

Jornalismo Cultural na Era Digital: As novas configurações entre cultura e informação no século XXI¹

Márcia Eduarda de Sousa Cavalcanti²

Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira (Orientador)³

Universidade Federal do Cariri – UFCA, Juazeiro do Norte, CE

Resumo

Este artigo faz uma análise entre duas áreas de ampla complexidade: Jornalismo e Cultura. O jornalismo cultural diante do cenário atual com a nova era digital, buscando entender as transições e novas transformações entre a cultura e informação.

Com isso, trata-se de um novo ciclo na rotina jornalística com segmento cultural, através da revolução da comunicação, analisando meios de justificativa para explicar e cogitar o jornalismo cultural atual, estudando os impactos provocados pela transformação digital e detectar possíveis pressuposições para a atual configuração do jornalismo cultural.

Palavras-chave

Jornalismo cultural; jornalismo; cultura; informação; era digital.

A cultura no jornalismo é um espaço específico da informação nas artes, na filosofia e nas ciências, tendo como a principal característica ampliar os diálogos culturais para além das chamadas sete artes (música, dança, pintura, escultura, literatura, teatro e cinema), como inicialmente era seu propósito, criando relações com a arte e questões ligadas a patrimônios históricos, tombamentos, leis e manifestações culturais, tratando a cultura como fonte de informação entre diferentes campos da sociedade, seja local, nacional ou internacional.

O jornalismo cultural surge, no cenário jornalístico, privilegia os saberes das classes letradas, como artes e literatura, enquanto a popular dá voz às manifestações oriundas da população, desconsiderando escolarização e que cobre a área de notícias culturais, como, por exemplo, filmes, peças de teatro e música.

¹Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada do curso de Jornalismo da UFCA, e-mail: dudacavalcanti00@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFCA, e-mail: paulo.cajazeira@ufca.edu.br

Fronteiras entre Informação e Cultura

Segundo os princípios do Antropólogo, Laraia:

Culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização política, crenças e práticas religiosas, e assim por diante. (Laraia, 2004, p. 59)

Para Alex Mesoudi, cultura é um conceito como “vida”, algo que as pessoas usam mediante os seus diálogos.

Cultura é informação que é adquirida através de outros indivíduos via mecanismos de transmissão social como a imitação, ensino ou linguagem. ‘Informação’ aqui entende-se como um termo geral que se refere ao que os cientistas de ciências sociais e leigos chamam de conhecimento, crenças, atitudes, normas, preferências, e competências, que possam ser adquiridos através de outros indivíduos via transmissão social e conseqüentemente compartilhados através de grupos sociais. (Mesoudi, 2011, p. 23)

Segundo o Autor Daniel Piza, todos os fatos noticiados são culturais, visto que a cultura está em tudo, sendo da sua característica misturar assuntos e linguagens. O que nota-se fazendo comparação com o passado é que desde os primórdios da atividade jornalística, diálogos culturais estão presentes na esfera da comunicação, com diferentes expressões e linguagens. “há uma riqueza de temas e implicações no jornalismo cultural que também não combinam com seu tratamento segmentado; afinal, a cultura está em tudo, é de sua essência misturar assuntos e atravessar linguagens” (Piza, 2004, p.7).

Seguindo a mesma ideologia, o jornalista de cultura do PÚBLICO, Vítor Belanciano destaca:

A cultura está em tudo. Mistura assuntos. Atravessa linguagens. Olhamos em redor e é como se tudo fosse cultura. E é. Mas então se a política, a economia ou a sociedade são cultura, o que torna específico o jornalismo cultural na atualidade? O seu cunho reflexivo, analítico, crítico. Nos espaços de economia, política ou sociedade, temos as práticas. O jornalismo cultural deve refletir sobre elas. Traduzir, de forma simples, realidades complexas. (2010, para. 4)

Para o autor e escritor Williams (1992) a cultura é como um sistema de significações em constante processo de ebulição, a composição da manifestação se dá de maneira embrionária nas artes, na literatura, na moda, na arquitetura e em outras formas semelhantes da vida social. Mediante as análises discutivas e sobre as chamadas “sete artes” (literatura, música, arquitetura, pintura, teatro, escultura e cinema), o jornalismo cultural vai além da informação, suas principais características configura-se em formar opiniões e produzir pensamentos reflexivos do que se enxerga e escuta, através de sua bagagem intelectual e de seu julgamento crítico.

A revista *The Spectator*, lançada em 1711 por Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1719), é tida como marco inicial do jornalismo cultural: falava sobre livros, óperas, costumes, festivais de música, teatro e até mesmo política. Ela nasceu e cresceu com a cidade de Londres, discutia o que estava na boca do povo e era direcionada a sociedade. Ainda seguindo os princípios de Piza, entende-se que o Jornalismo Cultural surge devido ao crescimento dos grandes centros urbanos:

Em outras palavras, a *Spectator* – portanto o jornalismo cultural, de certo modo – nasceu na cidade e com a cidade. (...) A *Spectator* se dirigia ao homem da cidade, “moderno”, isto é, preocupado com moda, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltando diante das mudanças no comportamento e na política. Sua ideia era a de que o conhecimento era divertido, não mais a atividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam. (PIZA, 2003, p.12)

No jornalismo cultural brasileiro, grandes nomes da literatura continuavam a ganhar cada vez mais força, como: Euclides da Cunha (1866-1909), Monteiro Lobato (1882-1948) e Lima Barreto (1881-1922). Os jornais e as revistas atribuíam valor ao crítico profissional e informativo que, além de examinar as obras, refletia sobre a cena literária e cultural da época. (PIZA, 2009)

O autor Daniel Piza faz a junção do jornalismo cultural como um tipo de jornalismo especializado, possuindo pontos de diferenciação, inicialmente pelo conteúdo das notícias, que “olham mais para o que ainda vai ocorrer do que para o que ainda está acontecendo ou já aconteceu” (2009, p. 80).

“No começo de 1991, é estabelecida a primeira conexão real à Internet no Brasil, através da Fapesp, que começou também a administrar o domínio ‘.br’, até hoje sob seu controle.” (ERCILIA, 2000, p. 48). Em 1995, o comércio da Internet foi liberado no Brasil e o grupo Abril, juntamente com o grupo Folha, tornou-se pioneiro no mercado online através da criação do provedor Universo Online. O *Jornal do Brasil* foi o primeiro a ter uma versão na web, seguido pelo primeiro jornal em tempo real, o atual *Folha Online* – criado em 1996.

O jornalismo cultural busca não se trilhar nas mesmas linhas do jornalismo tradicional que se alimenta do factual e da superficialidade, pois se configura como um produto cultural, com a finalidade de preservar suas qualidades, no âmbito crítico, plural e diverso.

Nas seções de cultura, como jornais e revistas, as atividades mais vistas são sobre divulgação de filmes, espetáculos, livros e eventos culturais, criando pautas baseadas em *releases* de assessorias de imprensa. O espaço para análise crítica e reflexão é cada vez menor. Atualmente, encontramos o jornalismo de agenda, onde o público busca a informação de forma breve, como por exemplo, os guias de eventos e lançamentos semanais ou mensais.

Segundo Piza, “a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe” (2004, p. 45).

Antes dos cadernos especializados na área, as informações envolvendo eventos culturais/artísticos se encontravam misturados a outros temas diversos, disputando e concorrendo em espaço com horóscopo, passatempos, charadas e quebra-cabeças.

Com os cadernos culturais – e entre eles é importante destacar o inovador Suplemento Dominical do Jornal do Brasil (SDJB), que circulou entre 1956 e 1961 – os jornalistas começaram a se especializar na cobertura e crítica da arte, teatro, dança, música, televisão e cinema. Com isso, a editoria de cultura lida diretamente com a indústria cultural e um espaço favorecido para divulgação de outros produtos da mesma indústria cultural.

De acordo com os princípios de Sousa:

Um jornalista bem preparado, na actualidade, tem de dominar a linguagem e a técnica de diferentes meios e de especializar-se em determinados conteúdos, para poder encontrar a melhor informação num espaço sobre-informado. (2013, para. 20)

O jornalista cultural proporciona a capacidade de apresentar um posicionamento reflexivo sobre as práticas sociais enquanto reflete sobre as práticas culturais. Na vertente ligada diretamente as artes, o jornalista de cultura deve ser um intermediário competente entre artistas e público, apresentando os objetos dos trabalhos jornalísticos, bem como o contexto em que se inserem.

Jorge Rivera propõe uma definição que corrobora a união das anteriores. Segundo o autor:

Todo o jornalismo, em definitivo, é um fenômeno “cultural”, pelas suas origens, objetivos e procedimentos, no entanto, consagrou-se historicamente com o nome de “jornalismo cultural” a uma zona muito complexa e heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou de divulgação, os terrenos das belas artes e das belas letras, as correntes de pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspetos que têm a ver com a reprodução, a circulação e o consumo de bens simbólicos, independentemente da sua origem ou do seu destino. (1995, p.19)

O jornalismo cultural tem como o intuito atender a um público segmentado, classificando-se como uma especialização surgindo das necessidades dos veículos de comunicação. Embora tenha que depender das dimensões do projeto editorial e o segmento de público para o qual se destina, vai muito além da divulgação dos conteúdos artísticos e entretenimento.

Com a modernização da sociedade e de sua complexidade, observa-se também a complexidade e especialização de muitos cadernos culturais, com a finalidade de atender a gostos e interesses de uma sociedade diversificada, em um processo de segmentação. Os profissionais da comunicação tem que lidar com a disputa de pautas cotidianamente, pois na prática das redações, assessorias de imprensa, divulgadores, gravadoras e patrocinadores disputam pelo espaço diferenciado.

De certa forma, o espaço cultural na área da comunicação tem um peso comercial, pois apresenta como característica a dialética entre o discurso sobre arte, espetáculos, questões contemporâneas e o capital entre valor de uso e valor de troca. Com isso, os jornalistas culturais obtêm outra dimensão da experiência profissional, agregando valores pelo fato de lidar diretamente com atores, artistas plásticos, músicos e bailarinos é necessário despertar para linguagens filosóficas, corporais, sonoras, cênicas e literárias. Ademais, trabalhar com jornalismo cultural significa trabalhar com arte e absorver conhecimento com a esfera do simbólico e paralelamente se reeducar no convívio com esses universos.

O lugar de divulgação de artes e espetáculos, espaço para a palavra de artistas, espaço comercial, local de prestação de serviços para leitores e até para discussão breve em torno de temas da contemporaneidade, o chamado jornalismo cultural é objeto privilegiado para análise das mudanças pelas quais passam a sociedade, as artes, a cultura e, por extensão, os próprios meios de comunicação de massa.

Espaço do Jornalismo Cultural na Era digital

Os computadores e celulares ocupam espaço importante no atual modelo de sociabilidade que configura todos os setores da sociedade, comércio, política, serviços, entretenimento, informação, relacionamentos. Os resultados desse processo são evidentes, sendo que essas transformações mudaram o cenário social na busca pela melhoria e pela facilitação da vida e das práticas da sociedade. A sociedade transita hoje no que se convencionou denominar Era Digital.

A nova era digital contribui para que o acesso à informação se torne rápido e prático com o avanço tecnológico. Com isso, trazendo inúmeros desafios e oportunidades para a sociedade atual, de modo a se tornar afetada com todos os aspectos que o mundo digital proporciona, fazendo um paradigma entre a interação das pessoas com instituições e comportamentos sociais.

Fazendo uma simples comparação, muito mais pessoas abrem um jornal ou revista ou acessam um site para saber a que espetáculo irão assistir, que disco ou livro poderão comprar, que concerto ou exposição lhes agrada mais. Por um lado, as editorias dos jornais diários ou das revistas semanais, programas de tv e de rádio tendem a se adaptar as linguagens do público.

Outra perda do jornalismo cultural em meio a essa confusão de valores, além da credibilidade crítica, é sua submissão ao cronograma de eventos. Lemos muito sobre discos, filmes, livros e outros produtos no momento de sua chegada no mercado – e, cada vez mais, antes mesmo de sua chegada, havendo casos em que a obra é anunciada (e, pois, qualificada) com diversos meses de antecedência. No entanto, raramente lemos sobre esses produtos depois que eles tiveram uma “carreira”, pequena que seja, e assim deixamos de refletir sobre o que significaria para o público de fato (PIZA, 2004, p. 51)

Os casos de sites ou revistas que tratam de temas específicos, como música, cinema, moda, entre outros, são voltadas para um público cada vez mais restrito e que consome com seriedade esse tipo de informação temática detalhada, levando os veículos de comunicação a se especializarem em áreas limitadas.

Com isso, as novas gerações vivenciam uma nova era digital, o fato de termos informação na ponta dos dedos (literalmente) e de aparelhos eletrônicos que proporcionam diversão e entretenimento parece a partida uma vantagem em relação a gerações passadas, mas há que tomar em atenção o que o provérbio também passado nos alerta para uma situação corrente: “a pressa é inimiga da perfeição”.

O mundo virtual é muito ágil em relação as coisas do mundo físico. Lévy (2011, p. 17) diz que a virtualização é muito mais que uma simples atualização, que é a criação de novas formas a partir de uma configuração dinâmica de forças e finalidades.

A virtualização é uma “elevação à potência”. Com isso, há mais benefícios que malefícios em virtualizar os serviços e produtos de uma sociedade. De acordo com Carvalho (2014),

“Toda revolução tem a sua consequência. A era digital trouxe inúmeras para a humanidade. A principal delas é o dinamismo e a agilidade na propagação da informação. Enviar e receber conteúdos atualizados 24 horas por dia, podendo ser acessados a qualquer instante, seja dia ou noite, de qualquer ponto que tenha uma conexão de dados, é uma das características da Internet.”(CARVALHO, 2014)

A era digital também está ligada a transmissão de informações em tempo real, pois o avanço tecnológico propõe para a sociedade que a as informações estejam 24 horas por dia atualizadas e que sejam transmitidas em tempo real. Carvalho (2014) diz que “A era digital representa a agilidade em transmitir uma informação em tempo real a qualquer instante em qualquer ponto do globo terrestre”. Mas isso torna-se motivo para que as pessoas consigam identificar a veracidade dessas informações. A transmissão em tempo real é um avanço, mas se não for bem administrada pode ser um desastre. Visto que, qualquer pessoa, a qualquer tempo, pode dizer o que bem entender e divulgar a quem quiser.

Observa-se uma grande mudança no paradigma cultural e conseqüentemente neste jornalismo especializado. Assim como o jornalismo em geral, o jornalismo cultural sempre vai buscar se adaptar a nova linguagem digital, multimídia e instantânea. Na era digital o crítico é posto em causa num mar onde ocasionam opiniões. O ciclo de implantação de novas tecnologias é cada vez mais acelerado, com mudanças importantes num curto espaço de tempo. De sociedade industrial passou-se rapidamente para era da tecnologia e mais rápido ainda já estamos vivemos na era digital.

Franthiesco Ballerini destaca a nova era da informação como um poço de oportunidades:

Quando este Ovo de Colombo for descoberto, certamente os leitores terão uma experiência muito mais rica do que na era impressa. Quando os leitores finalmente se cansarem de fontes sem credibilidade e profissionalismo jornalístico nas redes sociais, recorrerão às empresas que oferecem informação e reflexão bem construídas. E terão, junto, os bônus que a era digital trouxe pela primeira vez na produção de conteúdo jornalístico interativo. (2017, para. 10)

O ambiente online representa o surgimento de um novo local onde o jornalismo cultural e os jornalistas da área podem se expressar e explorar textos e críticas mais profundas e interessantes. Além disso, o formato busca novas possibilidades de sustentabilidade e novos meios de interação com a sociedade: ao contrário dos suportes tradicionais, o jornalismo online pode respeitar a atualização, diária ou não, de acordo com os seus setores; o usuário tem maior acesso ao produtor do texto; é possível selecionar somente os conteúdos que interessam a cada leitor; entre outras. (TEIXEIRA in AZZOLINO, 2009).

Considerações Finais

Com as potencialidades e novas configurações na era digital, o jornalismo Cultural tem muito a lucrar, mas é preciso saber conciliar elementos capazes de introduzir na informação uma narrativa de sensações no público, causando uma experiência imersiva. Ademais, no jornalismo cultural, se torna necessário compreender e administrar as influências proporcionadas pela contemporaneidade e manter um certo equilíbrio.

A finalidade da pesquisa consolida-se na construção de um discurso jornalístico que vai além dos aspectos somente informativos, com intuito de levar o leitor para um caminho de diversos temas e permitindo uma narrativa que cause percepções e sensações.

Referências bibliográficas

Ballerini, F. (2017). **O Jornalismo Cultural perde ou ganha com a era digital?** Disponível em <https://pt.linkedin.com/pulse/o-jornalismo-cultural-perde-ou-ganhacom-era-digital-ballerini>.

Belanciano, V. (2010). **Cultura x 3. PÚBLICO**. Disponível em <https://www.publico.pt/2010/05/12/jornal/cultura-x-3-19373333>

CARVALHO, Freedy. **Você na era digital: os desafios da revolução da comunicação**. 2014.

ERCILIA, Maria. A internet. São Paulo: **Publicafolha**. 2000. 102p

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?**. 2. ed. São Paulo: Editora 34. 2011. 158p

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

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2004.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 3ªed. 2ªreimpressão. São Paulo: Contexto, 2009.

Rivera, J. B. (1995). **El periodismo cultural**. Paidós, Argentina.

Sousa, J. P. (2013). **Jornalismo on-line**. Universidade Fernando Pessoa. Disponível em <http://www.ipv.pt/forumedia/5/13.htm>

TEIXEIRA, Nísio. Desafios para a prática e o ensino do jornalismo cultural. In: AZZOLINO, Adriana Pessatte. (Org.) **7 Propostas para o Jornalismo Cultural: reflexões e experiências**. São Paulo: Miró Editorial, 2009.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Trad.: Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.