



Uma análise do Jornalismo Cultural atual, a partir do caderno “Vida & Arte” do jornal “O Povo”¹

Gabriela Santana Guimarães Vieira²
Rafael Rodrigues da Costa³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE.

Resumo

Esse artigo visa avaliar o direcionamento cultural apresentado no caderno “Vida & Arte” do jornal “O Povo”, devido à complexidade na definição do que significa “cultura” e das diversas possibilidades de delimitações acerca desse tema. A análise será feita através das edições dos dias 13 e 14 de abril de 2015 e serão utilizados estudos que envolvem o conceito de cultura, com autores como Raymond Williams, indústria cultural, abordada por Adorno e Horkheimer, e jornalismo especializado, apresentado por Mara Ferreira Rovida.

Palavras-chave

Cultura; Indústria Cultural; Jornalismo Especializado; “Vida & Arte”.

Introdução

Sociedades de todo o mundo vêm se tornando cada vez mais diversificadas com o passar dos anos, principalmente devido ao advento da tecnologia e à possibilidade de contato com mais informações que isso provoca. Inicialmente com a difusão do cinema e hoje com a internet, a propagação de ideias e, conseqüentemente, da cultura se dá de forma muito rápida. Manuel Castells (2003) afirma que “A internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global.” (p.8). Essa conectividade provoca, então, um aumento na diversidade cultural que faz com que a definição do termo “cultura” seja

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 02 a 04 de julho de 2015.

² Graduanda do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, email: gabisgvieira@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, email: rafaelrg@gmail.com



dificultada, assim como as produções acerca desse tema.

A entrada maciça das tecnologias às redações de jornais possibilitou também a ampliação do jornalismo especializado e a segmentação do público, já que as pessoas podem, mais rapidamente, ter acesso a informações diferentes e que as interessem pessoalmente. Marcos Palácios (2004) destaca a personalização que a internet possibilitou ao campo jornalístico, que consiste “na opção oferecida ao Utente para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os seus interesses individuais.” (p. 3-4).

Isso, no entanto, não impede que um grande público acesse determinadas notícias. Segundo o IVC Brasil (Instituto Verificador de Comunicação) a circulação de versões digitais dos jornais no Brasil passou de 228.994 em 2013 para 500.370 em 2014, apresentando um crescimento de 118%. No mesmo período as assinaturas cresceram 7,5%. O que indica que o público dos jornais ainda é grande.

Devido à grande quantidade de informações que é facilmente posta ao público por vários meios de comunicação, bem como às várias formas de falar sobre cultura, o jornalismo trata o assunto de diversas maneiras. Visando uma maior delimitação de tema, bem como a aproximação com os leitores/espectadores, cada veículo de comunicação envolve as realizações culturais de maneira muito particular em sua linha editorial, estabelecendo um viés que determinará o que a cultura significa para aquele meio.

Nesse trabalho analisaremos a forma como o jornalismo cultural é tratado no caderno “Vida & Arte” do jornal “O Povo” através das edições publicadas nos dias 13 e 14 de abril de 2015, com o objetivo de compreender o direcionamento da produção desse jornal com relação à cultura e qual a delimitação que é feita pela sua linha editorial.

Para isso serão feitas explanações sobre os conceitos de cultura, indústria cultural, jornalismo especializado e jornalismo cultural, visando uma maior compreensão da inserção dos mesmos no jornal “O Povo”.

Jornalismo especializado



Por muito tempo as notícias eram tidas como mais interessantes conforme interessassem a um grande número de pessoas. Fraser Bond (1959, apud: Rovida, 2010, p.53) afirma que “Notícia é uma reportagem oportuna sobre coisa de interesse para a humanidade e a melhor notícia é a que interessa ao maior número de leitores”. Essa perspectiva se altera quando os jornalistas passam a se profissionalizar e, então, se especializar.

A especialização do trabalho jornalístico se inicia com a especialização do processo de produção das matérias, exemplificada pela presença de repórteres, redatores e editores envolvidos em uma mesma notícia. Mara Ferreira Rovida (2010) afirma que “Se por um lado há uma divisão dos formatos de matérias publicadas pelo jornalismo contemporâneo, por outro há uma divisão de tarefas criadas para executar o processo de construção desses diferentes tipos de mensagens.” (p.57).

O jornalismo irá, por vezes, se especializar em determinada temática e fazer um maior direcionamento de assunto, o que é chamado de jornalismo especializado e aborda assuntos específicos em cada editoria (cultura, economia, política, etc). Rovida pontua que

O jornalismo especializado em editorias continua sendo um tipo de comunicação generalista voltada a um público amplo e genérico, o que nos remete à ideia de que este tipo de jornalismo é uma forma de apresentação do jornalismo de informação geral e não uma modalidade diferenciada de jornalismo. (p.61-62)

A autora considera que a especialização temática é decorrente do desenvolvimento profissional dos jornalistas e a causa disso “estaria no próprio desenvolvimento histórico do jornalismo de informação geral.” (p.60).

Compreende-se, dessa forma, que o jornalismo especializado está relacionado com a delimitação de um tema que norteia a produção jornalística de maneira singular mas que não diminui a possibilidade de acesso de um público amplo a essa produção.

Para análise do jornalismo cultural é esse conceito de jornalismo especializado que iremos considerar, visto que o caderno de cultura do jornal “O Povo” possui sub-temas que, diversos, permitem a integração de um público lato.



Cultura como conceito

Para se analisar o jornalismo cultural faz-se necessária uma compreensão acerca do que significa cultura. A palavra vem do latim *colere* que significa cultivar e na Roma Antiga estava relacionada com a agricultura. O termo é tratado de diversas maneiras diferentes e possui maior difusão quando analisado pela perspectiva antropológica, já que essa é uma disciplina que se dedica quase que totalmente aos estudos sobre cultura.

O conceito de cultura é bastante abrangente e, na maior parte das definições, envolve tudo o que acontece em uma sociedade e tem influência direta nas relações sociais, políticas e de poder. Para alguns como Alfredo Bosi (1996) “Cultura é o conjunto das práticas, das técnicas, dos símbolos e dos valores que se devem transmitir às novas gerações para garantir a reprodução de um estado de coexistência social.” (p.16). Para Reinholdo Aloysio Ullmann (1991) a cultura

significa o *modus vivendi* global de que participa determinado povo. Está incluída aí a maneira de agir, o que implica uma concepção ética; a maneira de pensar, o modo de sentir. O sentir, pensar e agir manifestam-se na linguagem, no código de leis seguido, na religião praticada, na criação estética. É o que se chama, tradicionalmente, de cultura não-material. Ao mesmo tempo, porém, o *modus vivendi* se expressa nos instrumentos utilizados, bem como na maneira de obtê-los, nas vestimentas, nas habitações em que o homem busca abrigo. Cultura material é a designação que abrange esses itens. Há que dizer, para não deixar dúvidas, que todo comportamento humano-cultural não é herança genética, mas transmissão social. (p.84)

A cultura, para Raymond Williams (1992), pode conter significados que vão desde

um estado mental desenvolvido - como em ‘pessoa de cultura’, ‘pessoal culta’, passando por (ii) os processos desse desenvolvimento - como em ‘interesses culturais’, ‘atividades culturais’, até (iii) os meios desses processos - como em cultura considerada como ‘as artes’ e ‘o trabalho intelectual do homem’. (p.11)

Faz parte do conceito de cultura a separação entre a erudita e a popular, onde a primeira é tida como algo das elites e para elas, com maior sofisticação e pesquisa; e a segunda faz parte de manifestações populares. Ambas são expressões válidas de cultura, mas na sociedade atual a cultura erudita é uma forma de status social. “A arte como domínio



separado foi possível, desde o início, apenas enquanto burguesa” (Horkheimer e Adorno, 2002, p.194).

Apesar de ser apresentada com vários significados distintos a cultura tem em todas as suas significações a característica de ser ampla. No entanto, a abordagem de cultura feita pelos jornais e disposta nos cadernos de jornalismo cultural são, geralmente, direcionadas às atividades artísticas e ao entretenimento.

Indústria cultural

O termo indústria cultural foi lançado por Max Horkheimer e Theodor W. Adorno, membros da Escola de Frankfurt, e substituiu o anteriormente utilizado nos estudos de mídia “cultura de massas”. Esse último aparentava tratar de algo que provém das massas, o que não condiz com a realidade da indústria cultural que designa um modo de fazer cultura para as massas de acordo com a lógica de produção de arte que visa o mercado.

A Escola de Frankfurt surgiu na Alemanha em 1924 com o diferencial de tentar “fundir o comportamento crítico nos confrontos com a ciência e a cultura com a proposta política de uma reorganização racional da sociedade, de modo a superar a crise da razão.” (Wolf, 1999, p.82). Nela surgiu a Teoria Crítica, à qual Adorno e Horkheimer estão ligados, que visava uma avaliação crítica da própria construção científica e investigava a produção midiática como produto da era capitalista.

Esses dois estudiosos consideravam que a indústria cultural oferece uma indiferenciação de produtos ao consumidor com a qual “Não só os tipos de música, de dança, de astros e *soap operas*, retornam ciclicamente como entidades invariáveis, quanto o conteúdo particular do espetáculo (...).” (Horkheimer e Adorno, 2002, p. 163). Assim, a própria indústria dita o que deve ser consumido ao não disponibilizar para as massas o que é diferente, novo ou risco para o sistema.

A existência de marcas e preços diferenciados funciona como uma ilusão de que o consumidor tem oportunidade de escolha quando, na verdade, qualquer opção remete a um mesmo resultado. “Até os mínimos detalhes são modelados segundo a sua receita. A



indústria cultural, através de suas proibições, fixa positivamente (...) uma linguagem sua, com uma sintaxe e um léxico próprios. ” (idem, p.166). Dessa forma, os filósofos acreditavam que os produtos da indústria cultural vetam as atividades mentais e criativas dos espectadores.

A cultura disponível pela indústria cultural está baseada em um estilo único e faz uso constante da imitação. Adorno e Horkheimer (2002) consideram que

Reduzida a puro estilo, trai o seu segredo: a obediência à hierarquia social. A barbárie estética realiza hoje a ameaça que pesa sobre as criações espirituais desde o dia em que foram colecionadas e neutralizadas como cultura. Falar de cultura foi sempre contra a cultura. (p.169)

Nesse contexto, a cultura deixa de ser válida pelo que é realmente e passa a ser vista através de seu valor de troca. Torna-se, no contexto da indústria cultural, um produto que garante prestígio e adquire caráter de mercadoria.

O que é jornalismo cultural?

O jornalismo cultural não possui uma data exata de origem, mas, para Daniel Piza, tem relação com a fundação da revista *The Spectator* que visava expandir o alcance dos estudos filosóficos. A revista foi fundada em Londres em 1711, por Richard Steele e Joseph Addison e em seu apresentava conteúdos culturais diversos aos seus leitores.

A partir daí essa especialização jornalística esteve direcionada, principalmente, às críticas de arte e chegou aos Estados Unidos com o desenvolvimento industrial que foi base para o crescimento dos jornais e das revistas. No Brasil a imagem de Machado de Assis surge ligada ao jornalismo cultural, visto que ele iniciou sua carreira como jornalista crítico.

Com o passar dos anos, o jornalismo cultural teve amenizado esse caráter de crítica, o que se percebe quando Daniel Piza afirma que “O jornalismo cultural também ‘esquentou’: descobriu a reportagem e a entrevista, além de uma crítica de arte mais breve e participante. ” (2003, p.19).



É interessante perceber que o jornalismo cultural é tendencioso a sofrer alterações, principalmente pela diferenciação do que significa cultura em cada local e em cada período de tempo, bem como das diversas formas de especificar a cultura.

Análise caderno “Vida & Arte”

O jornal “O Povo”, fundado em 7 de janeiro de 1928 por Demócrito Rocha, possui desde o início de seus trabalhos a característica de dar suporte à cultura cearense. Demócrito fundou o suplemento literário de seu jornal, a revista “Maracajá”, no qual eram feitas publicações de escritores modernistas cearenses que, posteriormente, seriam conhecidos em território nacional.

A revista deu destaque à Raquel de Queiroz, por exemplo, bem como a outros escritores que, mesmo com o fechamento da revista, mantiveram suas publicações no “O Povo”. Atualmente os destaques à cultura e à arte do jornal são feitos no caderno “Vida & Arte”.

O direcionamento desse caderno, no entanto, é muito diferente daquilo que se via no jornal à época de publicações dos modernistas. A maior parte das produções está relacionada ao entretenimento e conta mais com divulgação de eventos do que com análises críticas sobre produções culturais. Visto que a cultura em si é algo demasiadamente amplo, é fato que os cadernos que tratam de jornalismo cultural devem direcionar as suas produções. O que ocorre é que esses funcionam como mediadores do consumo.

O “Vida & Arte” conta com uma seção chamada Agenda que informa, exclusivamente, sobre eventos no cenário cearense. Na edição do dia 14 de abril de 2015, por exemplo, os melhores eventos da semana, segundo o jornal, incluem a performance “Heólia” de Vanessa Viana, palestra de Roberto Justos na Faculdade do Nordeste, e palestra de Jorge Coli sobre “Arte e Nudez: Perspectiva Histórica”. No mesmo dia são colocados como destaque o projeto “Teletransporte” e a peça infantil “Show do Mickey”. Com programação variada, o caderno segue a perspectiva de Mara Ferreira Roviada sobre o jornalismo especializado, que afirma que esse visa atingir a um público amplo.



VIDA&ARTE INDICA O MELHOR DA SEMANA

SEGUNDA-FEIRA Heólia. A performance de Vanessa Viana será apresentada hoje, às 19h, na Sala Gracinha Soares do Teatro Universitário (Benfica). Telefone: 3366 7832.	TERÇA-FEIRA Experience Day. Roberto Justus é o convidado do projeto em palestra amanhã, às 20h, na Fanor DeVry (av. Santos Dumont, 7800 - Dunas). Entrada: 2kg de alimento.	QUINTA-FEIRA Jorge Coli. O historiador da arte falará sobre <i>Arte e Nudez: Perspectiva Histórica</i> no dia 16, às 18h30, no Aud. José Albano, da Universidade Federal do Ceará. Gratuito.	18/4 (SÁBADO) Bailim. O projeto Teletransporte (foto) marca presença em festa no dia 18, a partir das 22h, no Mambembe. Ingresso: R\$ 15 (no local). Telefone: 3048 6060.		DOMINGO Show do Mickey. A peça infantil da Cia. Cearense de Molecagem é cartaz no dia 19, às 10h, no Teatro José de Alencar. Ingresso: R\$ 40 (inteira). Telefone: 3219 9493.
--	--	--	--	---	--

O “Vida & Arte” conta também com a coluna assinada por Sônia Pinheiro que é uma espécie de coluna social. São feitas pequenas narrativas acerca do que está acontecendo na vida da elite cearense (por vezes nacional), o que inclui a presença em eventos, aparições públicas de famosos ou datas comemorativas.



Outro aspecto que evidencia a ligação entre o jornalismo cultural e a produção voltada ao mercado é a seção de Cinema do caderno “Vida & Arte”. Nela, além de os filmes estarem dispostos unicamente com uma síntese de sua história e, na maioria das vezes, sem nenhuma crítica, há um espaço para os preços dos ingressos. Além disso, há a chamada de atenção “Cartões O Povo têm descontos”, indicando os cinemas que, em parceria com o jornal, concedem desconto de 50% em seus ingressos para aqueles que possuem o cartão. Têm-se assim que o próprio meio de comunicação está interessado na venda do produto cultural.

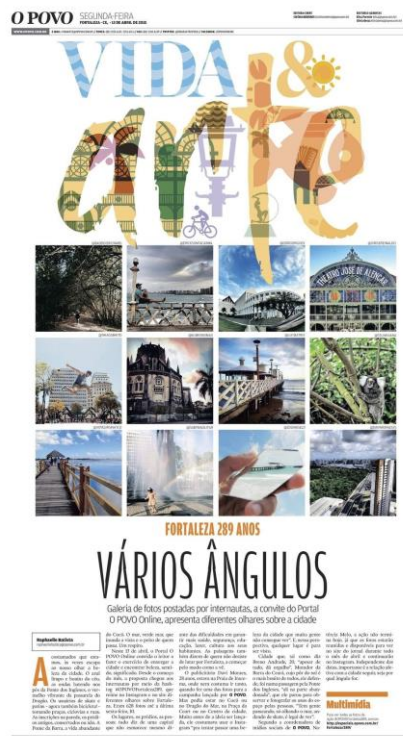


CINEMA

A PROGRAMAÇÃO É FORNECIDA AO VIDA&ARTE PELOS CINEMAS. NÃO NOS RESPONSABILIZAMOS POR ALTERAÇÕES

CARTÕES O POVO TEM DESCONTOS 50%
CONFIRA OS DESCONTOS DA PARCERIA CARTÕES O POVO
CENTERPLEX MARACANAU E VIA SUL
DESCONTOS DE 50% EM TODOS OS CARTÕES SOMENTE NAS TERÇAS, QUARTAS E SEXTAS-FEIRAS EXCETO NAS SAIS PROMOCIONAIS, À EXCEÇÃO DE FÉRIADOS. NÃO VÁLIDO PARA 3D.
ARCOPLEX DEO PASEO, ALDEOTA E PÁTIO DOM LUIS
DESCONTOS DE 50% EM TODOS OS CARTÕES. DESCONTOS VÁLIDOS TODOS OS DIAS DA SEMANA. EXCETO PROMOÇÕES.

Apesar de a maior parte do caderno apresentar a cultura em seu caráter de consumo, algumas matérias do “Vida&Arte” se diferenciam desse contexto. A capa do dia 13 de abril, aniversário de Fortaleza, por exemplo, expõe uma série de registros fotográficos de leitores do jornal. A sequência de imagens da capital, apesar de não se encaixar no caráter vendável, expõe o caráter reprodutório da cultura que é típico da Indústria Cultural, já que as imagens estão disponíveis na rede social “Instagram”.



O “Vida&Arte” conta ainda com uma seção chamada Alegrias que apresenta elementos como o horóscopo, resumos de telenovelas e frases motivacionais. É uma seção ligada ao entretenimento, direcionada ao público feminino (o que se percebe pelos pronomes utilizados no horóscopo) que trata a cultura como algo relacionado ao cotidiano e ao estilo de vida dos leitores, assim como quando são abordados assuntos de moda, por exemplo.



Nesse contexto, o caderno “Vida&Arte” se encaixa no conceito de “comodificação” de Norman Fairclough (2001). A comodificação

é o processo pelo qual os domínios e as instituições sociais, cujo propósito não seja produzir mercadorias no sentido econômico restrito de artigos para venda, vem não obstante a ser organizados e definidos em termos de produção, distribuição e consumo de mercadorias. (p.255)

Por mais que o objetivo explícito e apresentado pelo jornal não seja de venda, a cultura apresentada no “Vida&Arte” é posta como produto vendável e tem o jornal como forma de publicidade.

Considerações finais

Tendo em vista que a cultura é algo de grande complexidade, o jornalismo cultural deve ser visto da mesma forma. Pautado em um assunto que abrange diversos campos da vida social humana, essa especialização jornalística pode ser direcionada aos mais variados campos culturais.

O que se percebe no jornalismo cultural atual é que, grande parte dos veículos de comunicação apresenta como cultura aquilo que pode ser facilmente relacionado à



indústria cultural. Ou seja, é produzido, de acordo com a concepção de Adorno e Horkheimer, com o objetivo de vender.

Isso não é diferente no caderno “Vida & Arte” do jornal “O Povo”, que opta por expor em suas páginas um grande número de eventos e por deixar claro o caráter de divulgação de algumas de suas matérias. O jornalismo cultural, muitas vezes, é o meio pelo qual a cultura é disseminada como produto do mercado.

Além disso, é constante a presença de assuntos ligados à vida cotidiana da população como um todo, o que inclui, por exemplo, os resumos das telenovelas. Essas últimas são também produtos da indústria cultural e, dispostos no “Vida & Arte”, evidenciam o que o caderno quer transmitir como cultura.

Aspectos relacionados à vida cotidiana de pessoas famosas estão também presentes no jornal. Esse fator reitera a ideia de que a cultura está relacionada com variados aspectos da vida humana e o retrato desse cotidiano pode ser entendido como uma tentativa de aproximação do jornal com o leitor.

Entende-se assim que há uma comodificação no caderno de cultura do jornal O Povo, onde suas produções possuem relações diretas com o conceito indústria cultural retratado por Adorno e Horkheimer. Apesar da especialização vista na divisão do jornal em cadernos, o tratamento que é feito de temas diversos permite que o “Vida & Arte” atinja a um grande público.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. A indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas. In: Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BOND, Fraser. Introdução ao jornalismo, 1959. In: ROVIDA, Mara Ferreira. A segmentação do jornalismo sob a ótica durkheimiana da divisão do trabalho social. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu, Faculdade Cásper Libero, São Paulo.

BOSI, Alfredo. Dialética da colonização. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.



CIRCULAÇÃO de jornais digitais tem avanço de 118% em 2014. Folha de S. Paulo, São Paulo, 11 de março 2015. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/1601557-circulacao-de-jornais-digitais-tem-avanco-de-118-em-2014.shtml>>. Acesso em 10 maio, 2015.

FAIRCLOUGH, Norman. Discurso e Mudança Social. Brasília: UNB, 2001.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate. Trabalho apresentado no VII Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação, da Associação Latinoamericana de Pesquisadores em Comunicação (ALAIIC), realizado na Facultad de Periodismo y Comunicación da Universidad Nacional de La Plata, Argentina, de 11 a 16 de outubro de 2004.

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

ROVIDA, Mara Ferreira. A segmentação do jornalismo sob a ótica durkheiminiana da divisão do trabalho social. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu, Faculdade Cásper Libero, São Paulo.

ULLMANN, Reinhold Aloysio. Antropologia: O homem e a cultura. Petrópolis: Vozes, 1991.

WILLIAMS, Raymond. Cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1999.