



VIII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

40 anos de democracias: progressos, contradições e prospetivas

ÁREA TEMÁTICA: Arte, Cultura e Comunicação [ST]

A CULTURA NA PRIMEIRA PÁGINA - UM ESTUDO DOS JORNAIS PORTUGUESES NA PRIMEIRA DÉCADA DO SÉCULO XXI

BATISTA, Carla Maria dos Santos Filipe

Doutora em Ciências da Comunicação

FCSH-UNL/CIMJ

carlabaptista@oniduo.pt

Resumo

Este artigo apresenta resultados do projecto de investigação “A Cultura na Primeira Página - um estudo dos jornais portugueses na primeira década do século XXI (2000-2010)” [(PTDC/CCI-COM/122309/2010)]. Os resultados apontam para uma mudança nas narrativas do jornalismo cultural: a redução do espaço e da visibilidade da cultura; o fim de muitos suplementos culturais especializados; um maior centramento nas notícias sobre música e cinema em detrimento das restantes artes; o alargamento das antigas editoriais de cultura para espaços mais permeáveis a outros conteúdos, como histórias sobre personalidades, tendências de consumo e estilo de vida, viagens e lazer; a transformação dos suplementos dedicados à crítica especializada em roteiros orientadores do gosto e das formas de ocupação do tempo livre.

Abstract

This paper is centred on the Portuguese printed press coverage of cultural issues, from 2000 to 2010. Using content analysis, the front pages of 5 selected newspapers and one newsmagazine were classified in order to grasp visibility strategies and patterns regarding cultural news. The research project aims to analyse how cultural coverage was affected by the threat under the revenue models of traditional media, contemporary forms of bureaucratization and marketization, increasing time pressures and changing patterns of news consumption. We found a diminishing space for criticism, replaced by the creative industries paradigm, with cultural journalism being fostered by cultural marketing strategies, such as music and film festivals and launchings, book releases and popular culture single events.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural; Cultura; Jornalistas de Cultura; Suplementos de Cultura; Indústrias Culturais

Keywords: Cultural Journalism; Culture; Cultural Journalists; Arts Supplements; Cultural Industries

1. O Lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo

A década de jornalismo cultural que nos propomos analisar, apresentando resultados do projeto de investigação Cultura na Primeira Página ([PTDC/CCI-COM/122309/2010](#)) financiado pela FCT e desenvolvido no CIMJ, dificilmente passa ao lado de palavras como crise, cortes financeiros e protestos dos vários sectores culturais afectados por medidas orçamentais brutais.

As estatísticas oficiais do Ministério da Cultura, em 2010, estimavam a projecção orçamental para 2011 em 215,5 milhões de euros, um valor que fez recuar a dotação orçamental para o sector cultural para níveis situados algures entre 1999 (210 milhões de euros) e 2000 (248,9 milhões de euros). Desde 2007 que o OE fixou em 0,4% do PIB a parte destinada à Cultura e houve mesmo um ano, 2009, em que este valor atingiu os 0,3%, equivalentes a 212,6 milhões de euros.

Falamos ainda de 2010 e de um cenário pós crise financeira global de 2008 mas pré-troika. Na altura em que desenhamos este projecto, pretendíamos avaliar em que medida o jornalismo cultural praticado nos jornais impressos portugueses, na primeira década do século XXI, reflectia as transformações registadas no jornalismo e no país.

Não estava no nosso horizonte prospectivo a ideia de que 2011 seria um ano ainda mais dramático para o sector cultural, agravando a linha de restrições financeiras já em curso e culminando na medida política simbólica que foi a extinção do Ministério da Cultura e a sua passagem a secretaria de Estado da Cultura, em moldes semelhantes ao organigrama governativo anterior a 1995.

Uma primeira constatação é a de que este contexto histórico turbulento, marcado por inúmeros protestos dos vários sectores artísticos e movimentações cívicas em defesa da causa cultural, ficou de fora das primeiras páginas dos jornais analisados, designadamente os diários Público, Diário de Notícias, Correio da Manhã, Jornal de Notícias, o semanário Expresso e a revista Visão.

A cobertura jornalística na primeira página não valorizou a conflitualidade gerada em torno da afectação dos recursos financeiros e ainda menos fez um acompanhamento regular daquilo a que podemos designar de “política cultural”, isto é, todo o processo de enquadramento e regulação das actividades incluídas no sector.

A representação jornalística da cultura merecedora de destaque na primeira página recobre, em geral, a mesma paleta de valorização aplicável aos restantes subcampos do jornalismo: são notícia na primeira página os autores consagrados e os acontecimentos com maior impacto, relacionados com as áreas culturais mais aptas para produzir o tipo de eventos destinados a atrair a atenção dos media. Incluem-se nesta categoria a música, o cinema e a literatura, promotores de estreias de filmes e lançamentos de discos e livros.

Tomando a primeira página, nas edições impressas, como o dispositivo central de visibilidade dos assuntos seleccionados, pretendíamos avaliar qual o lugar atribuído às questões culturais no jogo da disputa pela valorização e destaque encetada na primeira página. Retomando a pergunta do título, ainda existe um lugar para a cultura no espaço mais nobre da maioria dos jornais portugueses, mas é um lugar ameaçado e, sobretudo, é uma paisagem em transformação.

2. A importância do jornalismo cultural

Num ensaio sobre crítica da cultura, José Bragança de Miranda escreveu que a novidade do século [XX], foi “a descoberta da prosa como um bem comum” (Bragança de Miranda, 1998:7). Dada a urgência e a escassez do tempo, as escritas menores, os textos curtos, o ensaio, parecem traduzir melhor e, sobretudo, responder melhor, à necessidade de compreensão do mundo moderno. A nossa proposta é a de que o jornalismo cultural é, ou pode ser, uma dessas escritas em que se é forçado a pensar.

Dentro do campo jornalístico, e das suas exigências estilísticas, retomando o conceito originalmente elaborado por Pierre Bourdieu (1984) e perspectivando “campo” enquanto uma esfera de acção distinta estruturada por relações de poder que organizam as relações com os outros campos (sociais, políticos, económicos), diríamos que tudo na natureza do jornalismo favorece a visão dinâmica e relacional. Não só de um ponto de vista externo – haverá outra forma de pensar o jornalismo senão como um campo de forças

atravessado por lutas simbólicas entre os vários “capitais” em disputa? – mas também interno – os vários “jornalisms” disputam entre si qual o lugar que lhes cabe na sociedade e os jornalistas, em função das áreas de especialização, competem por reconhecimento, prestígio e influência.

Dentro desta perspectiva, o jornalismo cultural é quase uma metáfora perfeita da tensão ancestral que funda quase todas as práticas humanas, entre o belo e o útil, o ideal e o pragmático, o amor e o dinheiro. O jornalismo cultural luta para impor a sua visão de um “cultural sagrado”, cada vez mais enfraquecido, contra um “económico profano”, mas poderoso e determinista. Ou, dito de um modo mais respeitador da terminologia do sociólogo francês que nos inspira, o jornalismo cultural representa, dentro dos subcampos do jornalismo, uma bolsa de resistência e autonomia, contra a heteronomia e a dependência cada vez maiores em relação às forças políticas e económicas que moldam os conteúdos jornalísticos.

Desde logo, por aquilo que podemos considerar uma certa “rebeldia estilística” e que outra companheira deste grupo de trabalho, Marisa Torres da Silva, analisa em detalhe no seu texto sobre os jornalistas musicais (ver o texto intitulado O Estilo Informativo e as Práticas Discursivas do Jornalismo de Música publicado neste caderno de resumos), que faz dele um mau aprendiz da retórica dos géneros e da objectividade jornalística.

Há muita excepcionalidade no jornalismo cultural, que se afasta com frequência de um desejo maior de comunicabilidade que muitos consideram já ser teoricamente insustentável. Bragança de Miranda afirma que “a famosa objectividade que alimenta a ética jornalística parece ignorar toda a epistemologia deste século, de Popper a Feyerabend” (Bragança de Miranda, 1998:8).

A desvalorização da observação, em detrimento da indução e da construção racional e crítica; e a valorização do erro e da refutabilidade, defendidas por Popper como critérios de demarcação distintos da ciência, bem como a visão da ciência como uma empresa anárquica e permanentemente a cometer erros metodológicos, advogada por Feyerabend, bem podiam inspirar alguns dos jornalistas culturais.

O jornalismo cultural ainda é uma “paisagem” relativamente preservada da fobia aos textos longos, aos temas eruditos e complexos, aos géneros da crítica, ao convite a sujeitos externos ao jornalismo, nomeadamente oriundos do campo cultural, científico e académico. Seja pelas suas raízes históricas, seja pela sua evolução recente, continua resistindo às lógicas que invadiram as orientações editoriais praticadas massivamente pelos jornalistas, em nome do culto pelo paradigma noticioso, pela legibilidade dos conteúdos e por uma fantasiosa ideia de responder àquilo que seriam as necessidades e interesses de informação dos leitores.

Em termos genéricos, e para concluir, o jornalismo cultural é diferente. É distinto, diria Pierre Bourdieu. E constitui uma (última?) fronteira que separa os jornais de referência dos jornais populares, onde a visibilidade, o tratamento, a abrangência e o espaço concedido aos temas culturais é muito menor e mais restrita.

3. O Estudo Cultura na Primeira Página

O projecto *A Cultura na Primeira Página - um estudo dos jornais portugueses na primeira década do século XXI (2000-2010)*, teve como objectivo traçar o mapa das principais tendências e evolução do jornalismo cultural impresso em Portugal entre 2000-2010. Partindo do pressuposto de que as notícias continuam a ser recursos importantes para a formação da subjectividade humana e para a construção das percepções e juízos sobre o mundo, interessava-nos saber até que ponto este subcampo do jornalismo foi afectado pelas enormes mudanças que se registaram na primeira década do novo século.

Trata-se de uma delimitação temporal simbólica, e de certo modo instrumental, mas que se sintoniza bem com o tumultuoso registo da experiência histórica recente: vivemos uma crise económica e financeira sem precedentes; os modos de produção e recepção da informação foram radicalmente impactados pelas novas tecnologias; a globalização incrementou anteriores lógicas de desigualdade entre os países e somos um país intervencionado pela *troika* e dirigidos por uma Comissão Europeia pouco solidária e executados por um governo de orientação neo-liberal que afastou a cultura do centro da governação.

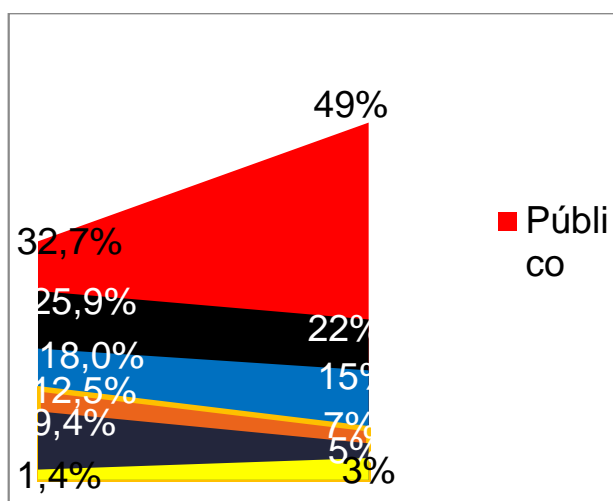
As indagações principais da investigação eram as de saber qual a visibilidade da cultura enquanto matéria jornalística, e portanto, utilizamos o filtro da primeira página para identificar os principais temas, acontecimentos, protagonistas e problemáticas que se plasmam nessa construção; mas também, e por inerência, identificar e mapear as principais transformações do jornalismo cultural praticado pelos principais jornais portugueses, diários e semanário nos últimos dez anos; indagar de que modo foi afectado pela crise financeira do país e profissional do jornalismo? Com as respostas obtidas, encetamos uma reflexão crítica sobre a natureza, a necessidade e o futuro do jornalismo cultural, articulando-o, sempre que possível, com as dinâmicas sociais e culturais, e com os debates académicos e jornalísticos do presente.

Em termos metodológicos, criamos uma base de dados em SPSS categorizando as peças jornalísticas relativas a assuntos de cultura rastreados na primeira página dos periódicos incluídos no estudo, designadamente os diários Público, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Correio da Manhã; bem como o semanário Expresso e a revista Visão. Realizamos ainda cerca de 20 entrevistas a diretores de jornais, editores e jornalistas da área cultural, procurando recolher percepções e testemunhos sobre a orientação editorial dos diversos jornais sobre a cultura, as rotinas e as exigências dos jornalistas culturais.

4. O jornalismo cultural impresso português – um quadro muito diverso

A primeira conclusão é a de que os jornais não são todos iguais em termos de cobertura jornalística dos temas de cultura. Há pelo menos um que se destaca – trata-se do Público, que contraria uma tendência generalizada de redução do número de peças culturais na primeira página, quando comparamos os anos 2000 e 2010. Aquele diário não só publicou em 2010 um número maior de peças culturais (ver quadro 1.) como lhes deu mais destaque, já que também aumentou o número de manchetes relacionadas com cultura, passando de 30 em 2000 para 39 no ano final da década. Mas também neste jornal a cultura esteve presente em menor percentagem de edições, passando de 52% para 41%, indicando uma presença menos continuada e sistemática deste tema ao longo do ano.

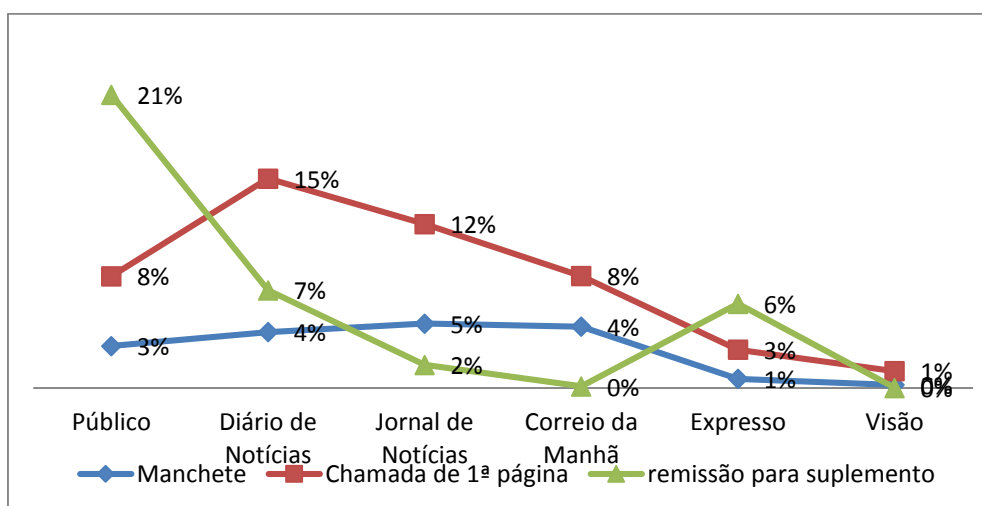
Os restantes jornais baixaram em todos estes indicadores: número de edições com cultura; número de peças publicadas na primeira página e número de manchetes. A revista Visão aumentou ligeiramente o número de peças culturais publicadas na capa (passaram de 13 para 18) mas não consideramos que corresponda a uma alteração significativa do ponto de vista qualitativo, já que se trata de mais chamadas de primeira página. Do ponto de vista das manchetes, a Visão não dedicou uma única à cultura durante o ano 2010, enquanto em 2000 registou 2 capas em que o assunto principal foi de natureza cultural.



Quadro 1 - Comparação entre 2000 e 2010 no que diz respeito à % de notícias culturais publicadas na primeira página. Fonte: Projecto Cultura na Primeira Página

Consideramos que o conhecimento da história específica de cada publicação é um facto essencial para compreender os resultados quantitativos. Alguns dos jornais incluídos no estudo mudaram de forma significativa a sua orientação relativamente à cultura. É o caso do Diário de Notícias, que deixou de rivalizar com o Público na disputa pelas notícias culturais. Esta mudança já é notória na redução do número de peças dedicadas ao tema, mas é drástica quando consideramos o número de edições que publicaram temas culturais na primeira página: esse valor foi de 48% em 2000, passando para 25% em 2000.

Outro periódico que afastou a cultura da primeira página foi o Expresso. Em 2000, foi um assunto presente em 92% das edições, correspondendo a 86 peças, 6 das quais foram manchetes. Em 2010, os valores baixaram para 5% do total de edições, equivalendo a 29 peças e uma manchete. Baixaram igualmente o número de chamadas na primeira página (apenas 2) e de remissões para o suplemento cultural (de 55 para 26).



Quadro 2 - Manchetes, chamadas de primeira página e remissões para suplementos relativos a temas de cultura publicados em 2010. Fonte: Projecto Cultura na Primeira Página.

O tratamento dos temas culturais distingue claramente a imprensa popular da imprensa de referência. Em termos quantitativos, já que o Jornal de Notícias e, sobretudo, o Correio da Manhã, publicam menos notícias, mas em particular nos aspetos qualitativos. Se o leque de temas já é restrito em todos, concentrando-se em três áreas artísticas – a música, o cinema e a literatura – no caso dos populares, as escolhas de primeira página recaem quase exclusivamente sobre a música – no Correio da Manhã, representa 44,7% do total, seguida dos óbitos de personalidades da área cultural. Todos os outros temas se encontram muito distanciados, incluindo o cinema (6,4%).

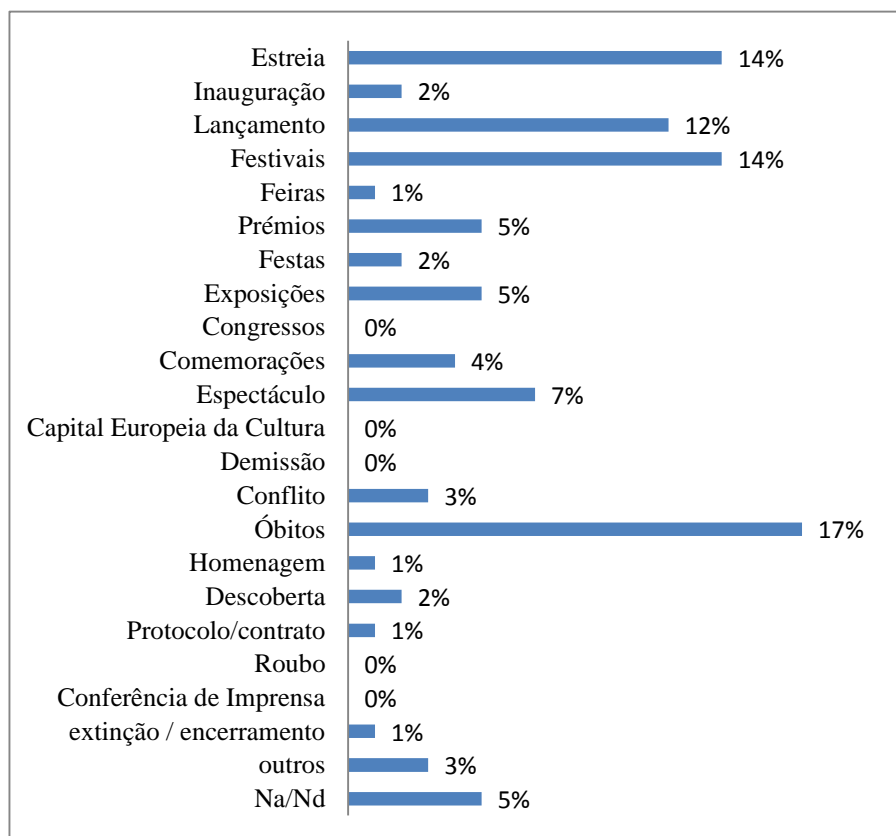
O segundo tema no “ranking” de visibilidade do Correio da Manhã é a cultura popular (sobretudo, festas religiosas, equivalentes a 8,5%). É um tema ausente dos restantes jornais, com excepção do Jornal de Notícias, mas com pouca expressão (3,2%). A agenda cultural dos populares propõe acontecimentos e protagonistas bem diversos daqueles que encontramos nos periódicos de referência.

5. A necessidade de acontecimentos e o centro em autores individuais

Os resultados da análise de conteúdo apontam para uma grande permanência e estabilidade do enquadramento das notícias culturais em torno das seguintes directrizes: do ponto de vista temático, dominam a música (27% do total), o cinema (20%) e a literatura (17%). Estas escolhas reflectem-se nas actividades dos protagonistas mais figurados, respectivamente os músicos (22%), os escritores (16%) e os cineastas (10%), seguidos, em quarto lugar, pelos actores (9%), programadores (4%) e pintores (3%). Os protagonistas são esmagadoramente indivíduos (64%), em detrimento das instituições (14%) e dos grupos

organizados, como as associações (5%). As notícias estão centradas em acontecimentos (56%) ou indivíduos (41%).

Entre os acontecimentos mais presentes (ver quadro 3), destacam-se os festivais de música e de cinema e os lançamentos de discos e livros (ambos pontuam 14% do total), seguidos das estreias de filmes (12%), dos óbitos de personalidades ligadas à cultura (10%), dos espectáculos “avulso” (9%), das exposições (7%) e dos prémios (6%).

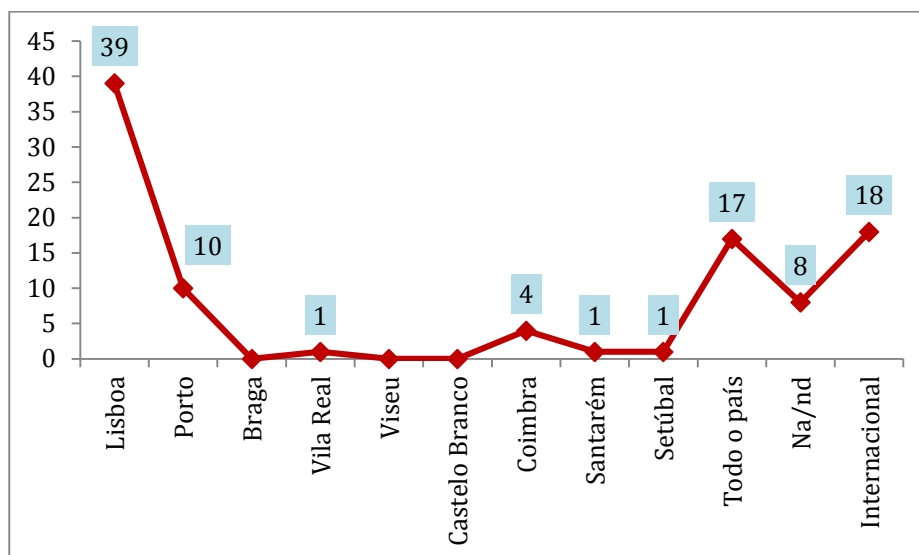


Quadro 3 - Locais dos acontecimentos referidos na primeira página em 2010. Fonte: Projecto Cultura na Primeira Página

A primeira página reflecte um mapa territorial extremamente desigual do ponto de vista cultural (ver quadro 4), dominado pelos acontecimentos ocorridos em Lisboa (representa 39% do total), seguindo-se Setúbal (17%, atribuíveis à visibilidade crescente do Festival Sudoeste, que se localiza neste distrito) e Porto (10%).

O tratamento jornalístico da cultura padece da mesma macrocefalia apontada em tantos outros estudos sobre o desenvolvimento do país, porventura agravada pelas próprias circunstâncias de produção jornalística (a maior parte dos jornais têm cada vez menos recursos financeiros para tratar de acontecimentos afastados da sua sede).

Assinalamos aqui um enorme desligamento da imprensa relativamente à tendência para uma maior capacitação cultural descentralizada, fruto da atividade programada pelos cineteatros existentes em várias capitais de distrito e por diversos grupos artísticos e culturais localizados fora de Lisboa.



Quadro 4. Locais dos acontecimentos referidos na primeira página em 2010. Fonte: Projecto Cultura na Primeira Página

A categoria de acontecimento surge com frequência nas análises que reflectem sobre as aproximações entre o jornalismo e a história. Embora a partir de perspectivas diferentes, jornalistas e historiadores partilham o mesmo gosto pelos acontecimentos, entendidos, à maneira de Paul Veyne (Veyne, 1971) como marcas de materialidade e diferença inscritas num espaço e num tempo. O historiador António Reis (Reis; 1993: 137) considera que o historiador tem uma atitude “contemplativa do real” e tem como destinatário um público “sempre pensado como posterior aos factos/acontecimentos relatados, relacionados e interpretados”, enquanto o jornalista selecciona apenas aquilo que se apresenta “com carácter de novidade e interesse geral imediato para o grande público consumidor do presente”.

Os acontecimentos culturais mais destacados pelos jornalistas parecem apontar para a tendência de comprimir o tempo de partilha da vivência do acontecimento entre quem escreve e quem nele participa – é disso sinal a importância crescente do tema dos festivais de música e cinema, encarados como um momento festivo de partilha e fruição de “novidades”, desligado de uma reflexão crítica sobre o seu valor artístico.

Os géneros jornalísticos mais presentes no tratamento jornalístico da cultura corroboram esta ideia: embora o jornalismo cultural continue a ser composto por uma paleta diversificada de géneros, nisso se furtando ao “paradigma noticioso”, o género dominante são as reportagens (31,6% do total de peças, encontradas nas páginas de interior e relacionadas com os temas publicados na primeira página). Seguem-se as críticas (20%,1), as notícias com desenvolvimento (17,3%) e as entrevistas (15%).

6. Conclusão

O jornalismo cultural sempre foi relativamente excepcional – vários autores (Nguyen-Duy e Cotte, 2000) apontaram como, tanto do ponto de vista dos seus objectos, como das suas práticas, parece importar mais de outros campos com os quais faz fronteira (seja o ensaio e a crítica, do lado mais “sério”; seja a publicidade, do lado mais “comercial”) do que conformar-se aos principais traços do “paradigma informativo” que rege, em geral, o discurso jornalístico.

Ao longo de todo o século XX, e sobretudo na paisagem mediática francófona na qual os autores acima referidos se situam, a crónica cultural foi muitas vezes confiada aos próprios artistas, debruçando-se sobre objectos marginais e periféricos, afastando-se das regras da objectividade, da síntese e da clareza que marcam a linguagem jornalística.

Esta constatação levou autores como Colette Brin, Jean Charron e Jean de Bonville (2005) a uma projecção arriscada: face à crise actual do “ideal-tipo” de jornalismo marcado pelo paradigma informativo, seria o

jornalismo cultural a estar mais próximo do movimento que arrasta todo o “planeta jornalismo” para uma narrativa mais popular, convivial e rentável.¹

Extrapolando esta ideia para o contexto português, diríamos que encontramos traços de popularização e convivialidade mas fica por demonstrar o desafio da rentabilidade. Nas entrevistas realizadas a jornalistas culturais no decurso desta investigação, perpassa, em termos genéricos, um tom desalentado e apreensivo em relação ao futuro da sua profissão, fruto de sucessivos cortes nos recursos disponíveis para a exercer.

O jornalismo cultural foi certamente um dos subcampos mais afectados pela crise económica que atravessa o jornalismo. Dentro das administrações dos jornais, com excepção do Público, como foi referido no início deste texto, as notícias culturais são consideradas mais dispensáveis do que as restantes. Vários jornais, incluindo o Público, foram eliminando suplementos centrados nas diversas artes e todos eles reduziram o número de colaboradores e críticos externos especializados.

Nas palavras de uma jornalista cultural com um percurso sintomático da época – foi dispensada de um jornal no âmbito de um despedimento coletivo e trabalha agora como freelancer numa situação de precariedade – enfraqueceu muito a frequência de uma pergunta que costumava constar das preocupações de quem, dentro dos jornais, decide os conteúdos e o alinhamento da primeira página: “*Há alguma coisa de cultura para a primeira?*”

Referências Bibliográficas

- Benson, Rodney, NEVEU, Érik (2005). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction*. Cambridge: Harvard University Press.
- Brin, Colette, Charron, Jean, Bonville; Jean de (2005). *Nature et transformation du journalisme: Théorie et recherches empiriques*. Québec: Les Presses de l’Université Laval.
- Bustamante, Enrique (ed.) (2011). *Industrias Criativas*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Curran, James, Morley, David (eds.) (2006). *Media and Cultural Theory*. London and New York.
- Miller, Toby, Yudice, George, (2002). *Politica Cultural*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Reis, António (1993). O Jornalista e o Historiador. In *Penélope* (pp. 135-142). Lisboa: Edições Cosmos.
- Veyne, Paul (2008). *Como se Escreve a História*. Lisboa: Edições 70.

¹ Colette Brin, Jean Charron e Jean de Bonville. Nature et transformations du journalisme – théorie et recherches empiriques. Les Presses de l’Université Laval, Québec, Canada, 2005, p. 12): “Bien que, tout au long du 20^e siècle le journalisme culturel ait pu être une pratique peu orthodoxe en regard des normes dominantes (ce qui reste à vérifier), les règles qu’il actualise aujourd’hui sont plus proches qu’elles ne l’étaient naguère du type «journalisme de communication» et, en raison des traits qui le distinguent des autres domaines de couverture (notamment sa popularité, sa convivialité et sa rentabilité), sa position dans le système, autrefois périphérique, tend à devenir plus centrale. En somme, le journalisme culturel, autrefois plus ou moins déviant, tendrait à devenir aujourd’hui un cas type de la nouvelle orthodoxie.”