
Jornalismo Cultural como mediador da cultura: análise de reportagem da editoria Vida&Arte, do jornal O Povo¹

Beatriz Irineu FERREIRA²
Natália Xavier COELHO³
Mariana Fontenele Braga de SENA⁴
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente artigo pretende analisar a reportagem “Deixe o corpo ir na frente”, veiculada em junho de 2019 no caderno de cultura Vida&Arte, do jornal cearense O Povo, a fim de compreender como o jornalismo cultural atua como mediador cultural entre uma manifestação artística e o público, ao mesmo tempo que funciona como registro de manifestações culturais de uma sociedade. Para tanto, se fez necessário entender o conceito de cultura e como essa definição se relaciona no âmbito do jornalismo. A partir de ambas contextualizações, foi realizada a análise da matéria, que registra ação cultural do coletivo Tertúlia Black Vândala, coletivo popular da cidade Fortaleza, Ceará. Foram estudados autores como Gomes (2008), Morin (2002) e Piza (2013) para entender como a matéria reflete a atuação do grupo como estímulo à ocupação de espaços e a produção cultural.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Cultural; Vida&Arte; cultura; comunicação

1. Introdução

A partir da reportagem “Deixa o corpo ir na frente” (FORTE, 2019), do caderno Vida&Arte do Jornal cearense O Povo, o presente artigo pretende analisar como o jornalismo cultural ainda se faz presente não só como teoria, mas também como prática. A pesquisa é de cunho qualitativo e adota uma metodologia construída a partir de elementos da Análise do Discurso, sendo seu referencial bibliográfico e documental.

O jornalismo cultural, como gênero do Jornalismo, apresenta algumas especificidades que podem o diferenciar de outras editorias do Jornal em pauta. Assim, ao analisar a reportagem, faz-se necessário, a priori, compreender o conceito de cultura e a sua relação com o campo da comunicação. A partir de uma percepção mais ampla do conceito, é

Trabalho apresentado na IJ08- Jornalismo, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade de Fortaleza (Unifor). E-mail: beatrizirineu@edu.unifor.br

³ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade de Fortaleza (Unifor). E-mail: nxcoelho@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Unifor, email: mfontenele@unifor.br

possível compreender o que, de fato, o “cultural” - do “jornalismo cultural” - pode significar. Nesse sentido, esta pesquisa analisa o significado de “jornalismo cultural” e de como ele é entendido por jornalistas e pesquisadores do ramo.

A matéria “Deixa o corpo ir na frente”, veiculada no dia 15 de junho de 2019 pelo jornal O Povo, foi escolhida por ter como temática principal de sua narrativa um coletivo artístico organizado pela população e para a população, por meio de encontros gratuitos na cidade de Fortaleza, capital do Ceará. Na reportagem, é contada a história do coletivo Tertúlia Black Vândala, fundado em 2018. A abordagem explana como o grupo se utiliza da ocupação da cidade como protesto político.

Para a condução da análise, foram utilizadas as versões impressa e digital da reportagem. Ademais, foram estudadas as contextualizações dos conceitos de cultura e do jornalismo cultural, além da posição e linguagem expostas no texto jornalístico analisado.

Assim, o artigo busca compreender como o jornalismo cultural age como registro, como ressalta manifestações culturais e como funciona como mediador da cultura ao mesmo tempo em que transmite a mensagem de forma jornalística.

2. O que é cultura no âmbito da comunicação?

Para o filósofo Flusser (2011), em sua obra “Natural:Mente”, a cultura é algo que “abriga” o ser humano dos fenômenos da natureza, mesmo os mais comuns, como a chuva. A cultura, sendo criação humana, pode ser percebida ao observar o cair da chuva pela janela, ou quando o ser humano se mantém dentro de um abrigo (no caso, a casa) produzido de forma não natural, ou seja, de forma humana, enquanto algum fenômeno natural acontece fora do alcance. Sem categorias maniqueístas, a natureza e a cultura não são boas nem más em suas essências, mas sim formatos diferentes que auxiliam (ou atrapalham) como o ser humano consegue sobreviver à sua realidade.

Cultura não é questão de chuva (seja controlada e programada ou não), mas é questão da sensação que provoca nos que a observam pela janela. Em outros termos: se observo a chuva pela janela, vejo que a única justificativa de engajamento em cultura é aumentar o terreno da liberdade. (FLUSSER, 2011, p. 44)

Ou seja, entende-se que tudo que é produzido pelo ser humano - e que não provém de fontes totalmente naturais - pode ser considerado cultura. O antropólogo Gomes (2008), em sua obra “Antropologia ciência do homem, filosofia da cultura”, alega que a cultura conta com diversas acepções. No entanto, pode ser definida pelo seu contexto mais genérico, como “tudo aquilo que o homem vivencia, realiza, adquire e transmite por meio da linguagem” (GOMES, 2008, p. 35). Se tomarmos como exemplo o Brasil, teremos uma mestiçagem de diferentes tipos de cultura. Portanto, Gomes (2008) afirma que este conceito é um sistema que lidera o pensar, o agir e o modo de se relacionar.

De acordo com Bosi (1986), em “Cultura de Massa e Cultura Popular”, o conceito de cultura se renova com os meios de comunicação quando há democratização da informação, na qual as sociedades de massa passam a ter acesso ao que era propriedade da alta burguesia. Ademais, é importante ressaltar que os meios de comunicação de massa forneciam para a população, além de informação, o entretenimento.

Quando consideramos a cultura popular, entendemos que a expressão é munida de significados variados. Para Bosi (1986), os estudos sobre o assunto eram relacionados e confundidos com o folclore, sejam eles de regiões urbanas ou industriais. Gomes (2009) afirma que a cultura popular se relaciona com itens presentes nessa ideia, como crenças, mitos, ditados etc. Esses itens estão relacionados a uma identidade de coletividade, podendo representar até uma forma de pensar e ser.

No livro “Cultura de Massa no século XX”, Morin (2002) relaciona a Cultura de Massa do século XX ao lazer, “benefício” conquistado após batalhas trabalhistas. Com o aumento do tempo livre e da “cultura do lazer”, a Cultura de Massa passa a ter certa relevância também no âmbito da comunicação, principalmente por meio das mídias.

No século XX, Morin (2002) ressalta que a propagação desse movimento também resultou no crescimento da ideia do “espetáculo”, principalmente em televisões. O tempo livre conquistado pela classe trabalhadora passou a ser controlado por essa “Cultura de Massa”. Nesse sentido, o jornalista passa a ter um papel importante, sendo o criador de produtos que atraem o olhar do “espectador”.

A cultura de massa mantém e amplifica esse “voyeurismo”, fornecendo-lhe, além disso, mexericos, confidências, revelações sobre a vida das celebridades. O espectador tipicamente moderno [...] participa do espetáculo, mas sua participação é sempre pelo intermédio do corifeu, mediador, jornalista, locutor, fotógrafo, cameraman, vedete, herói imaginário (MORIN, 2002, p. 70).

Tal posicionamento é também mencionado por Rudiger (2015), que ressalta a exploração do lazer cultural como algo mercantil e, conseqüentemente, uma forma de controle social. O autor relaciona a “cultura de massa” como um produto da chamada Indústria Cultural, na qual as sociedades capitalistas da primeira metade do século XX utilizavam desse artifício para garantir o engajamento das massas. Esse pensamento foi desenvolvido por Horkheimer e Adorno, pensadores alemães criadores da chamada “Escola de Frankfurt” (RUDIGER, 2015).

Criada a partir de uma padronização, e com o objetivo de “conquistar” as massas, a “cultura de massa” não era modelizadora ou instigadora da “arte”, mas sim de produtos de certa estética. A democratização da cultura, também mencionada por Morin (2002), encontra na Indústria Cultural uma desvirtude. Não produz arte e é vista como “mercadoria”. Em vez de funcionar como um meio de “emancipação”, passa a ter caráter de dominação. Tal objetivo é facilitado pela comunicação, pois

as comunicações são importantes não porque veiculam ideologias, mas sim porque, se de um lado fornecem as informações que colaboram para seu esclarecimento, de outro proporcionam o entretenimento que elas procuram com avidez, e sem o qual talvez não pudessem suportar o crescente desencantamento da existência (RUDIGER, 2015, p. 142).

O jornalismo cultural, já identificado como conceito na época, acompanhou a indústria cultural. Isso fez com que passasse por uma “crise de identidade”, resultado de como este era utilizado enquanto controle de massas (PIZA, 2013). Essa ideia, entretanto, já não se aplica à contemporaneidade. De acordo com Rancière (2010), o espectador já não mais é passivo, mas sim um ativo que tem o poder de seleção do conteúdo, bem como de resposta. O autor define essa mudança de perfil como o “espectador emancipado”.

A cultura do século XXI, ainda moldada pela sociedade, é influenciada pela velocidade (KURZ, 1999), o que torna “urgente” algum sentido cultural, ou seja, alguma representação que possa funcionar como símbolo da sociedade ocidental. Não estava

claro ainda o que o conceito de cultura se tornaria no começo do século. Diante do progresso, se fez necessário uma nova orientação cultural (KURZ, 1999).

Então, é possível compreender a cultura, ainda, no seu sentido mais original, como “todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (TAYLOR apud LAIARA, 2008, p. 25). Ou seja, entende-se como algo intrínseco ao ser humano, sendo coberto de ressignificações, representações, ideais, crenças, mitologia, pensamentos, artes e tudo que possa ser relacionado à produção humana.

Portanto, são diversas as definições e percepções da cultura, que podem ser definidas por diversos autores e conceitos. Nesse sentido, “as dificuldades em encontrar uma definição fixa para o termo podem ser interpretados como forte estímulo para o jornalismo cultural, mesmo que ele ainda seja palco de um complexo debate” (OLIVEIRA NETA, 2016, p. 10). Dessa forma, entende-se que os vários conceitos aplicados à cultura e, conseqüentemente, a este segmento jornalístico funcionam como um multiplicador e um potencializador dos conteúdos publicados. Algo que transforma o caderno, a editoria e o nicho jornalístico do âmbito da cultura um formato sempre em expansão e com diversas possibilidades.

3. O Jornalismo Cultural

Como observado, o jornalismo cultural passou por uma “crise” no século XX. Entretanto, Piza (2013) defende que as crises de identidade - frequentes neste segmento devido às mudanças do conceito de cultura - são necessárias para que ele possa reinventar-se e adaptar-se. O termo jornalismo cultural trata-se de “uma riqueza de temas e implicações [...] afinal, a cultura está em tudo, é de sua essência misturar assuntos e atravessar linguagens” (PIZA, 2013, p.7).

Entende-se o jornalismo cultural como uma área complexa do jornalismo que vai além da arte - que por si só já é um vasto campo de assuntos - sendo um segmento complexo do jornalismo. Trata-se de um registro documental de qualquer sociedade, incluindo seus valores, correntes de pensamentos, ideologias, ciências. É uma forma de revisitar momentos anteriores, sendo um registro histórico. É um campo privilegiado que também

atende às chamadas sete artes (música, dança, pintura, escultura, literatura, teatro e cinema) (RIVEIRA, 2003), mas que também pretende ir além deles, propondo como arte outros temas, como a moda, a gastronomia e a arte urbana. Esse segmento:

dedica-se à avaliação de ideias, valores e artes. Como o nome já anuncia, relaciona-se à cultura – em seu conceito mais genérico utilizado na esfera da produção jornalística – e as suas manifestações, entre elas as artes plásticas, a música, o teatro, a dança, o cinema e o folclore (ROSETTI, 2015, p. 1).

Além de funcionar de tal forma, o jornalismo cultural tem como uma de suas principais funções conseguir realizar a mediação entre a arte e o público. As matérias desse segmento do jornalismo dão visibilidade e traduzem tais movimentos para o público, representando a arte em suas diversas épocas e conceitos; funciona, também, como divulgação de novas obras. Como é uma editoria pautada muitas vezes pelo “gosto” e pela formação cultural do repórter, se faz necessário que o jornalista deste segmento esteja sempre aberto às novas manifestações artísticas (BALLERINI, 2015).

No campo, é necessário observar que dentro do jornalismo cultural, além das especificações e das constantes mudanças mencionadas, há outras dificuldades que o segmento enfrenta, como a falta de concordância sobre a linguagem e os gêneros que o segmento permite (FARO, 2006). Essa divergência, entretanto, também pode potencializar os conteúdos do segmento.

Piza (2013) também ressalta outros desafios que o jornalista de cultura deve passar para garantir o conteúdo aos leitores. Primeiro, entende-se que da mesma forma que o jornalista deve nascer para o ofício, o segmento deve estar no código genético do profissional. É preciso compreender que existe um público sólido para o jornalismo cultural e que deseja ser atendido com produção de qualidade. Para isso, há algumas questões a serem consideradas quando se produz neste segmento.

A maior delas, talvez, seja a infinidade de oposições, de polarizações que o contamina a todo instante. Entretenimento *versus* erudição, nacional *versus* internacional, regional *versus* central, jornalista *versus* acadêmico, reportagem *versus* crítica - a lista poderia ir longe (PIZA, 2013, p. 8).

De acordo com Faro (2006), o jornalismo cultural não é caracterizado dessa forma exatamente pelo conteúdo das pautas, mas sim pela aproximação com a sua estética, que

se encontra na fronteira entre a narrativa jornalística e a literária. Sendo assim, “o jornalismo é cultural porque é ‘cultural’ o estilo, não importando muito se é reportagem ou crônica, resenha ou notícia, notícias da política nacional ou do esporte” (FARO, 2006, p. 151). A ideia é partir para além da notícia factual e investir também em crônicas, artigos de opinião, críticas, resenhas. Isso sem abandonar as reportagens e, claro, a boa apuração e a ética jornalística.

Para Faro (2006), o jornalismo cultural também pode ser considerado uma instância com categorias de valor e teor histórico. O conteúdo que normalmente é exposto em um caderno cultural, seja resenha ou crítica, ultrapassa “o âmbito específico do fato motivador da pauta e do texto e se estende sobre a própria tensão decorrente da avaliação jornalística.” (FARO, 2006, p. 159). Compreende-se, então, que a narrativa do jornalismo cultural transita para além do texto, relacionando-se com o conteúdo em que está inserido. Não abrange somente o texto escrito, mas sim todo o processo envolvido desde a sua criação até os seus efeitos após a publicação.

Dessa forma, entende-se que mais do que um texto abordando um tema cultural, o jornalismo cultural é um segmento jornalístico que funciona como registro histórico de um instante de uma sociedade, além de funcionar como mediador entre a população e a sua cultura, que pode abranger ideias, pensamentos, valores, ideologias, arte, ciência, entre diversos outros segmentos e pautas, independente de seu contexto econômico ou social.

4. Análise da matéria do Vida&Arte

O Jornal O Povo foi idealizado em 1928, pelo jornalista Demócrito Rocha Dummar. O conceito que deu origem ao seu nome está atrelado à ideia de repassar as notícias para toda a população, ou seja, para “o povo”. Junto ao jornal Diário do Nordeste, do Sistema Verdes Mares, e ao O Estado, o jornal faz parte dos periódicos mais conhecidos de Fortaleza e um dos maiores do Ceará.

O caderno Vida&Arte do Jornal O Povo completa, em 2019, 30 anos de existência. Com projeto editorial e gráfico próprio, divergindo-se de outros cadernos das publicações do Jornal, a editoria apresenta matérias, colunas sociais, reportagens, agendas culturais, entre

A reportagem “Deixa o corpo ir na frente”, escrita pela repórter Bruna Forte (2019), foi veiculada no Jornal em um sábado, dia 15 de junho de 2019. A matéria ocupou duas páginas do caderno, a de nº 4 e a de nº 5. Nela, o lide se encontra dividido por toda a matéria, apresentando o grupo e contando um pouco sobre sua atuação na cidade de Fortaleza.

A reportagem conta com cinco fotografias, todas posicionadas nos extremos das páginas, ocupando mais da metade do espaço. Também possui dois olhos, que destacam falas dos personagens do coletivo, dando voz e espaço a eles. Tais recursos, quando utilizados de forma criativa, conseguem atrair a atenção do leitor (KOSTCHO, 2007). Entende-se então que há uma estruturação do design da página voltado para a hierarquização do conteúdo. O título usufrui de metáforas e imagens posicionadas assertivamente para garantir que o leitor veja a chamada e leia a reportagem.

O objetivo da matéria era informar os leitores acerca do primeiro aniversário do coletivo Tertúlia Black Vândala, projeto que nasceu em fevereiro de 2018. O grupo é responsável por organizar a ocupação de diversos locais da cidade de Fortaleza, Ceará, por meio de ritmos musicais como *black*, *soul*, *groove* e *funk*. Na reportagem, é contada a experiência desse movimento por meio da vivência dos organizadores da festa. Nela, os integrantes garantem que realizar a festa de forma gratuita é um gesto político. Além disso, também é mencionado que o Tertúlia Black Vândala é tratado como uma experiência sonora e sensorial, sem qualquer preconceito e discriminação. Tal ideia é reforçada ao final do primeiro parágrafo, em que Forte (2019) ressalta que o coletivo, por meio de seus atos, defende “a luta por uma Fortaleza de todas e todos” (FORTE, 2019, p. 4).

A linguagem utilizada para desenvolver a narrativa da reportagem também estimula o leitor a ocupar os espaços da Cidade, por meio das citações dos locais em que o coletivo fez passagem. Ao mesmo tempo, a matéria reflete um lado social, pela lógica ocupacional de Fortaleza. Essa ideia pode ser compreendida a partir do próprio título, em que o corpo é colocado como o sujeito. “Deixa o corpo ir na frente” pode ter diversos significados, entre valorizar o ser humano e relacionar o “corpo” como algo mais amplo. Para o antropólogo Le Breton (2016), em “Antropologia do Corpo”, o corpo pode ser

considerado fator de individuação, mas também é “uma construção simbólica, não uma realidade em si, onde a miríade de representações que procuram conferir-lhe um sentido, e seu caráter heteróclito, insólito, contraditório, de uma sociedade a outra” (LE BRETON, 2016, p. 15).

“Deixa o corpo ir na frente” funciona como registro da criação do grupo - fevereiro de 2018 - e dos ritmos e das manifestações artísticas que o grupo utiliza para seu propósito: o de ocupar os espaços públicos. Entende-se que pelos próximos anos, mesmo se o coletivo não mais funcionar, o Jornal funcionará como uma espécie de “certidão” de sua existência e um registro dos estímulos culturais, sociais e políticos que aconteciam em Fortaleza.

Além do convite feito à população para a ocupação da cidade, também é exposto as dificuldades dos organizadores em montar um evento de qualidade que seja gratuito. No entanto, para os organizadores do evento, o intuito de ocupar novamente praças abandonadas torna-se a motivação para deixar o corpo ir na frente da arte. A palavra “ocupação”, citada quatro vezes na reportagem, é demonstrada também na posição em que o texto e as imagens estão posicionados durante a matéria. Segundo Freire (2009), em “O design no jornal impresso diário. Do tipográfico ao digital”, a diagramação das matérias, com a “era digital”, passou a ser ainda mais dividida e organizada a fim de buscar uma facilidade de leitura, possuindo caixas de texto mais espaçadas, além de um foco no tratamento das imagens e um planejamento de hierarquia do conteúdo exposto. “Isso faz com que o design seja, mais do que nunca, convocado como elemento de organização e também de expressão” (FREIRE, 2009, p. 303). Além disso, nesta reportagem, há a hierarquização do conteúdo, fazendo com que a posição das imagens forme um “corredor” para o texto verbal.

Assim, entende-se que a reportagem “Deixa o corpo ir na frente” transmite e reflete o pensamento do coletivo Tertúlia Black Vândala, seja ao comparar a disposição dos criadores ao organizarem o evento ou ao mencionar que a festa é um ato sociopolítico.

5. Considerações Finais

O jornalismo cultural recebe preconceitos por ser estigmatizado como um jornalismo voltado somente para a diversão, sendo até considerado uma parte de alívio para a comunidade. Por momentos, este gênero pode ser considerado um alívio, no entanto, ele também é responsável por documentar e disseminar a cultura de um povo.

Neste artigo, foi apontado que o conceito de cultura foi atualizado com o tempo e debatido de diferentes formas por diversos autores, se modificando a partir de um determinado contexto social, político ou temporal. E é por esta proliferação do termo “cultura” que o jornalismo cultural possui diversas definições que convergem ao gênero que pode ser identificado hoje. Na análise, entende-se que a matéria do coletivo Tertúlia Black Vândala, além de documentar um evento que ocorre na cidade de Fortaleza de forma gratuita e das manifestações culturais e sociopolíticas de uma época, funciona como mediador da cultura popular para o público, independente da classe, do gênero e da forma de manifestação. Tais características podem se relacionarem com outras matérias que se identifiquem com características do jornalismo cultural.

REFERÊNCIAS

BALLERINI, Franthiesco. **Jornalismo Cultura no século 21: Literatura, artes visuais, teatro, cinema, música** [A história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática]. Summus Editorial, 2015.

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular: leituras operárias**. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

FARO, José Salvador. Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. **Comunicação & sociedade**, v. 28, n. 46, p. 143-163, 2006.

FLUSSER, Vilém. **Natural:mente**. São Paulo: Annablume, 2011.

KURZ, Robert. **O tédio mortal da modernidade**. 1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs2811199916.htm>. Acesso em: 10 maio. 2019.

FORTE, Bruna. Deixa o corpo ir na frente. **O Povo**. Fortaleza, p. 4-5. 15 jun. 2019.

FREIRE, Eduardo Nunes. **O design no jornal impresso diário**. Do tipográfico ao digital. Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p.291-310, dez. 2009.

GOMES, Mércio Pereira. **Antropologia: ciência do homem, filosofia da cultura**. Editora Contexto, 2008.

KOSTCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Atica, 2007.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Zahar, 1999.

LE BRETON, David. **Antropologia do corpo**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2016. 318 p.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX: O espírito do Tempo* 1. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

OLIVEIRA NETA, Maria Navarro de. **Jornalismo e Cultura: uma análise da reportagem especial “Entre na História” do caderno Vida&Arte**. 2016. 70 f. - Curso de Jornalismo, Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2016.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2013.

RANCIÈRE, Jacques. **El espectador emancipado**. Ediciones Manantial, 2010.

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

RUDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2015. p. 131-150.

SAMPAIO, Marcos. Entrevista concedida à Natália Coelho. Fortaleza, 20. jun. 2019