

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

NALINI MAGALHÃES DE CASTRO

JORNALISMO CULTURAL:

As relações entre cultura e comunicação – um estudo de caso do jornal
Meia Hora de Notícias

NITERÓI

2012

NALINI MAGALHÃES DE CASTRO

JORNALISMO CULTURAL:

As relações entre cultura e comunicação – um estudo de caso do jornal
Meia Hora de Notícias

Monografia apresentada ao Curso de
Produção Cultural da Universidade
Federal Fluminense como requisito
parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Produção Cultural

Orientador: Professor Luiz Mendonça

NITERÓI

2012

AGRADECIMENTOS

A Deus, meu maior ouvinte em todos os momentos difíceis.

A minha mãe, por suas palavras amigas, seu carinho e amor incondicional e seus cafés da tarde que tanto me ajudaram na construção deste trabalho.

As minhas meninas Natalia Pacheco e Raquel Thomaz pela amizade, companheirismo, cobrança e paciência.

As queridas Daruína de Oliveira, Anna Beatriz Nogueira, Maria Clara Rocha, Renata Coelho, Karen Neumann e Joana Martins que dividiram e vivenciaram momentos memoráveis no IACS ao longo de nossas vidas acadêmicas.

A todos os amigos que me ajudaram diretamente ou indiretamente na conclusão deste trabalho.

Ao meu bem mais precioso e grande amor da minha vida, Sandro Freitas. Obrigada por todo amor, carinho, dedicação, compreensão e, principalmente, incentivo na finalização de mais esta etapa em nossas vidas.

Sumário

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 CULTURA:conceitos e significações.....	7
3 JORNALISMO CULTURAL: introdução.....	15
3.1 O princípio do Jornalismo Cultural.....	16
3.1.1 O Jornalismo Cultural no Brasil.....	20
3.2 Os dilemas e reflexões acerca do Jornalismo Cultural.....	24
4 JORNAL MEIA HORA DE NOTÍCIAS: um estudo de caso – introdução.....	28
4.1 Análise do jornal Meia Hora de Notícias.....	28
4.1.1 Desdobramentos do conteúdo analisado.....	31
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	36
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38
7 ANEXOS.....	40

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta uma proposta de pesquisa sobre a relação entre comunicação e cultura, mais precisamente no âmbito do jornalismo cultural. Para verificar esta conexão, pretende-se analisar separadamente alguns aspectos da área da comunicação e da cultura e da forma como cada uma exerce influência sobre a outra.

O jornalismo cultural se constitui em um campo teórico e prático de atuação jornalística e intelectual, podendo ser inicialmente compreendido como um gênero jornalístico responsável pela divulgação, veiculação e crítica das chamadas “sete artes”. Porém, em um estudo mais aprofundado, veremos que esta vertente jornalística apresenta muito mais especificidades, características e problemas.

Em um primeiro momento, o jornalismo cultural pode ser entendido como um gênero específico que nasce da necessidade da imprensa em atender a um público estratificado. Porém seu recorte temático, apesar de depender das pretensões das editorias de cultura e do segmento de público para o qual é destinado, pode e deve ir muito além da divulgação das artes, como é de costume se convencionar, ou então, da veiculação do entretenimento. Essas pautas devem apresentar um conteúdo de fácil entendimento sem deixar de conter uma reflexão crítica.

Para entender mais claramente como se caracteriza o jornalismo cultural, deve-se analisar separadamente a raiz desta expressão, no caso, jornalismo e cultura. A partir de uma crítica conceitual, numa tentativa de definição, procuraremos compreender suas características e complexidades. Tal perspectiva está diretamente relacionada com a dificuldade ainda presente em torno deste gênero jornalístico que é o jornalismo cultural.

No primeiro capítulo, pretendemos analisar os antecedentes históricos do conceito de cultura, recorrendo a diversos estudiosos de diferentes épocas, assim como seu desenvolvimento e o uso teórico nas concepções mais contemporâneas sobre cultura. Tendo esta preocupação inicial, procuraremos observar a influência deste conceito nas práticas do jornalismo cultural.

No segundo capítulo, pretendemos dedicar atenção ao surgimento do jornalismo cultural, assim como suas características, funções, problemas, como se estrutura nos cadernos diários e semanais e que lugar ocupa na ordem mercadológica do jornalismo.

No terceiro capítulo, teremos o estudo de caso do jornal carioca *Meia Hora de Notícias*. O período analisado refere-se à segunda e terceira semana do mês de fevereiro e a primeira e segunda semana do mês de março de 2013.

A escolha deste veículo para análise parte da observação de seu crescente consumo, desde sua criação no ano de 2005 até os dias atuais. Outro ponto preponderante para sua análise está ligado ao seu projeto gráfico, em formato menor comparado aos demais jornais e suas manchetes sensacionalistas como principal atrativo e fator motivacional de consumo. Será analisado também os desdobramentos dessa nova forma de impresso e como o jornalismo cultural é abordado neste jornal.

2. CULTURA: conceitos e significações

Cultura, “palavra armadilha”. Assim se refere o sociólogo francês Edgar Morin à dificuldade de definição deste termo devido a sua amplitude e variedade de sentidos. Como seu conceito não possui uma margem delimitada, sendo utilizado tanto nas ciências sociais quanto nas humanas, diferentes interpretações acabam por ocorrer, tornando o tema passível de discussão até o presente momento.

Stuart Hall também citou em seu estudo do por que a cultura ainda se encontra no centro de tantos debates. Segundo Hall, em certo sentido, a cultura sempre teve grande importância. “Nas humanidades, o estudo das linguagens, a literatura, as artes, as idéias filosóficas, os sistemas de crença morais e religiosos, constituíram o conteúdo fundamental (...) a cultura”¹.

De acordo com o dicionário brasileiro de língua portuguesa, compreende-se a palavra cultura como

Ato, efeito, arte ou modo de cultivar. Conjuntos das operações necessárias para que a terra produza; lavoura; categoria de vegetais cultivados; terreno cultivado; meio de conservar, aumentar e utilizar certos produtos naturais; (fig.) aplicação às coisas do espírito; estudo: *cultura das letras*; estado de quem tem desenvolvimento intelectual; conjunto de conhecimentos; instrução; saber: *homem de grande cultura*; apuro; esmero; elegância; adiantamento; civilização; (ant.) culteranismo. (Do lat. cultura). (FERNANDES & LUFT, 1993, p.263)

Nota-se uma denominação extremamente abrangente, englobando diferentes aspectos de diferentes âmbitos. Alguns dos significados descritos acima serão citados por estudiosos, outros porém rechaçados como veremos adiante.

O antropólogo francês Claude Leví-Strauss considera que “a cultura surgiu no momento em que o homem convencionou a primeira regra, a primeira norma.” (apud, LARAIA, 2006, p.54). Já Leslie White, antropólogo norte-americano

¹ Disponível em:

http://www4.fct.unesp.br/docentes/geo/necio_turra/PPGG%20-%20PESQUISA%20QUALITATIVA%20EM%20GEOGRAFIA%20/texto_stuart_centralidadecultura%5B1%5D.pdf. Acessado em 04/05/2012.

contemporâneo pondera que “a passagem do estado animal para o humano ocorreu quando o cérebro do homem foi capaz de gerar símbolos.

Todo comportamento humano se origina no uso de símbolos. Foi o símbolo que transformou nossos ancestrais antrópidos em homens e fê-los humanos. Todas as civilizações se espalharam e perpetuaram somente pelo uso de símbolos... . Toda a cultura depende de símbolos. É o exercício da faculdade de simbolização que cria a cultura e o uso de símbolos que torna possível a sua perpetuação. Sem o símbolo não haveria cultura, e o homem seria apenas animal, não um ser humano. ... O comportamento humano é o comportamento simbólico. Uma criança do gênero *Homo* torna-se humana somente quando é introduzida e participa da ordem dos fenômenos superorgânicos que é a cultura. E a chave deste mundo, e o meio de participação nele é o símbolo. (LARAIA, 2006, p.55 op.cit. Leslie White)

Em seu sentido mais primário, cultura segundo Raymond Williams pode ser compreendida como “o crescimento e o cuidado das colheitas e animais e, por extensão, o crescimento e o cuidado as faculdades humanas.” (Williams, 1979, p.18). Ou seja, o termo sofre uma modificação: do cultivo de vegetais para a ação de aprimorar o próprio homem.

A primeira definição do termo cultura, do ponto de vista antropológico, criada por Edward Tylor (1832-1917) em seu livro “Cultura Primitiva” de 1871, a compreende como um “complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (apud, Laraia, 2006, p.25). Este significado atribuído por Tylor demonstra a idéia de uma transmissão de valores através do aprendizado, rechaçando a idéia de que o ser humano já nasce possuidor de uma cultura inata, transmitida por estrutura biológica.

Uma de suas mais importantes obras sobre o tema na contemporaneidade, “Cultura” (1958) de Raymond Williams, ajuda na compreensão deste termo que vem demonstrando denominações distintas. Segundo Williams, cultura “é um sistema de significantes mediante o qual necessariamente (...) uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada”, sistema esse que remete tanto

para o sentido antropológico quanto a uma concepção sociológica. Para uma melhor compreensão do sentido sociológico, destaco a seguinte trecho:

Atividades artísticas e intelectuais, embora estas, devido à ênfase em um sistema de significações geral, sejam agora definidas de uma maneira muito mais ampla, de modo a incluir não apenas as artes e as formas de produção intelectual tradicionais, mas também todas as “práticas significativas”--- desde a linguagem, passando pelas artes e filosofia, até o Jornalismo, moda e publicidade --- que agora constituem esse campo complexo. (WILLIAMS, 2000, p.13)

Apesar de numerosas definições ao longo da história, há um consenso de que a cultura é aprendida, permitindo a adaptação humana ao seu ambiente natural, sendo variável e se manifestando em instituições e padrões de pensamento. Uma possível definição sucinta é a de que a cultura é a parte do ambiente criada pelo homem. Implicitamente à isso está o conceito de que a vida humana é vivida em um duplo contexto: o *habitat* natural e seu ambiente social.

A cultura não é apenas um simples fenômeno biológico, ela inclui todos os elementos da herança humana adquirida por seu grupo pela aprendizagem consciente ou por processos de condicionamento --- técnicas que podem ser sociais ou institucionais, crenças, modos padronizados de conduta.

Para a Doutora em ciências da informação María J. Villa, o termo cultura tem se modificado ao longo da história, sendo abordado por diferentes disciplinas e posições ideológicas. Segundo Villa, deve-se levar em conta duas posições básicas: uma concepção que vem do Iluminismo e que geralmente se aplicava para designar pessoas que possuíam “conhecimento” e “bom gosto”, o que acabava gerando uma divisão em grupos de “cultos e incultos”, desprezando a capacidade de todos os setores de “fazer cultura”. A outra linha de pensamento lida com a cultura de uma forma mais abrangente, vinda da antropologia, sociologia e semiótica.²

Há um equívoco na visão popular de apenas relacionar cultura ao erudito. Por muitos, somente a estética burguesa é compreendida como cultura, pertencente

² Villa, María J. (2000): Una aproximación teórica al periodismo cultural. Revista Latina de Comunicación Social, 35 / Extra Argentina. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/Argentina2000/09villa.htm>. Acessado em 03/05/12.

apenas a uma classe letrada, o que por conseqüência tornaria esse entendimento como algo inatingível à massa.

Segundo Fabíola Tarapanoff, essa concepção emerge no século XVIII, período iluminista onde a idéia de tornar-se culto significava ser educado, ter uma formação, "lançar luzes onde só havia trevas e ignorância". Nesse momento há uma importante mudança em sua estrutura, passando a cultura — ação de educar — a denominar o indivíduo que fosse ou não o seu portador. A partir daí, a oposição "cultura *versus* natureza" cristaliza-se de forma inconfundível (Siqueira & De Siqueira, 2007: 111). Os iluministas consideravam a cultura como um dos elementos particulares a espécie humana, sendo considerado como tal aquele que a possui, que procura se educar. Há então uma grave dicotomia, separando os homens ocidentais, brancos e educados, considerados povos civilizados, daqueles que eram tidos por selvagens e despossuídos de cultura³.

Para o filósofo Jean-Jacques Rousseau(1712-1778) o indivíduo possuidor de cultura não deveria ser visto de forma positiva, e sim como alguém que adquiriu uma carga negativa. Rousseau considerava uma virtude a conservação de seu estado puro ou "não civilizado". O famoso "mito do homem selvagem" em oposição ao indivíduo culto, porém sufocado pelas imposições de uma sociedade que vinha a limitar sua criatividade (apud Tarapanoff, Siqueira & De Siqueira, 2007, p.111).

Ainda de acordo com Tarapanoff, na última década do século XVIII, a proliferação de sentidos levou o filósofo alemão Johann Gottfried von Herder a afirmar que nada poderia ser mais indeterminado que a palavra cultura (Santaella, 2003: 31). Tentar abranger o seu significado seria como tentar agarrar o "ar com as mãos", quando descobrimos que ele está em tudo, exceto no que se pode agarrar. (Tarapanoff, 2010, p.20)

³ Dissertação apresentada por Fabíola Tarapanoff ao Programa de Pós-Graduação *Strictu Sensu* da Faculdade Cásper Líbero, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.2010. Disponível em www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2010/05/.../1274132010.pdf. Acessado em 04/05/2012.

Em 1952, os antropólogos Alfred Louis Kroeber (1876-1960) e Clyde Kluckhohn (1905-1960) encontraram em torno de 164 definições para a cultura. Os autores classificaram em seis categorias (Barnard & Spencer, 1996, p.40):

- a) Descritiva, com ênfase nos caracteres gerais, que definem a cultura;
- b) Histórica, com ênfase na tradição;
- c) Normativa, enfatizando as regras e valores;
- d) Psicológica, enfatizando, por exemplo, o aprendizado e o hábito;
- e) Estrutural, com ênfase nos padrões e
- f) Genética (tradução da autora. (Tarapanoff, 2010, p.20).

Das 164 definições para o termo cultura, podemos reduzi-las em grupos: o primeiro, restrito, referindo-se a como um grupo organiza seu repertório simbólico, e o segundo, amplo, abrangendo todo o conjunto tecnológico transmissível. Destes grupos, segundo Fábio Gomes, se originam as visões antropológica e humanista da cultura. A antropologia vê na cultura uma natureza plural e relativista: no mundo existem diferentes culturas, todas de mesma importância. Já os humanistas a associam a algumas obras do espírito humano apontadas como culturais a exemplo da poesia, música, pintura, o que faz com que considerem que algumas pessoas detêm cultura e outras não. Na visão humanista, o cultivo das artes levaria o ser humano a um estado mental de perfeição. Resulta daí a distinção entre “cultura erudita”, praticada pela elite intelectual, e “cultura popular”, surgida entre o povo⁴.

Dentro da visão antropológica, Fábio Gomes aborda a cultura como “superorgânica”, não se caracterizando como um produto das ações humanas e sim o que a leva a tais atos. A cultura possui uma lógica própria, independente do pensamento alheio. A antropologia cultural adotou diversas linhas de investigação, sendo uma delas a simbolicidade da cultura que afirma que elementos culturais como fala, objetos, ações, possuem um significado próprio, tornando-os signos,

⁴ Artigo publicado pelo jornalista Fábio Gomes. Disponível em <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf>. Acessado em 06/06/2012

permitindo a caracterização das culturas como sistemas de símbolos e a aplicação da semiótica para o seu estudo.

Na visão semiótica, Santaella defende que “toda a relação do humano com a natureza foi sempre mediada pelos signos e pela cultura.” (Apud, Fábio Gomes, 2009, p.5)

Para Edgar Morin, cultura é uma “palavra mito que tem pretensão de conter em si completa salvação: verdade, sabedoria, bem viver, liberdade, criatividade...” (Morin, 1999. P75). O autor indica os três sentidos principais da palavra: o antropológico que se opõe a natureza e, com isso, engloba tudo o que não depende de um comportamento ou sentido inato; o etnográfico que reagruparia mitos, crenças, normas, valores e modelos de comportamento e, por fim, o que podemos chamar de cultura ilustrada: a concepção que centra a cultura nas humanidades clássicas e no gosto literário artístico.

De acordo com o crítico e historiador literário Alfredo Bosi, a cultura possui intrinsecamente uma pluralidade. O autor ressalta que é costume referir-se À cultura brasileira no singular, como se existisse “uma unidade prévia que aglutinasse todas as manifestações materiais e espirituais do povo brasileiro” (Bosi, 1992, p. 308). Bosi lembra que por muito tempo a antropologia cultural brasileira dividia o Brasil em diversas culturas, todas em caráter racial como, por exemplo, a cultura negra, indígena, mestiça entre outras. O autor defende a transição da classificação de caráter racial para o de nação e, por conseguinte para o de classe social (cultura do rico, do pobre, burguesa, operária). Contudo, o reconhecimento dessa pluralidade se faz por necessário. Segundo Bosi:

Se pelo termo cultura entendemos uma herança de valores e objetos compartilhada por um grupo humano relativamente coeso, poderíamos falar em cultura erudita brasileira, centralizada no sistema educacional (e principalmente nas universidades) e uma cultura popular, basicamente iletrada (...) do homem rústico, sertanejo e interiorano, e do homem pobre suburbano ainda de todo não assimilado pelas estruturas simbólicas da cidade moderna (BOSI, 1992, p.309).

A essas duas faixas bem delimitadas (academia e folclore), poderiam ser acrescentadas outras duas, que o desenvolvimento da sociedade urbana e capitalista foi ampliando: a cultura criadora, individualizada de escritores, compositores, artistas plásticos, dramaturgos e cineastas, enfim, de intelectuais que não vivem dentro da universidade e que formariam, para quem olha de fora, um sistema considerado “alto”, independente dos motivos ideológicos desse intelectual. Já a cultura de massas, devido ao seu relacionamento direto com os sistemas de produção e de bens de consumo, seria considerada pelos intérpretes da Escola de Frankfurt como “indústria cultural e cultura de consumo”. Haveria assim, para Bosi, a cultura universitária, a cultura extra-universitária, indústria cultural e popular. Utilizando como ponto de vista o sistema técnico-capitalista temos, assim: do lado das chamadas “instituições”, a cultura gerada pela universidade e pelos meios de comunicação de massa e, fora dessa denominação, a cultura criadora e a popular (Tarapanoff, 2010, p.22).

Deve-se recorrer também à visão do filósofo Félix Guattari para obtermos uma melhor compreensão do novo alcance da expressão cultura e sua presença na contemporaneidade. Segundo Guattari, a cultura possui diferentes sentidos. O sentido mais antigo, denominado como “sentido A” é o que podemos relacionar à expressão “cultivar o espírito” cujo autor denomina como “cultura-valor”, correspondente a uma análise valorativa de quem possui ou não cultura. Um segundo núcleo semântico, “sentido B”, agrupa outras significações relativas à cultura, o que Guattari denomina como “cultura-alma coletiva”, sinônimo de civilização. Nesta visão já não existe mais a dicotomia do “ter ou não ter”. Todo ser humano é possuidor de cultura, sendo esta muito mais democrática: qualquer um pode reivindicar sua identidade cultural. É uma espécie de “*a priori*” da cultura: fala-se em diferentes tipos de cultura como a negra, underground, técnica, entre outras. Ainda segundo Guattari, essa espécie de alma se mostra um tanto quanto vaga, pois, devido à sua dimensão semântica, pode ser encontrada tanto no partido hitleriano com sua noção de povo quanto em diversos movimentos de emancipação que querem se reapropriar de sua cultura, e de seu fundo cultural. (Guattari, 2005, p.23).

Além dos sentidos “A” e “B”, Guattari expõe um terceiro núcleo semântico (sentido C) que corresponde à cultura de massa, ou como o autor intitula “cultura-mercadoria”. Neste momento não há julgamento de valor, nem territórios coletivos de cultura mais ou menos secretos, como nos sentidos anteriormente citados. A cultura são todos os bens: todos os equipamentos (casas de cultura), todas as pessoas (especialistas que trabalham neste tipo de equipamento) todas as referências teóricas e ideológicas relativas à esse funcionamento, ou seja, tudo o que contribui para a produção de objetos semióticos, como por exemplo livros, filmes, entre outros difundidos em um mercado determinado de circulação monetária ou estatal. (Guattari, 2005, p.23)

Utilizamos aqui a recorrência a Morin no sentido de caracterizar, de um lado o fato de vivermos em uma sociedade que o autor caracteriza como policultural (Morin, 1977, p.16) e de outro pela necessidade de reconhecermos que o sentido de cultura passou por um considerável alargamento. A cultura não pode se restringir a uma concepção única. Ao contrário, partindo da contribuição de Morin, deve-se buscar o entendimento de que a noção de cultura supera, ainda, os limites definidos por estes campos.

3. JORNALISMO CULTURAL - introdução

Como visto no capítulo anterior, o conceito da palavra cultura não é homogêneo e tão pouco possui convergências semânticas, logo esta questão central também permeará o estudo a cerca do jornalismo cultural. “Segundo RIVERA (2003) o jornalismo cultural não é uniforme e nem de fácil compreensão. Os conceitos sobre o mesmo ainda hoje se misturam e dificultam sua análise.” (apud Basso, 2006, p.1) ⁵

Segundo Basso, até bem pouco tempo, eram escassas as obras e os artigos sobre o campo do jornalismo cultural, porém há alguns anos o tema tem despertado pesquisas, debates e reflexões. Pesquisadores tem se focado na definição desse campo, pois ao contrário do que se aparenta, apresenta uma complexidade e difícil definição. (Basso, 2008, p.69) ⁶

No livro *El periodismo cultural* de Rivera, se encontra uma definição para o termo de forma mais abrangente. Para o autor, jornalismo cultural se caracteriza por ser:

“[...] 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 de pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que tem a ver com a produção, circulação e consumo de bens simbólicos sem importar sua origem ou destinação.” (apud, Basso, 2008, p.70)

Nota-se, pela definição dada acima que o jornalismo cultural vai muito além do um gênero jornalístico responsável pela divulgação, veiculação e crítica das chamadas “sete artes”. Em um estudo mais aprofundado, veremos que esta vertente jornalística apresenta muito mais especificidades, características e problemas.

⁵ Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1869-1.pdf>.

⁶ Disponível em http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/702/549.

3.1 O Princípio do Jornalismo Cultural

Não há como definir uma data precisa para o surgimento do jornalismo cultural, apenas que, segundo Daniel Piza(2003, p.12) venha a surgir em uma era que se inicia após o Renascimento, quando a economia começa a ser transformada pelas máquinas e a imprensa já havia sido inventada por Gutenberg em 1450.

De acordo com Fábio Gomes, data de 1665 uma das publicações mais antigas de que se tem notícia e que se assemelha ao que hoje entendemos como jornalismo cultural, a revista francesa *Journal des Savants* trazia “ resumos de livros lançados na Europa, bibliografia de escritores famosos e artigos sobre literatura, filosofia e ciências”.(Gomes, 2009, p.10)⁷

Porém, podemos citar como um dos marcos do jornalismo cultural o ano de 1711 onde surge a primeira revista diária chamada *The Spectator*, criada por Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1719). Segundo Piza, a revista inglesa *The Spectator* tinha por objetivo “tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembléias, casas de chá e cafés.” Ainda de acordo com autor (2003, p.12) “a revista falava de tudo – livros, óperas, costumes, festivais de música, teatro, política – num tom de conversação espirituosa, culta sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível...”.

Piza credita o jornalismo cultural ao fenômeno da urbanização, advinda da industrialização. Para o autor, “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 as modas, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltado diante das mudanças no comportamento e na política. Sua idéia era de que o conhecimento era divertido, não mais a atividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam. (Piza, 2003, p. 12)

Ainda que *Spectator* fosse conhecida como uma revista que primasse pela avaliação de idéias e valores nos mais diversos campos da arte com uma linguagem

⁷ Disponível em: <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf> Acesso em 15/05/2012

mais acessível, Rivera ressalta demais veículos que circulavam pela cidade com o mesmo público alvo produzidos também por escritores.

“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 [...] e do profundo processo de socialização e diversificação cultural deflagrado pela imprensa de Gutenberg em meados do século XV”. (RIVERA, 2003, p.41 apud LOPEZ e FREIRE, p.3)

Ainda neste período, temos como um dos grandes críticos culturais Samuel Johnson(1709-1784) ou Dr. Johnson que escrevia para a revista *The Rambler*. Dr. Johnson, segundo Piza(2003, p.13) é considerado o pai de todos os críticos europeus, americanos ou brasileiros pois “suas resenhas da prosa e poesia de seus contemporâneos, seus ensaios sobre Shakespeare, suas reflexões sobre todos os assuntos[...] fizeram dele o homem mais lido e temido de seu tempo.”

Para Gomes(2009, p.10), muitas vezes o crítico, como no caso de Samuel Johnson, “partia da apreciação de uma determinada obra para a discussão de um tema importante do momento.” Esta prática ensaística exerceu influência sobre diversos escritores da época.

Além de Dr. Jonhson, William Hazitt, que escrevia para *The Examiner*, foi considerado um dos nomes mais importantes do jornalismo cultural, influenciando o gosto de toda uma geração no final do século XVIII. (Piza, 2003, p.14).

Para Lopez e Freire “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 intensa, em Paris, Barcelona e algumas cidades italianas. (LOPES e FREIRE, p.3-4).

Tinha início, de acordo com Piza(2003, p.13), graças ao poder multiplicador da imprensa, “uma era de ouro do jornalismo europeu, tão influente na modernidade quanto as revoluções políticas, as descobertas científicas, a educação liberal ou o romance realista”.

Foi no século XIX, período onde a industrialização já havia se disseminado por toda a Europa que o ensaísmo e a crítica cultural se tornaram ainda mais influentes (Piza, 2003, p.14). Críticos como o inglês John Ruskin que primava pela estética e que influenciou diretamente a literatura moderna francesa de Marcel Proust, crítico militante nas páginas do jornal *Le Fígaro*, um dos jornais mais antigos do mundo ainda em funcionamento, marcaram época.

Uma figura que não pode deixar de ser lembrada é Denis Diderot, que no século XVIII foi editor chefe da *Enciclopédia* e considerado um grande crítico de arte (Piza, 2003, p.15). Segundo Gomes(2009, p.10), Diderot escrevia “resenhas dos salões de arte para a imprensa francesa na década de 1760, sendo seguido por Charles Baudelaire nos anos de 1840.” Gomes ressalta que

O que faz ambos serem lembrados hoje são suas obras literárias mas na França do século XIX, já era possível alguém construir uma reputação intelectual a partir do seu trabalho como jornalista cultural – caso do crítico Charles Augustin sainte-Beuve que escrevia no rodapé de *Le Constitutionnel*.

Este espaço de rodapé, segundo Gomes (2009, p.10) ficou conhecido posteriormente como folhetim⁸ “a partir da publicação de *Les Mystères de Paris*, de Eugène Sue, no *Journal des Débats* [...]. Sue não era o primeiro: o *La Presse* já trouxera *La Vieille Fille*, de Honoré de Balzac, em capítulos diários em 1836.”.

⁸ “Folhetim: longa história parcelada, desenrolando-se segundo vários trançamentos dramáticos, apresentados aos poucos. O vocábulo vem do termo francês *feuilleton* e designava uma seção específica dos jornais franceses da década de 1830 – o rodapé –, introduzida pelo jornalista Émile de Girardin, que aproveitou o gosto do público pelo romance como chamariz para vendas maiores. A peculiaridade do folhetim residia na exploração de histórias repletas de peripécias, com um sem número de personagens, às voltas com temas que iam desde a orfandade, casamentos desfeitos por tramas diabólicas, raptos, até vinganças altamente elaboradas, testamentos perdidos e recuperados, falsas identidades, etc. O mais famoso folhetim – e mais aproveitado posteriormente pelo cinema e pela televisão – foi O conde de Monte Cristo, de Alexandre Dumas. O mais extraordinário e mais bem elaborado foi a obra-prima Os mistérios de Paris, de Eugène Sue” (CAMPEDELLI, 1987, p.90).

O mesmo Sainte-Beuve, que segundo Piza é considerado o papa francês da crítica oitocentista. Mesmo tendo uma visão da literatura como mero passatempo culto, visão esta duramente criticada por Proust, suas críticas publicadas nos jornais franceses estabeleceram um padrão para o jornalismo cultural. Sainte-Beuve escrevia uma coluna semanal que é a precursora dos rodapés literários que podem ser encontrados até hoje nos jornais de grande porte. Gomes (2009, p.10) relata que neste espaço, “além de romances, eram publicados contos, novelas, crítica literária, artística e política.”. Para Piza(2003, p.15) “depois de Sainte-Beuve, o jornalista cultural ganhou status: ele podia desenvolver uma carreira exclusivamente como crítico e articulista, independente de academias ou de uma obra ficcional; a tarefa tinha sua própria dignidade.”.

Gomes (2009, p.10) cita o jornalista irlandês George Bernard Shaw como um inovador na imprensa inglesa por considerar em sua análise estética aspectos sociais e políticos. Outro conterrâneo, Oscar Wilde defendia a crítica cultural como uma obra de arte, porém Shaw ia além, reivindicando para o jornalismo a mais alta forma de literatura.

No século XIX, o jornalismo cultural cruzou o Atlântico e começou a ganhar força nas Américas. “Nos EUA pré-Guerra civil, a figura maior da crítica [...] foi Edgar Allan Poe”(Piza, 2003, p.16). Para Piza, o grande número de críticos culturais nos Estados Unidos está ligado ao crescimento econômico e solidificação da cultura do país, na segunda metade do século XIX.

O americano Edmund Wilson, segundo Gomes, (2009, p.10) pode ter sido o primeiro profissional da imprensa a se identificar como jornalista cultural. Wilson uniu as funções de repórter e crítico em sua trajetória profissional, principalmente na revista *The New Yorker*. Revista esta fundada em 1925 que combinava refinamento e humor em suas críticas, charges e contos, além de ser uma referência no chamado jornalismo literário.⁹

⁹Jornalismo literário: emprego no texto jornalístico de recursos da ficção, como diálogos e descrições com detalhes. Disponível em : <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf>

Era o início de uma nova era na forma da escrita crítica. Piza (2003, p.17) afirma que “[...] no final do século XIX, o jornalismo começa a mudar e, com ele, o estilo da crítica cultural feita em periódicos.”

Como exemplo, em Viena temos a fundação da revista *Die Fackel* em 1899 por Karl Kraus que era ao mesmo tempo jornalista, crítico, filósofo, dramaturgo e poeta. De acordo com Piza(2003, p.18) *Die Fackel* “unia sátira política e comentário estético e que ele mais tarde passou a escrever inteiramente sozinho, até ser fechada em 1936 por causa da tirania nazista”.

O jornalismo cultural então começa a se renovar e passar por mudanças estruturais. Piza (2003, p.18) afirma que “até a virada para o século XX, o jornalismo era feito de escasso noticiário, muito articulismo político e o debate sobre livros e artes. Mas a modernização da sociedade transformou também a imprensa”. O jornalismo cultural começa, de forma mais moderna, a inserir reportagens e entrevistas e a tecer uma crítica de arte mais rápida e participante.

3.1.1 O Jornalismo cultural no Brasil

No Brasil, o jornalismo cultural, de acordo com Piza(2003, p.16) começa a ganhar força apenas no final do século XIX com Machado de Assis, que começou a carreira como crítico de teatro e polemista diário, escrevendo ensaios semanais e resenhas. Outro grande escritor brasileiro que passou pelo jornalismo cultural foi José Veríssimo, editor da *Revista Brasileira*. Foi crítico, ensaísta e historiador da literatura, assim como Sílvio Romero e Araripe Jr.

Gadini, porém, aponta para um marco posterior ao citado por Piza no que diz respeito ao crescimento do jornalismo cultural no Brasil. Para o autor, este crescimento só ocorrerá de fato a partir 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 será possível falar em consumo e crítica cultural algumas décadas mais tarde. Ou, para ser mais exato,

a partir das duas últimas décadas daquele século. E, de modo mais significativo, a partir dos anos 1930. (GADINI, 2003^a, p.17, apud LOPEZ e FREIRE, p.4)

Para Siqueira e Siqueira (2007, p.9) questão do analfabetismo no Brasil colonial e imperial era grave, atingindo grande parcela da população. Esse número foi sendo reduzido progressivamente no século XX. Antonio Cândido abordou a questão no texto “Literatura e cultura de 1900 a 1945”. Segundo o professor e crítico literário, somente a partir de 1930 multiplicaram-se as editoras em função do número de leitores.

Ainda sobre o crescimento do jornalismo cultural no Brasil no século XX, Lopez e Freire trazem uma referência de Rivera :

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 Casmurro*, *Diretrizes*, *Espírito Novo*, *Hierarquia*, etc. (LOPEZ e FREIRE, p. 4).

Após Machado de Assis e José Veríssimo, Piza(2003, p.32) afirma que os jornais e revistas “começam a dar mais espaço ao crítico profissional e informativo, que não só analisa as obras importantes a cada lançamento, mas também reflete sobre a cena literária e cultural”.

Seguindo esta linha, temos em 1928 a fundação da revista *O Cruzeiro*. Segundo Piza(2003, p.32) esta revista foi de extrema importância para o jornalismo brasileiro pois “lançou o conceito de reportagem investigativa e deu enormes contribuições à cultura brasileira”. Dentre suas publicações, contos de José Lins do Rego, artigos de Vinicius de Moraes e Manuel Bandeira, ilustrações de Anita Malfatti e Di Cavalcanti, colunas de Rachel de Queiroz além de contar com o humor de Vão Gogo (vulgo Millôr Fernandes). Portanto, nos anos 30 e 40, *O Cruzeiro* seria a

revista mais importante do Brasil por sua capacidade de falar a todos os tipos de público.

Embora não fosse comum no Brasil, a reportagem literária foi o componente principal da revista *Diretrizes* da década de 40. Nela, Joel Silveira retratou o comportamento dos grãos-finos paulistanos. De acordo com Piza (2003, p.33) a escassez desse gênero no Brasil se explica pela economia (revistas com textos longos eram consideradas como comercialmente inviáveis), mas também pela cultura (o jornalismo cultural brasileiro amadureceu tardiamente).

Se por um lado, a tradição da reportagem literária se mostrava pequena, não se poderia dizer o mesmo da crônica. O gosto do brasileiro pelas crônicas lhe garantia espaço fixo nas seções culturais de jornais e revistas brasileiros sendo, portanto, uma modalidade inegável do jornalismo cultural brasileiro.

Para Piza (2003, p.34) a grande época da crítica em jornal no Brasil teria início nos anos 40 se estendendo até o final dos anos 60 tendo como principais representantes Álvaro Lins e Otto Maria Carpeux. Estes dois críticos uniam o jornalismo ao enciclopedismo, aliando visões políticas sensatas e apurado estilo ensaístico.

Ainda nas décadas de 40 e 50 tivemos outros críticos muito importantes para o jornalismo cultural como Sérgio Buarque de Holanda, Augusto Meyer, Brito Broca e Franklin de Oliveira. Tivemos também os polemistas Paulo Francis e Carlos Heitor Cony, além de Ruy Castro, Sérgio Augusto e Nelson Rodrigues.

No final da década de 50, destaca-se o *Jornal do Brasil*, por ser um dos primeiros veículos a instituir o lide¹⁰ no jornal brasileiro. O *Jornal do Brasil* ainda contava com o *Caderno B*, pioneiro do contemporâneo jornalismo cultural brasileiro.

Também na segunda metade da década de 50, mais precisamente em 1956, segundo Piza (2003, p.37) outro marco histórico é criado, agora na cidade de São

¹⁰ Normalmente a notícia se inicia com o lide, (do inglês, que significa “abre”, abertura da notícia). É a técnica de relatar o que há de principal nos acontecimentos logo na abertura da notícia, prepara uma atmosfera, um clima, para o desenvolvimento da leitura. Disponível em http://alb.com.br/arquivo-morto/portal/5seminario/PDFs_titulos/O_LIDE_NO_TEXTO_JORNALISTICO.pdf

Paulo. O *Suplemento Literário* do jornal *O Estado de São Paulo* lançou um modelo que seria posteriormente seguido por diversos cadernos culturais dos jornais da época. O diretor Décio de Almeida explica que “(...) uma publicação que se intitula literária nunca poderia transigir com a preguiça mental, com a incapacidade de pensar, devendo partir, ao contrário, do princípio de que não há vida intelectual sem um mínimo de esforço e disciplina”(citado por Piza, 2003, p.37). Este tipo de postura e pensamento fez da década de 60 a mais memorável do jornalismo brasileiro.

Uma figura muito marcante no jornalismo brasileiro da época foi Paulo Francis. Iniciando sua carreira como crítico de teatro no *Diário Carioca* de 1957, Francis, de acordo com Piza (2003, p.37) propunha um teatro com mais autores nacionais e profissionalismo. Anos depois ampliou seus horizontes, investindo no jornalismo cultural em geral. Além de escrever para o *Correio da Manhã*, foi comentarista na *TV Globo* e participou da mesa-redonda do canal *GNT*.

Ainda nos anos 60, Francis participou de duas grandes revistas mensais da época, a *Senhor* e a *Diners*. Ambas mesclavam reportagens interpretativas, crítica cultural, inéditos literários, humor, roteiro e seções de moda e comportamento. Além disso, participou do *Pasquim*, jornal em formato tablóide que reunia humor, política e cultura. (Piza, 2003, p.38)

Temos na década de 80 a criação dos cadernos culturais diários *Ilustrada* e *Caderno 2* dos jornais *A Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*, respectivamente. A característica marcante de *Ilustrada*, segundo Piza(2003, p.40-41) era o seu “(...) tom autoral, onde o autor, ao mesmo tempo repórter e crítico, endossava opinativamente aquilo que anunciava.”. Este estilo de escrita manteve-se até meados da década de 90, quando a opinião diminuiu em detrimento da expansão da agenda passiva.

Em relação ao *Caderno 2*, este teve seu auge no final dos anos 80 com Wagner Carelli, Zuzá Homem de Melo, entre outros que, para Piza(2003, p.41) “(...)falavam com conhecimento de causa sobre diversos assuntos”. Porém, na década de 90 o *Caderno 2* passou a abordar mais o teatro, literatura e arte de uma

forma que Piza afirma “permanecer mais ou menos até hoje, sem a mesma qualidade de texto e a mesma força de opinião.”

Outra característica marcante dos anos 90 para Piza (2003, p.41) é presença crescente de assuntos que estão fora das chamadas 7 artes(literatura, teatro, pintura, escultura, música, arquitetura e cinema) como por exemplo moda, gastronomia e design.

3.2 Dilemas e reflexões acerca do jornalismo cultural

Como visto no primeiro capítulo, O conceito de cultura não é homogêneo e nem possui convergências semânticas, neste sentido é teoricamente problemático e por ser empregado usualmente tanto nas ciências sociais quanto nas humanas, gera variadas interpretações. Esta dúvida acaba por afetar o termo jornalismo cultural.

Para Basso, (2006, p.1) podemos identificar três problemas a cerca do jornalismo cultural. O primeiro se caracteriza pelo termo jornalismo cultural se referir ao sentido geral e restrito da produção jornalística e cultural; o segundo pelo conflito existente ao se considerar apenas como jornalismo cultural a veiculação da chamada cultura erudita e, o último “pela postura do jornalismo cultural de ser considerado como um espaço público da produção intelectual, cabendo uma reflexão de que nem jornalismo é, ora sendo entendido como produção, ora como própria criação.”

Podemos notar uma semelhança entre jornalismo cultural e cultura no que se refere ao sentido geral e restrito, pois para Rivera (2003, p.09) o jornalismo cultural pode ser entendido como um campo envoltório e excludente em que estão inseridos os sentidos de cultura antropológica e cultura das humanidades clássicas.

Do ponto de vista antropológico foi citado anteriormente como exemplo a definição de Edward Tylor, já no sentido restrito, segundo Basso, podemos centrar a concepção de cultura ao entendimento da erudição, normalmente associada às pessoas preparadas que possuem conhecimentos.

Em um primeiro momento compreende-se o jornalismo cultural como um gênero que nasce da necessidade da imprensa de ter um caderno especializado em cultura que atenda a um público específico assim como acontece nas demais seções como economia, esportes, política entre outros, porém, este gênero não deve ser tratado apenas com um divulgador das chamadas sete artes ou então como canal de veiculação de entretenimento.

O que se percebe de maneira geral é que enquanto algumas editorias de jornais priorizam o aspecto informativo e descritivo de determinados assuntos, os cadernos e revistas especializadas em cultura tratam temáticas de forma analítica, interpretativa e, sobretudo, autoral.

Como citado anteriormente, Piza (2003, p.57) chama atenção para uma tendência, a partir dos anos 1990, de que o jornalismo cultural estaria se estendendo para assuntos que não pertencem às chamadas sete artes. Como exemplo o autor cita moda, gastronomia e design. Isto é facilmente notado quando abrimos nas seções culturais dos principais jornais brasileiros. Nota-se que estes temas se mantêm lado a lado com análises críticas e reflexões filosóficas de produções literárias, teatrais, entre outras.

Outro ponto a ser discutido consiste na associação do jornalismo cultural à veiculação da chamada cultura erudita, em detrimento da cultura popular. Por muitos, somente a estética burguesa é compreendida como cultura, pertencente apenas a uma classe letrada, o que por consequência tornaria esse entendimento como algo inatingível à massa.

Como exemplo empírico, podemos citar uma pesquisa realizada pela Secretaria Municipal de Belo Horizonte, transcrita por Piza (ibid p.45-46). A pergunta “Um filme de Steven Spielberg é cultura?” foi realizada e para mais de dois terços dos entrevistados a resposta foi não, o que já poderia ser esperado, pois a maioria das pessoas associa cultura a algo exclusivo de indivíduos que lêem muitos livros, acumulando assim muita informação.

Historicamente o jornalismo cultural se desenvolveu a partir da idéia da produção voltada para a cultura erudita, dando a entender que a cultura era algo

superior, sofisticado, destinado apenas a uma minoria, o que causava certo prestígio dentro desde público. Todavia, essa visão tem se modificado com o passar do tempo e a cultura passa a ter uma visão mais integradora, superando as barreiras entre os campos da produção erudita e popular. Pode-se citar a revista Senhor, especializada em cultura, de 1960, que trouxe em seu conteúdo uma vasta produção voltada não só para a cultura erudita, mas também para a cultura popular. (Basso, 2006, p.3)

Para Piza, (2003, p.07-08). a expressão jornalismo cultural é um pouco incômoda, pois parece ser tratada da mesma forma que grande parte da imprensa brasileira ainda a trata, desempenhando um papel secundário, praticamente decorativo. Os chamados “segundos cadernos” promovem uma relação do jornal com o leitor e vice-versa muito maior do que se supõe. O empobrecimento técnico do termo vem também da banalização do seu alcance.

Ao analisar os cadernos de cultura dos jornais de São Paulo e Rio de Janeiro, Basso cita um estudo feito por Wilsa Carla Freire da Silva (1997) onde a autora atribui um duplo papel para o jornalismo cultural. De um lado, os cadernos diários se traduzem com informação de atualidade e prestação de serviços, servindo como vitrines do mercado cultural e, do outro, os cadernos semanais que apresentam uma postura mais analítica, crítica e autoral do que informativa, apostando na aproximação com a cultura acadêmica (apud, Basso, 2006, p.8).

Para o pesquisador José Salvador Faro, é neste espaço da crítica cultural com aproximação na cultura acadêmica que se acentua o caráter:

“[...] analítico e autoral [...] situado fora do âmbito da factualidade do jornalismo convencional presente em outras editorias [...] 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, pp.1-3)

É evidente que a produção textual extrapola o caráter noticioso ao organizar o texto de forma ensaística, tendo um caráter mais opinativo do que propriamente descritivo e informativo. A produção textual destes profissionais acaba ficando entre o discurso intelectualizado e a reportagem jornalística, privilegiando muitas das vezes o primeiro, o que acaba dificultando uma maior aproximação do público leitor mais geral.

Para melhor compreensão desta questão é necessário observar que o jornalismo cultural transborda a análise e a divulgação dos produtos da chamada cultura ilustrada ou das sete artes, abrangendo a cultura popular. Assim, o jornalismo cultural, em sua dupla postura, realiza a difusão e análise crítica das culturas, formatando um fórum público de manifestação do pensamento (Basso, 2008, p.10)

4. JORNAL MEIA HORA DE NOTÍCIAS: um estudo de caso - introdução

De acordo com Frias (2001 apud Cunha, Ferreira e Magalhães, 2002, p. 4), “poderíamos afirmar que o jornalismo é sempre cultural na medida em que exprime o gesto humano dentro de contextos ideológicos, políticos, enfim, dentro da tessitura social e de relações”. Diante disso, o jornalismo cultural “tende a optar por um conceito mais restrito de “cultura”, que se concentra nas atividades artísticas e no entretenimento.” (Cunha, Ferreira e Magalhães, 2002, p. 4).

Partindo deste pressuposto, a análise do jornal em sua totalidade se faz necessária, porém sem deixar de lado o foco principal deste estudo que seria exatamente este conceito de cultura em um âmbito mais restrito, voltado para a divulgação e crítica das chamadas sete artes.

4.1 Análise do jornal Meia hora de Notícias

Para este trabalho, foram analisados exemplares referentes aos meses de fevereiro e março de 2013 do jornal *Meia Hora de Notícias*, mais conhecido apenas como “Meia hora”. O período observado contempla a terceira e quarta semana de fevereiro e a primeira e segunda semana de março.

Primeiramente, antes da análise literal do periódico em questão, seria importante esclarecer o tipo de público e quantidade de consumidores. Dados obtidos através do setor comercial do grupo O Dia, responsável pela criação do jornal “Meia Hora” apontam para uma média de 234.253 leitores diários¹¹. O site disponibiliza também a porcentagem de leitores de cada classe social sendo 2% da classe A, 24% da classe B, 60% da classe C, 13% da classe D e 1% referente à classe E. Dados da Agência Nacional de Jornais mostram o *jornal Meia Hora de Notícias*, criado em 2005, como o terceiro jornal mais vendido no Rio de Janeiro, perdendo apenas para *O Globo* e *O Dia* e o primeiro do seu segmento, ficando à frente do semelhante *Expresso da informação*¹².

¹¹ Disponível em www.odiacomercial.com.br/Porque/meiahora.asp Número obtido através da média de leitores dos 7 dias da semana disponibilizada no site. Dados referentes ao ano de 2008.

¹² Disponível em : <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>. Dados referentes ao ano de 2012.

Um dos primeiros pontos observados na análise do jornal é referente ao seu valor monetário. De segunda a sábado o periódico é vendido ao custo de R\$0,70, aos domingos o seu preço fica duas vezes maior. Talvez, este seja um dos motivos pelo qual a sua venda tenha uma queda brusca no dia de maior valor¹³. Além disso, o jornal Meia Hora é publicado no formato tablóide, ou seja, suas páginas têm aproximadamente metade do tamanho dos periódicos tradicionais que são veiculados no formato standard.

A primeira sessão do jornal, chamada de Serviços, traz colunas fixas sobre vagas de empregos, piso do salário mínimo nacional e regional, indicadores de poupança e resultados de loterias. Em seguida, encontramos as sessões Geral e Polícia. Juntas, representam uma média diária de cinco páginas. Dentro dessas seções encontra-se, às segundas, quartas e sextas a coluna “Balanço Geral”, escrita pelo deputado estadual Wagner Montes, que possui também um programa de televisão homônimo à coluna. Neste espaço são publicadas irregularidades com relação aos serviços de responsabilidade da prefeitura do Rio de Janeiro. Há a presença de Outras colunas que são publicadas em dias alternados como a Conta Social às segundas, Auto Peças às terças, Motor às quartas, Imóveis às quintas e Motos às sextas-feiras.

Uma sessão que ocupa grande parte do jornal é referente aos esportes. Com uma média de 8 páginas diárias, traz no final de sua editoria a coluna “Gata da Hora” com fotos de cunho sensual de leitoras torcedoras de algum time de futebol. A editoria de Saúde ocupa normalmente uma página, podendo vir antes ou depois de Esportes. A editoria Mundo, que ocupa uma página, traz como conteúdo notícias internacionais variadas. Outra sessão que varia de local dentro do jornal é a Voz do Povo, que traz a coluna “Boca no Trombone” (onde leitores expõem suas opiniões acerca de questionamentos variados), fotos de pessoas desaparecidas, cartas dos leitores entre outros. No rodapé desta página encontra-se a ficha técnica do jornal. Na sessão De Tudo Um Pouco é publicada a previsão do tempo e dicas de trânsito.

Ao final do jornal, encontra-se a sessão referente à Televisão, ocupando uma média de duas páginas. Dentro desta editoria encontra-se uma página contendo

¹³ Também disponível em www.odiacomercial.com.br/Porque/meiahora.asp.

informações sobre a rádio FM O Dia, que pertence ao mesmo grupo de comunicação do jornal, a coluna “Babado”, sobre fofocas, o roteiro da TV com resumo de novelas e guia de programação das emissoras de televisão. As últimas duas páginas do jornal trazem a sessão “Alto Astral”, contendo palavras-cruzadas, horóscopo e simpatias.

No período analisado, o jornal apresentou uma média de 64 páginas diárias, sendo a segunda-feira o dia de maior conteúdo em contraposição aos sábados e domingos, dias de menor conteúdo veiculado.

Em relação à linguagem empregada ao longo do jornal, esta se demonstra de forma bastante coloquial, com o objetivo de estabelecer uma aproximação com o público-alvo. Com relação às capas, estas sim apresentam uso extremo de gírias, figuras de linguagem, e até mesmo emprego incorreto da norma culta, buscando com isso chamar a atenção do indivíduo para a compra do jornal. Este último recurso também é utilizado em demasia nas colunas de fofocas e televisão.

Quanto ao conteúdo, as editorias “Geral” e “Polícia” exploram fortemente a temática da violência, com foco na publicação de crimes hediondos e relacionados à facções criminosas e traficantes de drogas, principalmente na zona oeste e baixada fluminense. Raramente são pautados assuntos de relevância nacional, abordando principalmente os acontecimentos locais. Na parte de esportes, a cobertura dos quatro principais clubes cariocas de futebol do Rio de Janeiro é extensa, porém a presença de outros esportes nas páginas do jornal é bastante restrita, resumida a uma ou duas notas. A editoria de saúde apresenta pautas relacionadas à alimentação e vida saudáveis. Observou-se também que na parte de televisão, a presença de reportagens sobre o programa televisivo “Big Brother Brasil 13” e antecipações de fatos de novela representavam praticamente sua totalidade. Na coluna de fofocas, escândalos sobre a vida pessoal de pessoas famosas é o tema mais recorrente.

Em relação aos anunciantes, estes ocupam praticamente metade das páginas do jornal ou até mesmo se sobrepondo ao mesmo. A maior parte está relacionada a propagandas de supermercados, lojas de móveis e eletrodomésticos, empréstimos

financeiros e concessionárias de veículos. Foi observado por inúmeras vezes anúncios ocupando inclusive metade das páginas das editorias de saúde, notícias internacionais entre outras.

No tocante às mídias eletrônicas, o jornal “Meia Hora” possui um site na internet, onde disponibiliza o acesso às notícias, uma conta no Twitter com links para as notícias do site e uma página no Facebook com o propósito principal de divulgar as capas diárias do jornal.

4.1.1 Desdobramentos do conteúdo analisado

Após a apreciação do conteúdo do jornal *Meia Hora de Notícias*, obteve-se a confirmação de algumas idéias pressupostas, como por exemplo, a utilização de manchetes sensacionalistas e linguagem esdrúxula como estratégia de venda, conteúdo raso sem maiores aprofundamentos e também a ausência de um espaço destinado à reprodução e divulgação de atividades artísticas.

O uso de gírias, sátiras, figuras de linguagem, expressões e ditados populares entre outros artifícios se mostrou uma constante na confecção das manchetes. Outro recurso utilizado pelo jornal é a imparcialidade ao divulgar certas matérias, o que acaba criando um juízo de valor, levando o leitor a analisar apenas um dos lados da história e/ou reforçar alguns estereótipos da nossa sociedade.

Como exemplo, podemos citar as manchetes que podem ser vistas no anexo: [a] desmoralização e difamação: “Miserinha de Eliéser não vale uma estaleca”, [b] “Zezé confessa: metia chifre direto na ex-mulher”; [c] reforço de estereótipo e revanchismo: “ Os argentinos já têm o Messi...E agora o Papa?” .

Na maioria das publicações analisadas para o estudo, notícias sobre crimes violentos foram utilizadas em larga escala: [d] “Monstro da Zona Oeste matou menina de 11 anos por causa de TV”; [e] “Menor corta a cara de estuprador”. Somado a isso, temos ainda a abordagem da [f] paranormalidade: “Mãe de Eliza Samúdio diz que fala com gente morta”; e [g] vulgarização do gênero feminino: “Melancia sem caroço dá água na boca”.

O preço do jornal *Meia Hora de Notícias* representa um diferencial a seu favor. Custando R\$ 0,70 centavos, acaba sendo mais atrativo ao seu público-alvo do que outros jornais já consolidados no mercado, que chegam a custar de 3 a 4 vezes mais.

Procurando atingir de forma satisfatória o perfil para o qual se destina (classes C e D), o jornal busca publicar fatos que se aproximam do dia a dia do leitor. Há, por exemplo, uma sessão de prestação de serviços, que oferece oportunidades de emprego atualizadas constantemente; colunas onde o leitor pode expor suas necessidades, reclamações, denúncias como na sessão “A voz do Povo” e “Balanço Geral” do deputado Wagner Montes. As propagandas e anúncios também são voltados para este mesmo público, como por exemplo, supermercados considerados populares pelo menor preço, empresas de empréstimo pessoal, entre outras.

Uma das inovações apresentadas pelo jornal *Meia hora de Notícias* está relacionada ao seu formato. O modelo tablóide, em tamanho reduzido, permite uma maior portabilidade e sua leitura pode ser feita rapidamente, pois a abordagem superficial das notícias confinadas em pequenas notas e o uso extensivo de imagens não exige tempo e concentração de leitura, podendo ser interrompida e retomada quantas vezes forem necessárias, sem a quebra de raciocínio.

Um assunto recorrente dentro do jornal é a publicação praticamente diária na sessão de TV sobre o programa *Big Brother Brasil*. Podemos estabelecer uma relação com o que Guy Debord intitula como sociedade do espetáculo. O *Meia Hora de Notícias* acaba colaborando diretamente para a valorização exacerbada da aparência com a utilização e culto exaustivo da imagem em suas publicações.

Outra coluna de destaque dentro do impresso é a de fofocas, que chega a ocupar duas páginas inteiras ou mais. Notas sobre a vida pessoal de pessoas com destaque na mídia televisiva são publicadas em larga escala, em detrimento de outros assuntos que têm um desdobramento direto e/ou indireto na vida do público leitor como, por exemplo, economia, sessão inexistente no veículo impresso analisado. O que se vê são poucas notícias a respeito deste assunto sendo publicadas de forma superficial na sessão de serviços.

Por vezes, a concepção sobre o perfil do leitor deste impresso é de um indivíduo com grau de instrução menor, devido a todas as características anteriormente citadas sobre a linguagem e conteúdo que o jornal utiliza. Com foco na tríade de notícias sobre futebol, violência e mulher, raramente o leitor é estimulado por assuntos de cunho econômico ou social.

Esta visão nos remete ao que Raymond Williams descreve como “cultura de massas” e como o autor critica as proporções tomadas no desdobramento deste conceito. Segundo Williams, o termo “massas” ganhou uma conotação pejorativa e generalizante. Termos como “democracia de massa” e “comunicação de massa” são normalmente associados à vulgaridade e à falta de instrução.

Interessante também elucidar que esta visão é sempre em relação ao outro, não fazendo parte de seu cotidiano. O autor exemplifica: “Não considero massa meus parentes, amigos, vizinhos, colegas, conhecidos [...] Massas são os outros” (Williams, 1969, p. 309).

Com o que foi exposto acima, pode-se destacar a seguinte problemática: considerar a comunicação de massa como cultura popular, ou seja, relacionar o conteúdo, a forma e a linguagem utilizada no jornal *Meia Hora* como personificação de seu público consumidor. A cultura popular vem do povo, feita pelo povo, diferentemente do jornal analisado, que é produzido por indivíduos vindos de classes sociais mais altas (A e B) e conseqüentemente grau de instrução superior.

Em entrevista¹⁴ publicada no portal da comunicação no site Uol, a até então diretora do instituto de pesquisas de mercado *Retrato*, Maria Tereza Monteiro disse que “para atraí-las, o veículo teria de ter notícias resumidas, de leitura rápida, fácil assimilação e temas predominantemente locais, além de futebol, empregos e fofocas de artistas de TV”. Esta conclusão foi tomada após estudo qualitativo realizado a partir de oito discussões em grupo com diferentes segmentos (masculino feminino e jovens das classes B, C e D do Rio de Janeiro e da Baixada Fluminense). Segundo a pesquisa “confirmou-se que as pessoas não têm o hábito da leitura,

¹⁴ Disponível em <http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/17/artigo202240-1.asp>

sentem-se bem informadas a partir da TV e não gostam de perder tempo com jornais”.

De acordo com os resultados e, principalmente interesses mercadológicos, o que se faz é interpretar essa “massa” a partir de pontos de vista convenientes, determinando qual o tipo de conteúdo será veiculado, tornando-se assim uma ferramenta de grande poder influenciador.

Por fim, uma característica que foi percebida ao longo da análise dos temas veiculados pelo jornal é a ausência de uma sessão voltada para as atividades artísticas em geral. O jornalismo cultural mostrou-se inexistente neste novo tipo de jornal, se limitando apenas a divulgação de alguns shows dos gêneros musicais axé, pagode e funk.

Como debatido no capítulo anterior, o jornalismo cultural não deve sintetizar apenas a crítica e divulgação da chamada cultura erudita, muito menos se resumir a uma agenda de entretenimento porém, a publicação de um roteiro cultural que consiga abranger as diferentes formas de arte, da ilustrada à popular, é de suma importância pois viabiliza o conhecimento de diferentes expressões artísticas por parte da população que não possui facilidade no acesso a essas informações.

De uma forma geral, o jornal *Meia Hora de Notícias* atende ao que se propõe. Com uma linguagem coloquial e notícias sem maiores aprofundamentos, o jornal é facilmente lido, como o próprio nome diz, em meia hora. Os recursos e referências que constroem a mensagem, como manchetes que se auto-explicam sem a necessidade de uma leitura da matéria na íntegra, permitem que esta chegue sem dificuldades a quase todos os leitores. Este consegue entender os assuntos de forma bastante veloz, pois esta é a proposta do jornal: ser uma leitura objetiva, simples e rápida.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os fatos apresentados, é notória a dificuldade de definição e consenso que permeia ainda hoje o termo cultura. Dos seus primeiros conceitos até os mais contemporâneos, a sua significação passou por consideráveis expansões e resignificações, abrangendo o conceito antropológico (amplo) e ilustrado (restrito).

O mesmo ocorre na tentativa de delimitar uma definição ao jornalismo cultural. Mostrou-se que o jornalismo cultural não deve estar ligado somente ao que se considera como cultura erudita ou ilustrada, mas também a cultura popular. Do

ponto de vista antropológico, a cultura representa a organização de um povo, seus costumes e tradições que são transmitidas de geração em geração, ou seja, a cultura seria um elemento universal, inserida em tudo o que está relacionado ao homem. Partindo desse pressuposto, o jornal como um todo seria considerado cultural, por isso a necessidade de restringir seu conteúdo, relacionando-o primeiramente à divulgação, veiculação e crítica das chamadas sete artes. Com o passar do tempo, o jornalismo cultural sofre uma transformação, agregando a ele assuntos que vão além das atividades artísticas.

No objeto estudado para o presente trabalho, notou-se a ausência do que se designou como jornalismo cultural em sua forma mais restrita. Foi observado que como um veículo impresso, o jornal *Meia Hora de Notícias* se mostra sem pretensões sociais que não estejam relacionadas aos seus objetivos mercadológicos. O seu formato é moldado com a caracterização das novas mídias modernas: instantaneidade, praticidade e objetividade.

Como veículo formador de opinião e grande facilidade de alcançar as classes sociais mais baixas com sua linguagem diferenciada, o jornal poderia começar a inserir assuntos que fugissem da tríade violência-futebol-mulher, ajudando a formar um pensamento crítico em relação a diferentes temas ligados à vida do cidadão.

A crítica cultural aparentemente não teria espaço em seu formato, esbarrando em suas pretensões mercadológicas, porém a divulgação como forma de estimular o consumo de bens e produtos culturais contribuiria de forma positiva para o crescimento e aprimoramento intelectual do indivíduo.

A arte é inerente ao ser humano, portanto deve ser estimulada sua fruição e experimentação pelo indivíduo. Facilitar o seu acesso deve ser uma das responsabilidades de um jornal, já que o seu papel primordial é levar informação de qualidade ao leitor.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASSO, Eliane F. C. *Jornalismo cultural: Uma análise sobre o campo*. Trabalho apresentado ao NP Jornalismo, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Disponível em

<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/handle/1904/20003>. Acesso em 06/05/2012

Para entender o jornalismo cultural. Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, v.9, n.16(1) jan-jun 2008. Disponível em

http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/download/702/549. Acesso em 06/05/2012

COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural*. 3ª edição. São Paulo: Iluminuras, 2004

DEBORD, Guy. *Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997

FREIRE, Marcelo e LOPEZ, Debora. *O jornalismo cultural além da crítica: Um estudo das reportagens da revista Raiz*. Disponível em <http://bocc.unisinos.br/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>. Acesso em 06/05/2012.

GADINI, Sérgio L. *Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais. Principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros*. Disponível em <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/fronteiras/article/view/3138/2948>. Acesso em 06/05/2012.

GOMES, Fábio. *Jornalismo Cultural*. Disponível em: <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf>. Acesso em 15/05/12.

GUATTARI, Felix. *Micropolítica – Cartografias do desejo*. Vozes, 2005.

GUELMAN, Leonardo. *Tema 1: A nova lógica cultura; o novo lugar da cultura* (notas de aula).

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: Um conceito antropológico*. 20ª edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

PIZA, Daniel. *Jornalismo cultural*. 3ª edição. São Paulo: Contexto, 2009.

TARAPANOFF, Fabíola. *Escrever e pensar cultura na contemporaneidade*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Strictu Sensu* da Faculdade Cásper Líbero, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação. 2010. Disponível em www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2010/05/.../1274132010.pdf. Acessado em 04/05/2012.

VILLA, María J.: *Una aproximación teórica al periodismo cultural*. Revista Latina de Comunicación Social, 35 / Extra Argentina. 2000. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/Argentina2000/09villa.htm>. Acessado em 03/05/12.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e sociedade*. 1ª edição. São Paulo: Companhia editora Nacional, 1969.

-----*Marxismo e literatura*. Tradução de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979

7.ANEXOS

