

JORNALISMO CULTURAL NO QUADRO EUROPEU: TRANSFORMAÇÕES E EVOLUÇÕES

Jaime Lourenço

Texto entregue em Novembro de 2021

TRADICIONALMENTE, OS JORNAIS SEMPRE ESTIVERAM entre as principais instituições de mediação cultural, atribuindo valor simbólico aos artistas, manifestações e objetos culturais. De certa forma, o espaço que os jornais têm dedicado à cultura e às artes é indicativo do estatuto cultural dessas manifestações, obras ou artistas na sociedade. O jornalismo cultural constitui-se como um espaço essencial para a informação, avaliação e reflexão da Esfera Pública Cultural e nos últimos anos tem sido objeto de várias investigações académicas por toda a Europa. Neste artigo procuramos cruzar dados de vários estudos¹ que olham para a cobertura jornalística da cultura em países da Europa (com um olhar particular para Portugal) e para órgãos de comunicação social distintos. Pretendemos elaborar um diagnóstico do jornalismo cultural europeu nas últimas décadas, com particular foco para as manifestações culturais que são alvo desta cobertura.

Transformações na cobertura jornalística da cultura

Ao longo da segunda metade do séc. XX e da primeira década do séc. XXI, o jornalismo cultural sofreu mutações quanto aos objetos artísticos e culturais que trata, à medida que o próprio universo das artes e da cultura também foi evoluindo e sofrendo as suas alterações ao longo dos anos. De forma geral e transversal aos vários países da Europa Ocidental, as principais manifestações culturais alvo de cobertura jornalística ao longo das décadas foram a música, a literatura, o cinema, a televisão, o teatro e as artes plásticas.

Entre 1950 e 1960, os conteúdos culturais nos jornais generalistas europeus eram escassos e alguns dos jornais analisados não incluíam secções de cultura. Dominava uma abordagem de elitização com foco nas “artes intelectuais/eruditas” como a música clássica, a ópera, a literatura, o teatro, as artes plásticas ou a dança. As secções de cultura, quando existiam, eram direcionadas para os leitores intelectuais com formação superior. Depois, começou a expansão cultural de forma gradual, com a publicação de peças em secções de cultura explicitamente identificadas (um percurso semelhante ao que decorreu em Portugal).

A partir de 1960, ganha terreno a popularização das páginas de cultura. Um conjunto de novos temas e manifestações começou a ser relevante para ser tratado jornalisticamente, como temas relacionados com o consumismo que se edificava em muitos destes países (como a gastronomia, o turismo, a moda). Tal está relacionado com a própria conceptualização de cultura. Foi nos finais da década de 1960 que

a viragem culturalista trouxe novas perspectivas de encarar a cultura e o jornalismo cultural passou a envolver-se com uma grande variedade de questões, desde as artes à vida quotidiana, desde a cultura, entendida estritamente como expressão estética à cultura enquanto “estilo de vida”, na aceção do teórico dos *Cultural Studies*, Raymond Williams. A cultura passou a ser encarada nos jornais como mais heterogénea, multifacetada e aberta do que as artes tradicionais.

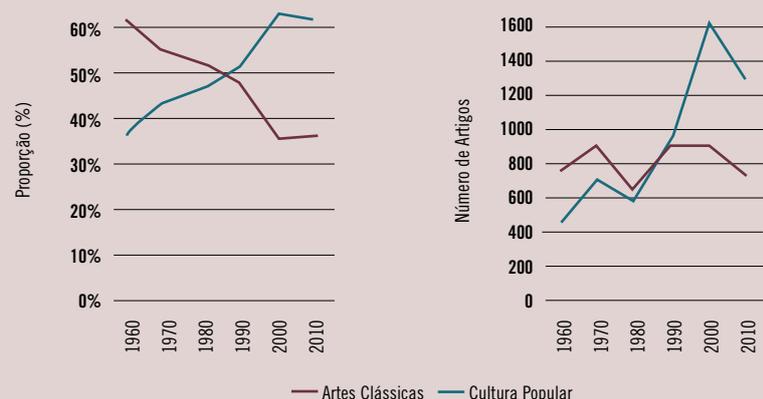
A literatura e a música continuaram a ser as manifestações culturais estabelecidas nos principais jornais europeus, apesar da proliferação de outras manifestações culturais como o cinema. A música sofreu uma transformação radical, com o pop-rock em destaque. Verificou-se uma quebra em grande parte das “artes intelectuais/eruditas” na cobertura jornalística (Gráfico 1), sendo o teatro e a música clássica as manifestações mais expressivas desse declínio. Esta tendência está, de certa forma, relacionada com a expansão da cultura popular e do seu consumo a partir dos anos 1960. O desenvolvimento da produção, distribuição e consumo da cultura estimulou um aumento na oferta de todo o tipo de produtos culturais (livros, discos, peças de teatro, concertos, filmes, festivais, exposições), mas também a expansão internacional dos mesmos (Verboord & Janssen, 2015) contribuiu para as transformações nas páginas culturais dos jornais. Após os anos 1990, o teatro e a música clássica deixaram de estar tão presentes nestes jornais de forma transversal. Esta tendência é mais expressiva no *Helsingin Sanomat* (Finlândia) e no *Le Monde* (França), dois jornais que se destacavam, por exemplo, pela sua ampla cobertura de matérias relativas ao teatro.

A partir dos anos 2000 (devido à disseminação das indústrias criativas e implementação de políticas culturais), a cultura passa a estar presente em quase todos os jornais e as artes tornam-se apenas uma parte dessa cobertura (Purhonen et al., 2019). As secções e as editoriais de cultura dos jornais moldam-se à popularização das manifestações culturais como a presença crescente de peças sobre televisão. Assistimos nas últimas décadas à disseminação da cultura popular, o relativo declínio da cobertura das artes tradicionais, a globalização cultural, a comercialização e a relação entre a cultura e a política. Também se registam diferenças entre os jornais. De forma geral, o *Dagens Nyheter* (Suécia) e o *El País* (Espanha) representam jornais mais progressistas ou liberais, atentos às novas tendências, enquanto o *Le Monde* (França) e o *Helsingin Sanomat* (Finlândia), jornais conservadores, têm olhado com maior zelo para as novas tendências (espaço emergente do entretenimento, *lifestyle*, a cobertura de manifestações como os *media* ou os videojogos). O *The Guardian* (Reino Unido) situa-se entre estes dois campos, mostrando um equilíbrio ao esbater as fronteiras entre música popular e música clássica, tal como o *Helsingin Sanomat* (Finlândia), possuindo um certo conservadorismo, ao continuar a realizar uma ampla cobertura das artes tradicionais (Purhonen et al., 2019).

A grande transformação no jornalismo cultural europeu nas últimas décadas foi a gradual popularização, bem como a internacionalização de obras e artistas tratados, com um aumento considerável dos originários dos EUA. No entanto, continuam a ser os produtos do país de origem de cada jornal a dominar nas páginas de cultura destes jornais (Purhonen,

GRÁFICO 1

Percentagem de peças jornalísticas que cobrem as “artes clássicas” e as manifestações de cultura popular (esq.) e os números absolutos de peças que cobrem as “artes clássicas” e a cultura popular (direita) nos jornais ABC, El País (Espanha), Dagens Nyheter (Suécia), The Guardian (Reino Unido), Helsingin Sanomat (Finlândia) e Le Monde (França). Fonte: Purhonen, et al., 2019, p.51.





JORNALISMO CULTURAL

É uma especialização do jornalismo que cobre e reflete sobre o vasto campo das artes e da cultura. Envolve-se com uma grande variedade de questões, desde as artes à vida quotidiana, ou desde a cultura, entendida estritamente como expressão estética, à cultura enquanto “estilo de vida”. O jornalismo cultural, ao lidar com todas as manifestações artísticas e culturais, informa e dá a conhecer as mais variadas obras, artistas e pensamentos, e possui uma natureza crítica e reflexiva que orienta a mediação da cultura cívica e democrática.

O tratamento jornalístico da cultura deve ser encarado de forma diferenciada e autónoma a fim de garantir, simultaneamente, o tratamento aprofundado das temáticas culturais, mas também que estas não fiquem confinadas a um gueto (Mesquita, 2001).

Lauronen, & Heikkilä, 2019). Manifestações como o cinema e a música são as que envolvem um maior número de produtos e artistas internacionais, enquanto o teatro, por exemplo, é essencialmente local, com uma menor distribuição internacional (Janssen, Kuipers, & Verboord, 2008).

Assistimos a uma ampliação do campo de ação do jornalismo cultural, com o cruzamento de manifestações tradicionais com as populares que emergiram num contexto alicerçado no consumo, entretenimento e lazer. Mas, quando combinamos estas tendências com as crises do jornalismo, a cultura é das primeiras áreas a sentir os efeitos e os jornais acabam por se aproximar da agenda imposta pelas indústrias culturais, descurando o seu papel de mediadores e orientadores dos leitores para a descoberta de obras/artistas e reflexão sobre as mesmas.

O caso português

Observou-se uma diminuição do espaço dedicado à cultura nos jornais portugueses que continua a alastrar-se ainda hoje. A este cenário está associada as crises que o jornalismo atravessa. Os poucos recursos financeiros são considerados um dos principais fatores que atingiu o jornalismo cultural português e que levou vários jornais a diminuir o espaço dedicado à cultura, a extinguirem vários suplementos e a abdicarem de recursos humanos.

O estudo *A Cultura na Primeira Página* revela que entre 2000 e 2010 houve uma queda do número de peças e uma circunscrição a um leque restrito de temas, acontecimentos e protagonistas (Baptista, 2017). Além da diminuição do espaço dedicado à cultura nos jornais, procedeu-se a um abandono progressivo de uma abordagem reflexiva, substituída pela simples informação e divulgação. “O jornalismo cultural já não se posiciona como recurso que ajuda as pessoas a fazer escolhas com sentido entre ‘cultural commodities’, antes parece promover decisões impulsivas, baseadas em critérios distantes de qualquer valoração artística” (Baptista, 2017, p. 72).

A música, a literatura e o cinema são os principais temas que o jornalismo cultural português trata, à semelhança dos vários países europeus. A atualidade foi o valor-notícia dominante e em 2010 os principais acontecimentos culturais presentes nas páginas dos jornais foram os óbi-

tos de personalidades ligadas à cultura, os festivais de música e cinema, as estreias de filmes e os lançamentos de discos e livros (Baptista, 2017). Este é o reflexo de uma transformação do jornalismo cultural que abdica da sua função curatorial e reflexiva e passa a dirigir-se ao público não enquanto cidadão, mas enquanto consumidor numa lógica mercantil e utilitária em que lhe fornece informação para o seu quotidiano numa ótica de lazer (“a estreia do novo *blockbuster*”, “o mais recente *bestseller*” ou “o concerto que não pode perder”).

Este jornalismo encontra-se, em grande parte, centralizado na capital do país. O *Público* é o título que mais contribui para a cobertura jornalística de matérias culturais e artísticas com uma forte aposta de peças sobre cultura no jornal, mas também com o suplemento *Ipsilon*.

Diversidade ou dispersão?

Hoje encontramos nas páginas de cultura o domínio de manifestações como a música, a literatura e o cinema, do cruzamento do campo cultural com o da política, da cultura de celebridades, do lazer e *lifestyle* e do consumo, colocando o jornalismo cultural “num contínuo entre arte, cultura popular, *lifestyle* e consumo” (Kristensen N. N., 2010, p. 69).

Por um lado, e seguindo Umberto Eco, podemos encarar o panorama do jornalismo cultural de forma apocalíptica associado a uma popularização das páginas de cultura, uma crise e um declínio de abordagens críticas e interpretativas das manifestações culturais e um esbatimento de fronteiras entre o domínio do consumo, do entretenimento e do jornalismo. Por outro, de forma integrada, podemos entender que o jornalismo se expandiu naturalmente e se encontra em mutação de acordo com a indústria de consumo e com o contexto mediático altamente competitivo (Kristensen N. N., 2010).

Este cenário leva-nos a questionar que podemos estar perante o que T. S. Eliot (1996 [1948]) apontava com preocupação em *Notas para a Definição de Cultura*, quando referia que das várias especializações da cultura poderia advir a desintegração cultural, gerando nichos de debate e reflexão isolados. O debate é circunscrito a pequenos círculos e não se expande nem se relaciona com a cultura num sentido amplo e próximo de toda a sociedade dissipando-se dos órgãos de comunicação social.

Por fim, apropriamo-nos das palavras de Eduardo Lourenço (2016) quando refere que a cultura se alimenta do imprevisível, da liberdade, dos criadores. “A Cultura não tem nem precisa de outros atores que os criadores e usufruidores dela. Mas precisa, mais que de outro domínio, de uma espécie de ator mágico imune às tentações da ‘libido cultural’ com nome próprio” (Lourenço, 2016, p. 104). É neste contexto que o jornalismo cultural pode e deve exercer a sua função: informar, mas também ajudar o público a olhar para as obras, artistas, pensamentos e bens de forma interpretativa, apoiado na promoção de uma literacia cultural e oferecendo-lhe soluções mistas de géneros, formatos e discursos, promovendo uma reflexão sobre o mundo e as mais variadas questões através das manifestações culturais “para deixar que a vida da cultura e a cultura como vida existam como sujeito próprio” (Lourenço, 2016, p. 105). Sabemos que as crises em que o jornalismo se encontra envolto tornam tudo muito mais complexo, incerto e angustiante, mas não podemos descurar a missão nobre de oferecer aos leitores a informação necessária para que estes possam agir no seu quotidiano e formar juízos. ■

Notas

¹ Entre os vários estudos que temos como referência, destaca-se *Enter Culture, Exit Arts?* (Purhonen et al., 2019), uma análise extensiva da cobertura jornalística de cultura por parte de jornais de vários países entre 1960 e 2010 como o *Helsingin Sanomat* (Finlândia), *Dagens Nyheter* (Suécia), *Le Monde* (França), *The Guardian* (Reino Unido), *ABC* e *El País* (Espanha).

Referências

- Baptista, C. (2017). Jornalismo Cultural em Portugal – retrato de uma década e projeções para o futuro. Em C. Baptista (Ed.), *A Cultura na Primeira Página – Uma década de jornalismo cultural na imprensa em Portugal* (1ª ed., pp. 43-86). Lisboa: Escritório Editora.
- Eliot, T. S. (1996 [1948]). *Notas para uma Definição de Cultura*. Lisboa: Século XXI.
- Janssen, S., Kuipers, G., & Verboord, M. (2008). Cultural Globalization and Arts Journalism: The International Orientation of Arts and Culture Coverage in Dutch, French, German, and U.S. Newspapers, 1955 to 2005. *American Sociological Review*, 73(5), 719-740.
- Kristensen, N. N. (2010). The Historical Transformation of Cultural Journalism. *Film and Media Studies Yearbook*, 8(1), 69-92.
- Lourenço, E. (2016). *Crónicas Quase Marcianas*. Lisboa: Gradiva.
- Mesquita, M. (13 de Maio de 2001). *A cultura na primeira página*. Obtido em 2 de Novembro de 2015, de Público: <http://www.publico.pt/espaco-publico/jornal/a-cultura-na-primeira-pagina-157678>
- Purhonen, S., Heikkilä, R., Hazir, I. K., Lauronen, T., Rodríguez, C. J., & Gronow, J. (2019). *Enter Culture, Exit Arts? – The Transformation of Cultural Hierarchies in European Newspaper Culture Sections, 1960–2010* (1ª ed.). Nova Iorque: Routledge.
- ² Purhonen, S., Lauronen, T., & Heikkilä, R. (2019). Between legitimization and popularization: The rise and reception of U.S. cultural products in culture sections of quality European newspapers, 1960–2010. *American Journal of Cultural Sociology*, 7, 382–411.
- ³ Verboord, M., & Janssen, S. (2015). Arts Journalism and its Packaging in France, Germany, the Netherlands, and the United States 1955-2005. *Journalism Practice*, 9(6), 829-852.