferenciados entre si, uma coleção fascicular etc.” (RIVERA, 2003: 20 – tradução nossa)¹. Acrescentam-se a esta lista as divulgações feitas por meio de *sites*, programas de TV e rádio, especializados.

Até bem pouco tempo, eram escassas as obras e os artigos sobre o campo do jornalismo cultural. Felizmente, de uns anos para cá, o tema tem suscitado a pesquisa, os debates e as reflexões. Em algumas universidades, existem cursos de pós-graduação especializados na área; outras já oferecem a disciplina de jornalismo cultural na grade de formação de bacharelado. Pesquisadores e autores nacionais e internacionais têm-se debruçado na definição desse campo que, ao contrário do que aparenta, é complexo e de difícil definição. Recorreu-se a algumas obras e textos de pesquisadores e jornalistas para escrever sobre essa temática, que também fez parte da tese de doutorado da signatária deste artigo, bem como a artigos de sua autoria².

Muito embora seja comum, não se deve relacionar ao jornalismo cultural apenas as temáticas tradicionalmente conhecidas como as sete artes e nem só a cultura erudita. Se por jornalismo cultural fosse entendida apenas a produção de artes, ele deveria chamar-se simplesmente jornalismo de artes. A visão desse campo tem-se ajustado ao longo do tempo a uma visão mais integradora,

tematizando, além das belas letras e das belas artes, os modos de vida, os sistemas de valores, as tradições e as crenças. Desta forma, tende a superar o prisma da dicotomia entre os campos da produção simbólica, de elite, popular e de massa, evidenciando a **difusão** (papel do jornalista cultural) e a **análise crítica** das culturas (papel do crítico de cultura).

Ao jornalista cultural ou ao crítico de cultura cabe o papel de levar à análise e à interpretação, de forma a dar subsídios mais aprofundados para o leitor, refletindo as formas de organização da sociedade através das artes e da produção cultural. À parte expor a filosofia estética de uma obra, por exemplo, cabe também a reflexão sobre as circunstâncias sociais e históricas em que foi concebida, no sentido de apresentar a obra como um **processo** cultural, na tentativa de captar o movimento vivo das idéias, e não apenas como **produto** do mercado da indústria cultural. Para Teixeira Coelho (2007: 25), o jornalista cultural é alguém que deve ser “capaz de colocar um fato cultural numa perspectiva histórica (e crítica), relacionada ao que está sendo tratado”. Nesse aspecto, Coelho chamou a atenção de que o verdadeiro jornalista cultural é aquele “capaz de encontrar a sua voz pessoal distintiva”.

Conceitualmente, o jornalista, professor e pesquisador argentino Jorge B. Rivera, no livro *El periodismo cultural* (2003), trouxe uma significativa contribuição. Para ele, o desenvolvimento desse campo ajustou-se a duas concepções básicas de cultura: a ilustrada e a antropológica. Portanto, oscila entre um sentido restrito e um total. A ilustrada, de acordo com o teórico Edgar Morin (1999), centra a cultura nas humanidades clássicas e no gosto literário-artístico. Rivera (2003: 16) esclareceu que a ilustrada tende a legitimar a difusão por meio específico de textos que se destinam a uma minoria de conhecedores. Do ponto de vista antropológico, ela passa a ser vista como a organização de um povo, seus costumes e tradições transmitidos de geração em

¹ “(...) una revista literaria de pequeña circulación, el suplemento de un diario de tirada masiva, una publicación académica altamente especializada, un fanzine, una revista de divulgación que trabaja con recortes temáticos muy diferenciados entre sí, una colección fascicular, etcétera” (RIVERA, 2003: 20).

² Ver debate *on-line Jornalismo cultural em pauta*, em <http://www.cultura.gov.br/programas_e_acoes/cultura_e_pensamento/projetos/index.php?p=29349&more=1&c=1&pb=1>.

geração a partir de uma vivência comum. Nesse aspecto, o crítico literário e ensaísta Alfredo Bosi explicou cultura como “conjunto de modos de ser, viver, pensar e falar de uma dada formação social” (BOSI, 2003: 309). Deste modo, passa a ser entendida como um elemento comum e universal, inserida em tudo o que o homem faz para melhorar sua condição de vida.

Desta relação entre *lato e stricto* do termo cultura é que parte a compreensão de ser o jornalismo cultural, também entendido, ao mesmo tempo, conforme Rivera (2003: 09), como um campo envoltório e excludente em que estão inseridos os sentidos de cultura antropológica e cultura das humanidades clássicas. Na obra *El periodismo cultural*, o autor apresentou um quadro amplo sobre o jornalismo cultural, a história e os gêneros que compõem a área. Dentro da abordagem conceitual, é possível encontrar nesse livro uma das definições mais completas para o campo. Para Rivera:

(...) tem-se consagrado historicamente com o nome “jornalismo cultural” uma zona muito complexa e heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou divulgatórios os terrenos das “belas artes”, as “belas letras”, as correntes do pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que têm a ver com a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos (RIVERA, 2003: 19 – tradução nossa).³

O jornalista Daniel Piza (2003) alertou sobre a temática na qual se debruça o jornalismo cultural, dizendo que a tendência da mesma, principalmente a partir dos anos 1990, tem sido ampliada para além dos assuntos que não fazem parte das chamadas sete artes, inserindo-se assuntos como a moda, a gastronomia e o *design*. Isso parece ser de fácil compreensão quando se observam as seções culturais dos principais jornais brasileiros. Nelas, moda, comportamento, quadrinhos, coluna social e o repertório da programação televisiva dividem espaços com as informações e análises críticas da produção literária e artística. Indo para além das páginas dos chamados “Segundos Cadernos”, é possível encontrar uma temática bem mais abrangente, em que os assuntos podem ser

³“(…) una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, crítico, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las ‘bellas artes’, las ‘bellas letras’, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental” (RIVERA, 2003: 19 – tradução nossa).

lidos numa dupla interpretação entre as editoriais, transbordando a análise e a divulgação dos produtos da chamada cultura ilustrada. Voltar-se-á a esse ponto.

Nessa abordagem multifacetada na relação com a informação nos meios de comunicação, o jornalista e professor de Comunicação e Informação Audiovisual da Universidade Complutense de Madrid, Francisco Rodríguez Pastoriza, em *Periodismo cultural*, lançado em 2006, relacionou o conceito de cultura de Abraham Moles, denominado como “cultura mosaico”, com fragmentos justapostos, como estrutura para entender a diversidade presente na editoria de cultura.

A cultura mosaico é aquela que iguala as informações relacionadas com o classicismo e as vanguardas com o utilitarismo e o consumo, o sublime com o *kitsch*. A que coloca, em uma mesma página do periódico, a subasta de um quadro de Velásquez e o último escândalo de Michael Jackson; em um mesmo programa de rádio, uma sinfonia de Beethoven e o último êxito *hip-hop*; em um mesmo programa de televisão, as declarações de um Prêmio Nobel da Literatura e as imagens promocionais da última entrega cinematográfica da saga de Torrente. (PASTORIZA, 2006: 13 – tradução nossa)⁴.

O livro de Pastoriza é também uma importante contribuição para a pesquisa acadêmica e para quem está interessado em trabalhar na área. Além de trabalhar o conceito, a origem e os gêneros do jornalismo cultural, trata da abordagem da estrutura e da diversificação da informação cultural no impresso, no rádio e na televisão. O autor apresentou uma visão ampla do trabalho e da formação do jornalista cultural com recomendações para entender o exercício da profissão, focalizando, em especial, as características do tratamento da informação cultural nas áreas das artes plásticas, da fotografia, do teatro, do cinema, da música e dos livros.

Ainda sobre o jornalismo cultural, Arthur Nestrovski assinalou a contradição na raiz do termo, situando o mesmo entre o efêmero e o intemporal, nas palavras do autor – “imediató” e “permanente”.

⁴“La cultura mosaico es aquella que iguala las informaciones relacionadas con el clasicismo y las vanguardias con el utilitarismo y el consumo, lo sublime con lo kitsch. La que coloca en una misma página Del periódico a subasta de un cuadro de Velásquez y el último escándalo de Michel Jackson; em un mismo programa de radio una sinfonia de Beethoven y el último êxito de hip-hop; em un mismo programa de televisión las declaraciones de un Premio Nobel de Literatura y las imágenes promocionales de la última entrega cinematográfica de la saga de Torrente”. (PASTORIZA, 2006: 13).

A palavra “jornalismo” vem do latim *diurnalis*, que significa “do dia”, menos no sentido de diurno do que de diário, cotidiano. “Cultural” é o um termo figurado, por analogia ao cultivo da terra. Jornalismo é do dia-a-dia; cultural, de longa duração. O jornalismo reage rapidamente aos acidentes; a cultura define a identidade de um grupo, ou de uma sociedade, e só se transforma aos poucos. O jornalismo cultural existe nessa tensão entre o contínuo e o permanente, com a balança quase nunca no meio (NESTROVSKI, 2000: 10).

É por conta da avalanche dos produtos da indústria cultural relacionadas às notícias sobre o **imediate** que recai parte da crítica atual sobre a banalização do jornalismo cultural, que pouco se debruça sobre a produção cultural entendida como **processo** cultural. Boa parte da produção cultural presente na mídia está assentada na arte lançada pelo mercado e no lazer, levando, muitas vezes, o produto cultural à condição de mercadoria, quantificado e qualificado numa escala de valores.

Nesse sentido, um estudo relevante é o de Wilsa Carla Freire da Silva (1997), que, ao analisar os cadernos de cultura dos jornais de São Paulo e do Rio de Janeiro, em dissertação de mestrado intitulada *Cultura em pauta: um estudo sobre o jornalismo cultural*, atribuiu um duplo papel para o jornalismo de cultura. De um lado, os cadernos diários que se traduzem pela aproximação com a informação de atualidade e a prestação de serviços, servindo como vitrines do mercado cultural; de outro, os cadernos semanais que apresentam uma postura mais autoral do que informativa, apostando na aproximação com a cultura acadêmica.

A pesquisadora espanhola Margerita Pérez de Eulate Vargas (1999) defendeu a idéia de que o jornalismo cultural se fundamenta como um gênero argumentativo de opinião, concebendo-se assim como um papel mais formador do que propriamente informador a respeito dos fatos e acontecimentos que circundam a cultura. Portanto, entende-se aqui que esse jornalismo cultural apresentasse como um espaço de cultura como conhecimento.

Tal ponto de vista refere-se a um discurso que possa enriquecer o repertório do público, possibilitando certo posicionamento em relação ao saber tradicional e à sua bagagem cultural. Foi neste sentido que Margerita Pérez de Eulate Vargas concebeu que, nas páginas do jornalismo cultural, “nascem o diálogo e a controvérsia ideológica que possibilitará o pluralismo e o encontro com a verdade. Delas

também se pode lutar contra a passividade e converter a cultura armazenada em algo vivo e eficaz” (1999 – tradução nossa)⁵. Entendido desta forma, do profissional dessa área exige-se uma formação intelectual rigorosa que possa abarcar a área pela qual escreve, compreendendo os códigos estéticos, de modo a seduzir o leitor.

No campo do jornalismo cultural, uma das características marcantes da produção tem sido a interface com o meio acadêmico. Para o Professor José Salvador Faro, nesta área acentua-se o caráter:

(...) analítico e autoral (...) situado fora do âmbito da factualidade do jornalismo convencional presente em outras editoriais (...) tendo como foco principal a construção de um sentido organizador da crítica conceitual que se desdobra, invariavelmente, numa estrutura analítica que a coloca como veiculadora de percepções que extrapolam o objeto sobre o qual se debruça. É essa força de estruturação que justifica a presença, no âmbito dessa produção especializada, de uma interface com o universo acadêmico (FARO, 2003: 1-3).

A participação dos intelectuais, denominada por Pierre Bourdieu como “intelectuais-jornalistas”, está situada “em um campo incerto entre o campo jornalístico e os campos especializados (literário ou filosófico etc.)”, exercendo dois efeitos principais:

(...) de um lado, fazer adotar formas novas de produção cultural, situadas em um meio-termo mal definido entre o exoterismo universitário e o exoterismo jornalístico; de outro, impor, em especial através de seus julgamentos críticos, princípios de avaliação das produções culturais que, conferindo a ratificação de uma aparência de autoridade intelectual às sanções do mercado e reforçando a inclinação espontânea de certas categorias de consumidores à “alodoxia”, tendem a reforçar o efeito de índice de audiência ou lista de *best-sellers* sobre a recepção dos produtos culturais e, também, indiretamente e a prazo, sobre a produção, orientando as escolhas (as dos editores, por exemplo) para produtos menos requintados e mais vendáveis (BOURDIEU, 1997: 111).

Por fim, uma análise consistente sobre a teoria e a prática do campo do jornalismo cultural é apresentada

⁵“(…) *nacen el diálogo y la controversia ideológica que posibilitan el pluralismo y el encuentro con la verdad. Desde ellas también se puede luchar contra la pasividad y convertir la cultura amenazada en algo vivo y eficaz*”. (VARGAS, 1998: 1-6).

no livro *Rumos (do) jornalismo cultural*, lançado em 2007. Nele está contida uma coletânea de textos de pesquisadores, jornalistas e artistas, brasileiros e estrangeiros. A abordagem recai sobre a formação desse profissional, o mercado de trabalho e as perspectivas. Na obra lançada a partir do programa de seminários, promovido pelo Itaú Cultural em 2004-2005, destacam-se textos como o de Teixeira Coelho, logo na abertura, que aponta três matizes para formação profissional: o diálogo com os valores novos e vigentes, a abordagem da diversidade cultural e a busca pela inovação.

Se o interesse for compreender a lógica mercantil que envolve também o jornalismo cultural, a sugestão é consultar o artigo de Herom Vargas (2004), que faz uma reflexão sobre as variáveis do processo de mercantilização da imprensa, levando em conta uma análise da notícia como produto.

Para fechar esse texto, retomam-se os apontamentos de Jorge B. Rivera:

(...) o melhor jornalismo cultural é aquele que reflete lealmente as problemáticas globais de uma época, satisfaz demandas sociais concretas e interpreta dinamicamente a criatividade potencial do homem na sociedade (tal como se expressam em campos tão variados como as artes, as idéias, as letras, as crenças, as técnicas etc.), apelando para ele uma bagagem de informação, um tom, um estilo e um enfoque adequado à matéria tratada e as características do público eleito (RIVERA, 2003: 11 – tradução nossa).⁶

Como já foi assinalado acima, o que acontece é que algumas vezes as temáticas podem transpassar as editorias tradicionais, podendo ser lidas numa dupla interpretação. São temáticas mediadas pela reflexão sobre as problemáticas globais do homem em sociedade, centradas muitas vezes na análise filosófica. Esta estruturação, analítica, interpretativa, crítica e autoral, muitas vezes ensaística, permite caracterizar o que Faro (2003) definiu como um “espaço público da produção intelectual”.

Bibliografia

BASSO, Eliane F. C. *Revista Senhor: Modernidade e cultura na imprensa brasileira*. Universidade Metodista de São Paulo. (Tese de Doutorado em Comunicação Social), 2005.

BOSI, Alfredo. *Dialética da colonização*. 4. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.

COELHO, Teixeira. Outros olhares. In. *Rumos (do) Jornalismo Cultural*. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007.

FARO, J. S. *Jornalismo Cultural: espaço público da produção intelectual*. Projeto de pesquisa da Universidade Metodista de São Paulo, 2003.

LINDOSO, Felipe (org.) *Rumos (do) Jornalismo Cultural*. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX – necrose*. 3ª. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

NESTROVSKI, Arthur. *Notas musicais: do Barroco ao Jazz*. São Paulo: Publifolha, 2000.

PASTORIZA, Francisco R.. *Periodismo Cultural*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A. 2006.

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

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

SILVA, Wilsa C.F. *Cultura em pauta: um estudo sobre o jornalismo cultural*. São Paulo: (Dissertação de Mestrado em Comunicação) - Universidade de São Paulo, 1997.

VARGAS, Margarita P. E. Las páginas culturales de los diarios como puente e comunicación con el lector. *Revista de Comunicación Social*. La Laguna (Tenerife). Março de 1999 – número 15.

VARGAS, Herom. Reflexões sobre o Jornalismo Cultural Contemporâneo. *Estudos de Jornalismo e Relações Públicas*, ano 2. n. 4, dezembro de 2004. São Bernardo do Campo, SP.

⁶ “(...) el mejor periodismo cultural es aquel que refleja lealmente las problemáticas globales de una época, satisface demandas sociales concretas e interpreta dinamicamente la creatividad potencial del hombre y la sociedad (tal como se expresa en campos tan variados como las artes, las ideas, las letras, las creencias, las técnicas, etcétera)” (RIVERA, 2003: 11).