
Cobertura Cultural Da Imprensa Em Curitiba: Uma Análise Do Circo Na Mídia ¹

Daniela Tank BORSUK²
Grasieli Vicente FARIAS³
Marcus Vitolo de CAMPOS⁴
Renata Thaís de SOUZA⁵
Vitor Brunatto FERRAZ⁶
Renan Colombo⁷

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

Este trabalho pretende demonstrar, através de análise qualiquantitativa, como a mídia local curitibana aborda a temática do circo nos veículos tradicionais de imprensa. Para isso, o portal Gazeta do Povo foi o objeto analisado, no período de janeiro de 2015 a janeiro de 2017. Ainda, em pesquisa bibliográfica, o jornalismo cultural e suas origens foram estudados para entender a importância da divulgação da cultura pelos meios massivos de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: análise; circo; mídia; jornalismo; comunicação.

INTRODUÇÃO

O debate atual sobre o Jornalismo Cultural exige a análise de várias questões sobre como o gênero surgiu e se modificou através do tempo e sobre sua importância na divulgação das artes para a população. Movido pela perspectiva sobre a posição ocupada em específico pela arte circense tradicional neste cenário, o presente estudo visa demonstrar qual é o espaço dado pela imprensa para a temática e como é feita a cobertura midiática em relação ao assunto.

¹ Trabalho apresentado no II01 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Graduada no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da PUC-PR, email: daniela.t.borsuk@gmail.com.

³ Graduada no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da PUC-PR, email: grasi@gmail.com

⁴ Graduando no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da PUC-PR, email marcuscampos@gmail.com.

⁵ Graduada no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da PUC-PR, email simaore@gmail.com.

⁶ Graduado no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da PUC-PR, email vitorbf@gmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da PUC-PR, email: jornalistarenan@gmail.com.

O enfoque dado foi ao circo tradicional familiar, que passa por um processo de adaptação às tecnologias modernas e luta para manter o interesse do público sem perder seus valores. A itinerância, as atrações centenárias e um espetáculo movido a emoção ainda seguem no imaginário do brasileiro, mas é possível perceber uma invisibilidade quanto à sua relação com a mídia tradicional atual.

Além disso, não somente a arte circense vem perdendo espaço nos veículos de comunicação, mas o aprofundamento crítico do próprio Jornalismo Cultural deixou de ser prioridade. Prova disso é o desaparecimento dos cadernos culturais e a modificação da imprensa para os modelos que conhecemos hoje, mais dinâmicos, imediatistas e informativos do que, de fato, interpretativos ou opinativos.

Assim, utilizando o espaço cedido pelos veículos, as temáticas tratadas vão de acordo com o que está no gosto do público, priorizando as artes mais comerciais como o cinema, o teatro e a música, deixando de lado a temática circense.

O CIRCO

Vemos surgir, muito antes da criação do Jornalismo, a arte circense, uma manifestação popular com seus primeiros registros feitos há mais de cinco mil anos, em pinturas na China, e que passou a ser conhecido em todo o mundo durante o Império Romano, com o Circus Maximus (CASTRO, 1997). O local tinha capacidade de receber até 270 mil pessoas como público e para Pines Junior et al. (2013) era a realização do circo-hipódromo. As atrações eram corridas de carruagens, lutas de gladiadores, apresentações com animais selvagens e de pessoas com capacidades incomuns.

O modelo foi se desenvolvendo, até resultar no que conhecemos hoje. O circo moderno com características itinerantes chegou ao Brasil no final do século XIX e tem sua trajetória interligada aos ciganos que fugiam da perseguição na Europa. Muitas famílias chegaram ao novo continente também como saltimbancos e passaram a transmitir os seus saberes oralmente (HENRIQUES, 2006).

A arte foi se difundindo pelas famílias através dos anos, e está presente até a atualidade, mantendo, em alguns casos, a tradição do circo familiar. Outra vertente desta arte são as Escolas de Circo, que começaram a ensinar no fim da década de 70, segundo Silva (2008). Uma grande quantidade de pessoas foi instruída por essas escolas nos últimos anos, diferentemente do que acontecia dentro do universo circense restrito de

famílias tradicionais. A primeira escola foi a Academia Piolin de Artes Circenses, que surgiu em São Paulo em 1977. Em 1982 nasce, a partir do movimento paulista, a Escola Nacional de Circo no Rio de Janeiro e, em 1984, é criada a primeira escola privada de circo, também em São Paulo, chamada Circo Escola Picadeiro (SILVA, 2008).

Os circos brasileiros de lona enfrentaram uma crise a partir de meados do século XX devido às transformações da sociedade, a densidade demográfica e à nova reformulação dos centros urbanos, que limitaram a entrada dos espetáculos nessas regiões (DRAETTA, 2010). Além disso, o circo também perdeu espaço com a chegada de novas opções de lazer, e é possível que até a própria mídia tenha contribuído com essa desvalorização. De acordo com Mira (1995), a decadência não apenas do circo, mas da cultura popular, no âmbito geral, deve-se à introdução assídua da televisão na década de 1950.

O circo tradicional passa por diversas dificuldades, mas está vivo e, portanto, renovando-se mesmo a contragosto, ou porque seu marketing esteja abalado, como aponta Castro (2005). Os pequenos circos de tradição familiar costumam se manter em uma mesma região e migram entre cidades menores ou bairros periféricos, e mantém sua figura principal como o palhaço (CASTRO, 2005). Defensora das raízes do circo hereditário, Castro (2005) defende todas as caracterizações para a existência desse modelo, como a utilização de animais nos espetáculos:

A sórdida campanha contra animais de circo está colocando em risco uma tradição de mais de 5 mil anos, comprometendo uma das mais lindas maneiras de ensinar às crianças o quanto somos próximos de nossos irmãos bichos. Fanáticos espalham mentiras deslavadas sobre a vida dos animais nos circos e políticos espertos criam leis inconstitucionais que prejudicam trabalhadores honestos e suas famílias. Animal de circo é muito mais do que bem tratado, é amado. E quando, por acaso, não o for, os responsáveis devem ser punidos com os rigores das leis de defesa dos animais (CASTRO, 2005, p.218).

Assim, sem patrocínio e sem apoio governamental, muitos circos acabam se rendendo às pressões, buscando alternativas de trabalho (CASTRO, 2005).

Juntamente a este cenário, com as novas tecnologias que surgiram a partir de então, como a internet, por exemplo, o principal desafio enfrentado pelo circo é manter o interesse do público como opção de lazer, cultura e diversão. Para tanto, como grande

disseminador da cultura na sociedade, o Jornalismo tem um papel fundamental para que esta arte não se perca com o passar do tempo, e que continue a ser prestigiada com um olhar crítico de seu público, que deve ter conhecimento técnico mínimo para avaliar o nível do espetáculo, mesmo que este seja principalmente motivado pela emoção.

JORNALISMO CULTURAL E A CRISE

O jornalismo cultural, presente no Brasil desde o século XVIII, é a área responsável por disseminar o conhecimento sobre as artes como, por exemplo, literatura, teatro, música e cinema. Tendo como marco histórico a criação da revista britânica *The Spectator*, em 1711, o jornalismo cultural chega para democratizar a cultura, para tirar a “filosofia dos meios acadêmicos e levá-la para ser debatida em ‘clubes, assembleias, casas de chá e cafés’” (PIZA, 2004, p. 11). Riveira (1995) defende que:

É consagrado historicamente com o nome de periodismo cultural, uma zona muito completa e heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou divulgadores dos terrenos das belas artes, das letras, das correntes do pensamento, das ciências sociais e humanas, da chamada cultura popular e de muitos outros que estão com a produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importação de origem ou destino. (RIVEIRA, 1995, p. 19)

A partir de então, o Jornalismo Cultural se desenvolveu juntamente com o tradicional, mantendo os padrões de apuração e levantamento de informações, checagem de dados e escolha de personagens, entendendo também que é preciso existir o valor notícia, que é a capacidade de um fato gerar a atenção e despertar o interesse do público (BOND, 1959). Muito forte na década de 1950 no Brasil, a “época de ouro” do Jornalismo Cultural trouxe a criação dos cadernos culturais, item que acabou se tornando uma leitura obrigatória para os intelectuais, e que recebia uma atenção especial nos fins de semana nos jornais diários.

Com o avanço das tecnologias, e a adaptação do jornalismo para se manter viável economicamente e mantendo sua função social, uma crise na imprensa começou a dar sinais a partir da década de 90. A diminuição na capacidade de investimento das empresas

e uma série de reestruturações esvaziaram as redações (MAGALHÃES, 2008), e os impactos chegaram também ao jornalismo cultural. Neste caso específico, as razões podem ter diversas causas, já que esta área enfrenta alguns problemas até hoje.

Um dos fatores que contribuiu para a crise, de acordo com Piza (2004), foi a segmentação do mercado cultural. Para ele, a subdivisão em gêneros ocasionou o que denomina como “tribalização ou guetização”, em que os grupos, ao não se comunicarem, acabam empobrecendo sua carga de enriquecimento entre as diferentes manifestações artísticas.

Ele ainda aponta outros fatores que podem ser nocivos para o jornalismo (PIZA, 2004), como demasiado atrelamento à agenda, às estreias de filmes e shows inseridos no contexto da indústria cultural, fortalecendo-a; no tamanho e a qualidade dos textos, que muitas vezes são publicados nos veículos de comunicação da mesma forma em que recebem os releases de divulgação de eventos; e a “marginalização da crítica” que, segundo o autor, é “mais e mais baseada no achismo, no palpite, no comentário mal fundamentado mesmo quando há espaço para fundamentá-lo” (PIZA, 2004, p. 62).

A crise no Jornalismo Cultural, que iniciou em 1990, acabou se desenvolvendo e atualmente tem interferência de outros fatores. A adaptação do modelo impresso para o digital, o corte de profissionais das redações – cada vez mais enxutas – e o acúmulo de funções na área jornalística são alguns dos problemas enfrentados. “O jornalismo impresso, de maneira geral, no Brasil, passa por uma crise. Não é um fenômeno atual, se iniciou há pelo menos 10 anos e vem se agravando ano a ano. No caso do Jornalismo Cultural, evidentemente, há um reflexo. Grandes jornais de circulação nacional como o Estado de São Paulo, que já trabalharam com equipes bem maiores, hoje continuam com seus cadernos culturais, mas com uma equipe mais enxuta e com um acúmulo de funções. A figura do jornalista especializado em áreas como cinema, música e teatro lentamente deixa de existir, porque na verdade o que se busca é um profissional que jogue em todas as posições” (CAMARGO, 2017).

Em entrevista concedida a uma das autoras deste trabalho (ANEXO A), o professor e mestre Paulo Camargo ainda aponta que no Paraná, este cenário é ainda mais preocupante, visto que com a extinção do jornal de cultura da Gazeta do Povo, o Caderno G, não há mais outro veículo tradicional que ofereça este serviço no mercado local. “Quando trabalhei na Caderno G, em 1996, a equipe era de pelo menos 10 profissionais, com um caderno volumoso. De 2012 para frente eu vi esse número de páginas sendo

reduzido e a equipe ficando menor. Esse ano (2017), o jornal foi encolhendo até deixar de existir e a marca Caderno G sumir”, contou.

Paralelamente, outras publicações culturais, alternativas, começaram a surgir através de veículos digitais e independentes. “Percebo que surge uma vida paralela que está distante dos grandes veículos tradicionais, outras vozes, muitas que estavam na grande imprensa que buscam alternativas e público, e que estão encontrando.” (CAMARGO, 2017). Um exemplo deste tipo de iniciativa é o portal cujo Camargo ajudou a fundar, A Escotilha, que com um grupo de colaboradores voluntários está no ar há cerca de dois anos, com conteúdos culturais, críticas de cinema, música, televisão, literatura e artes visuais, além de crônicas e colunas.

Para Camargo (2017), o público continua tendo interesse pelos assuntos e temas abordados por esta área do jornalismo, mas a forma como consomem os conteúdos mudou. “O que se percebe é que as pessoas não estão dispostas a pagar, a fazer assinaturas de produtos digitais, pois existem muitos outros veículos digitais que não cobram, que sobrevivem apenas da receita publicitária. O grande desafio é monetizar. As pessoas que consomem cultura navegam pelos mais variados veículos, acessam portais internacionais, blogs, revistas... não há desinteresse, mas os jornais precisam se reinventar como produto.” Ele ainda aponta que “o consumidor de cultura um pouco mais elaborada é uma minoria, nosso sistema educacional é muito voltado para resultados e pouco para que as pessoas pensem. O jornalismo cultural acaba sendo um produto mais elitizado.”

ANÁLISE DO CIRCO NA MÍDIA

Para exemplificar o que foi argumentado sobre a precariedade na disseminação da arte circense tradicional na imprensa local curitibana, um levantamento em relação à incidência de matérias que retratem o circo na mídia e sobre qual o conteúdo publicado nestas matérias foi realizado.

Na análise, foram levadas em consideração todas as reportagens publicadas no portal Gazeta do Povo por dois anos, no período entre janeiro de 2015 e janeiro de 2017. O jornal online da Gazeta do Povo foi escolhido pois é o veículo de intensa circulação na cidade onde o trabalho foi realizado: Curitiba, Paraná. O levantamento foi realizado através da análise de conteúdo, com a palavra-chave “circo”, como explica Wilson Corrêa da Fonseca Júnior (2011):

Atualmente, embora seja considerada uma técnica híbrida por fazer a ponte entre o formalismo estatístico e a análise qualitativa de materiais (BAUER, 2002), a análise de conteúdo oscila entre esses dois pólos, ora valorizando o aspecto quantitativo, ora o qualitativo, dependendo da ideologia e dos interesses do pesquisador. (JÚNIOR, 2011, p. 285)

Essa verificação comprovou uma carência sobre a temática nos veículos de comunicação, como veremos na tabela a seguir:

Tabela 1 – Análise do circo na mídia:

Conteúdo	Número de publicações
Matérias que utilizam “circo” como expressão	281
Matérias que utilizam “Circo da Democracia”	11
Matérias que fazem alusão ao circo em outras manifestações culturais ou produtos	59
Matérias que falam sobre palhaços	2
Matérias que abordam maus-tratos de animais no circo	3
Matéria que falem sobre o <i>Cirque du Soleil</i>	2
Divulgação do circo como arte	2
Total de resultados	360

Fonte: BORSUK, Daniela T., 2017.

A palavra-chave utilizada na pesquisa resultou na percepção de um grande número de publicações a respeito do chamado “Circo da Democracia”, evento político realizado em Curitiba (PR), que não tem relação com a arte circense tradicional. Outro registro feito foi em relação à utilização da palavra “circo” para retratar “espetáculos”, principalmente políticos, como por exemplo na expressão “o circo está pegando fogo” ou “o depoimento virou circo”. Na maioria destas situações, a palavra circo é usada com uma conotação negativa, no sentido de “baderna”.

Além disso, aponta-se a utilização da arte circense para inspiração de produtos da arquitetura e da moda e a presença de pequenas “oficinas” de circo para as crianças durante os finais de semana, inseridos na “agenda cultural” do veículo.

Outra discussão encontrada foi a respeito da proibição de animais nas apresentações, com acusações de maus-tratos a onças e elefantes que seriam utilizados nos espetáculos e “números” do circo.

Apenas duas matérias que divulguem o trabalho do circo como arte foram encontradas nos dois anos analisados. Uma delas é sobre a chegada do circo “do Motta” na cidade, e a outra é a divulgação do circo da Prefeitura de Curitiba que, atualmente, não está em funcionamento.

A análise demonstra uma invisibilidade da arte do circo na mídia, que retrata raramente esse tema. Ainda, nos momentos em que foi citado, a abordagem foi em relação à agenda cultural, de maneira superficial e com fins de divulgação, sem explicar a obra em seu contexto cultural. A arte circense e suas características e importância como cultura popular não foi exposta em nenhuma das publicações do veículo online Gazeta do Povo ao longo dos dois anos entre 2015 e 2017, período escolhido para a realização desta análise.

CONCLUSÃO

Com esse trabalho foi possível observar que existe, de fato, uma carência em relação a cobertura da imprensa tradicional, representada na ocasião pelo portal da Gazeta do Povo, sobre a temática circense. Em dois anos analisados, entre janeiro de 2015 a janeiro de 2017, somente duas matérias foram selecionadas contendo o foco buscado: reportagens que retratem o circo como arte.

Além disso, um breve relato sobre o Jornalismo Cultural e sua importância para a disseminação em massa das artes foi apresentado, para contextualizar o tema proposto sobre a cobertura midiática do circo em Curitiba.

Como justificativa do problema encontrado, a falta de cobertura, foi argumentado sobre a crise pela qual passa o Jornalismo Cultural como um todo, que vem perdendo espaço nos veículos de imprensa tradicionais e que passa a ser consumido por um público mais especializado, que busca a informação por outros meios de acordo com seus interesses. Fala-se ainda, sobre os desafios enfrentados pelos profissionais de

comunicação que se aventuram, ou que pretendem entrar no Jornalismo Cultural, e sobre alternativas que podem reinventar o mercado.

REFERÊNCIAS

BOND, Frank Fraser. Introdução ao Jornalismo: Uma Análise Do Quarto Poder Em Todas As Suas Formas. Rio de Janeiro: Agir, 1959.

CAMARGO, Paulo Roberto de Ferreira de. Crise do Jornalismo Cultural na atualidade. Curitiba, 11 de outubro de 2017, duas folhas. Entrevista concedida a Daniela Tank Borsuk.

CASTRO, Alice Viveiros. História Do Circo: 27 Mil anos de proezas insólitas. Bahia: Cadena Produções, 2013. 11:30. Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=6C7HQeB8v-g>> Acesso em 10/08/2017.

_____. O elogio da bobagem: palhaços no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: Família Bastos, 2005.

DRAETTA, Luciano. A comunicação no espetáculo de circo. Trabalho de Conclusão de Curso em Letras. Faculdade São Sebastião. São Sebastião - São Paulo, 2010.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A (orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

HENRIQUES, C. H. Picadeiro, palco, escola: a evolução do circo na Europa e no Brasil. Revista Digital EF Deportes, Buenos Aires, ano 11, n. 101, out. 2006.

MAGALHÃES, Luiz Antônio. Jornalismo Impresso: Reinvenção ou Decadência. Revista UFG, Dezembro, 2008, número 5. 9f. Disponível em https://teste.proec.ufg.br/revista_ufg/dezembro2008/pdf/03_Dossie3.pdf Acesso em 22/05/2017.

MIRA, Maria Celeste. Circo eletrônico, Sílvia Santos e o SBT. São Paulo: Loyola, 1995.

PINES JUNIOR, A. R. et al. O circo moderno, história, inovação e transição social. The FIEP Bulletin, v. 83, 2013.

PIZA, Daniel. Jornalismo Cultural. São Paulo: Contexto, 2004.

RIVERA, Jorge B. El periodismo cultural. Buenos Aires: Paidós, 1995.

SILVA, E. Artes circenses: múltiplos saberes. SUGAWAA. C. Figuras e quedas para corda lisa e tecê – fundamentos. São Paulo: Agência Brasileira de ISBN, 2008.

ANEXO A: ENTREVISTA PAULO ROBERTO DE FERREIRA DE CAMARGO - CRISE DO JORNALISMO CULTURAL NA ATUALIDADE

A crise que passamos agora, no jornalismo cultural, é diferente da que tivemos em 1990. No que ela consiste atualmente?

“O jornalismo impresso, de maneira geral, no Brasil, passa por uma crise. Não é um fenômeno atual, se iniciou há pelo menos 10 anos e vem se agravando ano a ano. No caso do jornalismo cultural, evidentemente, há um reflexo. Grandes jornais de circulação nacional como o Estadão, já trabalharam com equipes bem maiores e hoje continuam com seus cadernos culturais, mas com uma equipe bem mais enxuta e com um acúmulo de funções. A figura do jornalista especializado, em áreas como cinema, música e teatro lentamente deixa de existir, porque na verdade o que se busca é um profissional que jogue em todas as posições. Você vê uma geração de especialistas que hoje está na casa dos 60 anos, que não estão sendo substituídos por outros críticos. ”

Como esse cenário é visto no Paraná?

“No caso específico do Paraná o que a gente viu foi um fenômeno ainda mais estarrecedor, eu diria, não vou nem poupar no adjetivo. A Gazeta do Povo, por exemplo, tinha um caderno cultural que era o mais importante do estado quando eu trabalhava lá, em 1996, a equipe era de pelo menos 10 profissionais, com um caderno volumoso. De 2012 para frente eu vi esse número de páginas sendo reduzido e a equipe ficando menor. Este ano (2017) o caderno foi encolhendo até deixar de existir e a marca “Caderno G” sumir.

Hoje nós não temos nenhum jornal cultural, temos matérias de serviço, guias. Eu observo que ao mesmo tempo que este jornalismo tradicional desaparece começam a surgir outras iniciativas, que são veículos digitais e independentes, como é o caso da “A Escotilha”. Percebo que surge uma vida paralela que estão distantes dos grandes veículos tradicionais, outras vozes, muitas que estavam na grande imprensa e que buscam alternativas e público e encontrando. ”

Existe público? As pessoas ainda estão interessadas em ler sobre cultura?

“Existe interesse por todos os assuntos, as pessoas leem de uma forma diferente. O que se percebe é que não estão dispostas a pagar, a fazer assinaturas de produtos digitais, pois existem muitos outros veículos digitais que não cobram, que sobrevivem apenas da receita publicitária. O grande desafio é monetizar. As pessoas que curtem cultura navegam pelos mais variados veículos, acessam portais internacionais, blogs, revistas... não vejo como desinteresse, vejo a crise cultural não porque não existe público, mas sim pois o jornalismo precisa se reinventar como produto.”

Qual a solução para sobreviver à crise?

“Eu vou usar como exemplo o Jornal Rascunho: eles criaram um projeto de financiamento coletivo, no Catarse, para zerar as contas e aumentar o número de páginas. O Rascunho é feito por colaboradores voluntários, e a quantia arrecadada seria só para manter o veículo, já que o seu trabalho é por amor à causa. Eu vejo um cenário onde as pessoas irão investir em projetos que tenham qualidade e consistência, que busquem caminhos para se consolidar como negócio. Você terá que investir em um projeto no qual você acredita, e reforçar a marca, para eventualmente transformar em um negócio que possa trazer retorno financeiro.”

Como os profissionais poderão trabalhar com isso?

“Profissionais que desejam trabalhar com essa área precisam se especializar, se tornar realmente qualificados para se distinguir no mercado. Muitos trabalham como freelancers, e a tendência é essa, se tornar prestador de serviço, me parece que é o caminho. Vai prevalecer o profissional que tiver experiência e nome, qualidade de trabalho. É um cenário de transição. O consumidor de cultura um pouco mais elaborada é uma minoria, nosso sistema educacional é muito voltado para resultados e pouco para que as pessoas pensem. O jornalismo cultural acaba sendo um produto mais elitizado”.