

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Estratégias discursivas nos órgãos de comunicação social escrita em Portugal: O caso de estudo do jornalismo cultural.

Gonçalo Moreira Esteves

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Doutor Pedro Pereira Neto, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2022

Departamento de Sociologia

Estratégias discursivas nos órgãos de comunicação social escrita em Portugal: O caso de estudo do jornalismo cultural.

Gonçalo Moreira Esteves

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Doutor Pedro Pereira Neto, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2022

Agradecimentos

Em primeiro lugar e sempre, aos meus pais, Maria do Rosário e Aires que continuam a lutar ao meu lado pelos meus objectivos. Muito obrigado.

Ao meu orientador, Professor Doutor Pedro Pereira Neto que desde o início até ao fim deste percurso tanto me ajudou. As suas lições são inesquecíveis e foram preciosas para o desenvolvimento deste trabalho.

Ao ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa que voltou a acolher-me novamente dentro das suas portas.

Este trabalho deve muito a todos estes intervenientes. A todos, muito e muito obrigado.

Resumo

O jornalismo cultural, além de ter a função de informar, é um intermediário cultural - ou seja, critica os produtos culturais que estão acessíveis ao público - especializado e dirige-se a públicos e audiências de nicho. Mais recentemente, com as novas dinâmicas da sociedade em rede e com a explosão da *internet*, foi posta em causa a hegemonia dos *media* tradicionais, e o jornalismo cultural expandiu-se para o sector do *online*, competindo actualmente com outras plataformas *online* de cultura.

Por seu turno, a noção de cultura é polissémica, radicando não apenas na expressão artística mas em outras formas de expressão humana. Comum a diversos campos teóricos, o seu estudo foi desenvolvido pela escola de Frankfurt - que associa cultura à arte, e adopta um viés elitista - e pelos estudos culturais - que dirige maior enfoque à cultura popular -, razão pela qual alta cultura e cultura de massas ou cultura popular foram sendo diferenciadas para classificar os produtos culturais.

Esta investigação tem como objectivo discutir a cultura nos órgãos de comunicação social escritos focando-se primordialmente no jornalismo cultural. Para concretizá-lo foi desenvolvido um debate com base numa revisão da literatura relevante e, a título ilustrativo, análise de conteúdo a duas edições de jornais culturais impressos e a duas edições de jornais culturais *online*.

Palavras-Chave: Cultura, Jornalismo Cultural, Escola de Frankfurt, Estudos Culturais, *Internet*, Análise de Discurso

Abstract

Cultural journalism, in addition to having the function of informing, is a cultural intermediary - that is, it criticizes cultural products that are accessible to the public - specialized and aimed at niche publics and audiences. More recently, with the new dynamics of the network society and the explosion of the internet, the hegemony of traditional media has been called into question, and cultural journalism has expanded into the online sector, currently competing with other online cultural platforms. In turn, the notion of culture is polysemic, rooted not only in artistic expression but in other forms of human expression. Common to several theoretical fields, its study was developed by the Frankfurt school - which associates culture to art, and adopts an elitist bias - and by cultural studies - which focuses more on popular culture -, which is why high culture and mass culture or popular culture were differentiated to classify cultural products.

This research aims to discuss culture in written media focusing primarily on cultural journalism. To accomplish this, a debate was developed based on a review of the relevant literature and, for illustrative purposes, a content analysis of two editions of printed cultural newspapers and two editions of online cultural newspapers.

Keywords: Culture, Cultural Journalism, Frankfurt School, Cultural Studies, Internet, Discourse Analysis

Índice

Capítulo 1. Introdução e Objecto de Estudo.....	7
Capítulo 2. Enquadramento Teórico	
2.1-Cultura e Modernidade.....	11
2.2-Jornalismo Cultural.....	16
Capítulo 3. Perspectivas históricas sobre o jornalismo em Portugal e no mundo. A esfera pública cultural.....	18
3.1 Entre as artes do modernismo e o nascimento dos meios de comunicação social de massas. O jornalismo cultural no século XX.....	20
3.2-A sociedade em rede, os novos <i>media</i> , e a digitalização do jornalismo cultural.....	23
Capítulo 4. Metodologia e técnicas de investigação	26
4.1-Critérios de selecção de jornalismo cultural.....	28
Capítulo 5. Análise e apresentação de resultados.....	29
Capítulo 6. Conclusão.....	36
Bibliografia.....	41

Capítulo 1. Introdução e objecto de estudo.

Nas últimas décadas intensificou-se a globalização, antes de tudo o mais económica (Stiglitz; 2002), mas também política (Giddens; 2006) e cultural (Appadurai; 2004, Melo; 2002): “o nosso contexto histórico é marcado pelos processos contemporâneos da globalização e a ascensão da sociedade em rede, ambas baseadas na rede de comunicação que produzem conhecimento” (Castells; 2009: 16). Associado à ideologia política neoliberal, este processo apoia-se nas teorias económicas do liberalismo clássico, assumindo um papel de destaque no Ocidente desde o princípio da década de oitenta, como nos casos dos governos dos EUA e do Reino Unido. O neoliberalismo preconizava e defende ainda a liberalização e desregulação da economia, a par da privatização dos órgãos de comunicação social, traduzindo-se em processos de *downsizing* nos grupos económicos de comunicação social. A crise no jornalismo (Cardoso *et. al*; 2016) é ainda maior quando se sabe que são poucos os apoios do Estado à comunicação social, mantendo-se as vendas reféns do poder de compra das suas audiências e públicos.

Nos últimos anos verificou-se também uma revolução na comunicação social, com a proliferação do acesso à *internet* e de práticas da Web 2.0, em particular blogues e redes sociais *online*. Designada por alguns como a emergência de uma sociedade em rede (Castells; 2002, Cardoso, 2006), suscitou mudanças profundas na forma de comunicar de nações, povos e indivíduos: “a internet é cada vez mais utilizada para aceder aos *mass-media* (televisão, rádio, jornais) bem como qualquer outra forma de produto cultural ou da informação (música, livros, revistas). Os jornais tornaram-se organizações, internamente ligadas em rede, globalmente ligadas a redes de informação na internet” (Castells; 2009: 64-65). Estas novas dinâmicas comunicacionais reordenaram a função destes *legacy media* e concederam aos cidadãos, especialmente aos segmentos mais jovens, um papel importante. Graças ao uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) (Haddon; 2004) centenas de milhões de pessoas passaram a utilizar a *internet*, e mesmo a produzir os seus próprios conteúdos. O novo capitalismo da sociedade global em rede permite que a informação jornalística seja disseminada por quase todo o mundo contribuindo para encontrar novas audiências em canais *online* anteriormente pouco explorados. Aponta-se a emergência de uma cultura de convergência (Jenkins; 2006) em que os novos meios de comunicação social radicados no *online* podem vir a substituir os *legacy media*, tornando-se hegemónicos

para utilizadores agora simultaneamente consumidores e produtores.

Ramo da comunicação social que se dedica a abordar temas relacionados com as artes e a cultura, o jornalismo cultural é responsável pela cobertura de temas desta natureza, razão pela qual a/o jornalista da cultura tende a ser especialista nas suas mais diversas e complexas vertentes – seja literatura, artes plásticas, ou artes performativas (como a dança ou a ópera, o cinema e o teatro):

“frequentemente os jornalistas culturais executam o papel de intermediários culturais ou mediadores entre os produtores culturais e os cidadãos consumidores de cultura (...) tornando o jornalista cultural um *gatekeeper* e provador pois eles seleccionam quais os assuntos culturais que necessitam da atenção do público, discutindo-os, e contribuindo para a valorização da cultura alvo de cobertura” (Kristensen; 2019:5).

Em séculos passados, quem escrevia livros e jornais eram as classes sociais privilegiadas e as elites ilustradas, o que explica a tendência historicamente elitista deste tipo de jornalismo. Ainda no século XX, os autores inscritos na Escola de Frankfurt criticavam a cultura de massas associada ao desenvolvimento do capitalismo no ocidente, defendendo a cultura clássica que, em sua opinião, era a única a manter verdadeira autenticidade (Benjamin; 2004). A diferenciação entre cultura erudita e cultura de massas, ou alta cultura e baixa cultura, ainda hoje subsiste, sobretudo pelos legados de Dwight Macdonald, Susan Sontag, George Steiner, Allan Bloom, ou Saul Bellow.

Actualmente são poucos os jornais que se dedicam exclusivamente à cultura, e os órgãos de comunicação social escrita que optam por ter suplementos culturais ou literários são também muito poucos. O que se deve não só ao custo editorial que um suplemento cultural comporta, mas também ao facto do jornalismo cultural ser um jornalismo de nichos, cujo retorno financeiro não é significativo. Na realidade portuguesa, os jornais culturais são fundados e extintos rapidamente, o mesmo acontecendo com os suplementos culturais dos jornais de maior circulação¹. Atendendo às duas formas em que ele existe na actualidade, *print* e digital (Albuquerque Maia;

¹Nele não existem marcas de referência, como é o caso da revista “The New Yorker”, em que George Steiner escrevia, da revista “The New York Review of Books”, ou da revista “Arion” da qual Camille Paglia foi uma colaboradora, só para apontar alguns exemplos publicados nos EUA, ou do jornal de ideias, “New Left Review” que chegou a ser dirigido por Stuart Hall.

2014: 22), o jornalismo cultural não passou imune à revolução digital, tendo alguns jornais transportado os seus conteúdos para a *internet*, criando *sites* de notícias sobre cultura, e publicando nas redes sociais online.

Em Democracia foram várias as vozes ligadas à cultura em Portugal que defenderam o recurso a esta para combater problemas sociais como os baixos índices de escolaridade dos portugueses. Contudo, verifica-se neste momento um elevado índice de desemprego na população escolar com formação em ciências sociais e nas artes, a par de menor captação de públicos da cultura, de talentos e até na vocação da escrita, seja ela literária ou jornalística. Por esta razão, sendo verdade que o jornalismo cultural é antes de tudo jornalismo, não é possível dissociar cultura e sociedade: neste particular, vale a pena recordar Habermas, para quem “a esfera pública do domínio político evoluiu da esfera pública do domínio das letras, e através da opinião pública colocou o Estado em contacto com as necessidades da sociedade” (Habermas, 1993: 30-31). Se o mundo das letras é o coração do jornalismo cultural dado as letras se encontrarem associadas ao uso da razão, permitindo a intervenção social, o jornalismo cultural é também uma prática social pois permite transformar a sociedade.

Os objectivos gerais da presente investigação passam por discutir o conceito de cultura, com o objectivo de definir e enquadrar historicamente a noção de jornalismo cultural, desde a sua fundação ligado à elevada literacia quer de quem o produzia, quer dos seus públicos, bem como a sua evolução histórica e a dos seus diferentes formatos, do seu surgimento até à actualidade do contexto de uma sociedade digital em rede. Paralelamente, e dadas as crises económicas que assolaram o mundo ocidental nas últimas duas décadas, incluindo o seu contributo para aumentar o desemprego, a precariedade, e a redução de rendimentos, pretende-se ainda no âmbito deste trabalho elencar também alguns desafios com que se depara o jornalismo cultural, designadamente os que se prendem com alterações nas suas estruturas e no poder que exerciam sobre a sociedade, o que sugere a primeira questão de partida:

Q1: Se existe uma crise no jornalismo, em que medida é que está a afectar particularmente o jornalismo cultural?

Nos últimos anos o jornalismo cultural tem se expandido para os territórios do digital. Apoiando-se na sociedade em rede, o jornalismo cultural utiliza as novas tecnologias para publicar os seus conteúdos também no *online*, o que nos leva à segunda

e última questão de partida:

Q2: Quais as diferenças entre o jornalismo cultural realizado no sector *print*, e o *online*?

Além da Introdução, esta dissertação é composta por cinco partes. O capítulo dois tem como intuito enquadrar teoricamente o trabalho, estabelecendo os conceitos considerandos relevantes como os de cultura, modernidade e jornalismo cultural. A este segue-se o capítulo três, no qual é desenvolvida uma retrospectiva do jornalismo cultural em Portugal desde os seus primórdios – a que ficou associada a Gazeta Literária, primeiro jornal cultural fundado em Portugal – até ao século XXI, que se caracteriza pelas novas dinâmicas da *internet* e suas repercussões para o jornalismo cultural.

O capítulo quatro aborda as opções metodológicas tomadas, incluindo a clarificação do objecto de estudo e a descrição das técnicas de investigação eminentemente qualitativas aplicadas, privilegiando-se a análise documental histórica de jornais culturais em actividade e já extintos, e o uso ilustrativo da análise de discurso aplicada de modo comparativo (*impresso* vs *online*) a duas edições de jornais de cultura portugueses do sector *print*, bem como a duas edições de títulos de cultura no online, desenvolvida no capítulo cinco. Por fim, com o capítulo de conclusão, serão apresentadas as respostas oferecidas por este trabalho às questões de partida originalmente definidas.

Capítulo 2. Enquadramento Teórico.

Neste capítulo pretende-se levantar e explorar alguns conceitos, em particular o de cultura e o de modernidade, projecto filosófico que surge pela primeira vez relacionado com as artes no século XIX na obra de Baudelaire (1996). Alega-se igualmente que a noção de cultura oscila entre, por um lado, uma vertente antropológica, transversal a todas as sociedades e povos, e ligada à actividade humana como em Cuche, para quem “no ser humano pode-se observar a natureza transformada pela cultura” (1999: 90), e, por outro lado, uma vertente estética e artística, que se relaciona com o desenvolvimento das capacidades especulativas, lógicas e filosóficas do Homem, com a ambição de criar arte que resista à sua natureza finita. A noção de cultura da qual parte esta investigação é a segunda perspectiva, propondo-nos a analisar a distinção entre cultura de massas e alta cultura, noções antitéticas propostas por Macdonald (1983) e Steiner (1971), entre outros.

2.1-Cultura e modernidade

No âmbito desta investigação, interessa-nos a noção de cultura analisada pela escola de Frankfurt, bem como pela escola dos Estudos Culturais. Assim, Raymond Williams argumenta que a cultura de um povo está associada ao seu modo de produção. A cultura é assim vista, não como a erudição ou sofisticação que apenas as classes altas possuíam, mas sim como uma actividade humana do quotidiano, comum a todas as classes sociais:

“cultura é a descrição de um particular modo de vida, que expressa certos significados e valores não apenas na arte e na educação, mas também nas instituições e no comportamento. A análise da cultura é a clarificação dos significados e valores, implícitos e explícitos num particular modo de vida, numa cultura particular” (Williams; 1975 *apud* Turner; 2005: 45-46).

Esta noção antropológica da cultura instaura-a, então, como uma prática social: “(...) de forma ampla, a cultura se refere ao modo de vida de uma comunidade, em âmbito global e totalizante, sendo a cultura um caminho para resolver os problemas do quotidiano” (Williams; 2008 *apud* Albuquerque Maia; 2014:46).

Em paralelo, associa-a a todas as formas de expressão, e não apenas às artísticas. Neste sentido, é possível que emane tanto das elites produtoras de obras de arte como das classes trabalhadoras. Richard Hoggart, outro dos pais fundadores da escola dos Estudos Culturais, advoga mesmo que o capitalismo inglês do pós II Guerra Mundial é propício a criar novos produtos culturais. Como a literatura para entretenimento, as revistas populares, e o cinema comercial. Dessa forma, é possível observar no contexto de uma sociedade de massas, a democratização da cultura, e também a homogeneização das audiências, pondo em causa o rígido sistema de classes sociais britânico e as clivagens históricas e sociais daquele país.

De acordo com esta tese, em conjunto com a democratização da cultura, é possível observar a descaracterização da cultura da classe operária, pois a ideologia que historicamente sustentou a classe operária pode (vir a) ser substituída por uma cultura massificada, exclusivamente lúdica, pondo em causa os hábitos e refazendo o sistema de valores que diferenciavam essa mesma classe: segundo Hoggart,

“...estes novos produtos apelam a mais pessoas, do que apenas a classe operária...podemos ver que pelo menos num sentido, estamos a ficar sem classes, isto quer dizer que a grande maioria de nós está fundida numa classe. Nós estamos culturalmente sem classes” (Hoggart; 1959: 279).

Tais visões revelam a influência marxista sobre a escola dos Estudos Culturais, particularmente na sua fase inicial.

Já a escola de Frankfurt, escola de pensamento filosófico influenciada pelo marxismo, tinha uma visão ortodoxa da estética e da cultura erudita: atribuindo uma elevada importância às artes, tais como a literatura ou a música clássica, menospreza a cultura de massas. Na sua perspectiva, a arte deriva da autonomia do artista, e a grande arte é por isso perene e tem um valor estético absoluto. Esta visão é influenciada por Nietzsche, que vê o artista produtor de cultura como alguém que não pode fazer compromissos ao capitalismo, e que rejeita a ética burguesa. Dessa forma, a arte não pode ser mercantilizada, perdendo o seu valor - ou aura, na expressão de Walter Benjamin - quando produzida em massa.

A escola de Frankfurt cunhou o termo indústria cultural para substituir o termo meios de comunicação de massa, na medida em que todos eles se assemelham na concepção e distribuição de produtos culturais nos países capitalistas para consumo

popular:

“o campo da indústria cultural destina-se à população em geral, e se fundamenta nos imperativos da concorrência pela conquista do mercado. Dessa forma, a estrutura do produto decorre das condições económicas e sociais da sua produção. O sistema da indústria cultural obedece à lei da concorrência para a conquista do maior mercado possível” (Bourdieu; 2004: 105 *apud* Corti Basso; 2006: 7).

Assim, toda a cultura de consumo ligada às massas é apresentada como encontrando-se numa crise de identidade - observação a que não é alheia a influência do marxismo desta escola, que tenta precisamente não apenas contrariar esta cultura (Featherstone; 1994), mas a globalização cultural proveniente dos EUA para a Europa, após a II Guerra Mundial.

Todavia deve dizer-se que a análise da escola de Frankfurt não está a imune a críticas: o que os produtos da cultura representam depende sempre de um julgamento estético. Também os juízos de valor vão contra os princípios da autonomia da arte, e as fronteiras que definem aquilo que é ou não cultura são à partida muito ténues e alvo de contestação, além de que os produtos culturais e as obras de arte são sempre produzidas num determinado contexto histórico.

A escola de Frankfurt critica ainda o gosto do que é mediano, ou seja, o gosto das classes burguesas, e é sabido serem essas faixas da população as que mais frequentam museus de arte moderna, compram livros de ficção, consomem todo o tipo de cinema incluindo o artístico, e que estudam academicamente a cultura sobre a qual os representantes da escola de Frankfurt se debruçaram. Contudo este trabalho, não tem como objectivo criticar o distanciamento dos puristas da cultura em relação ao capitalismo consumista. Como tal, e segundo a teoria da cultura da escola de Frankfurt,

“as indústrias culturais (...) servem para transformar o valor de utilização que os consumidores retiram da mercadoria em algo que é produzido pelo sistema capitalista. Assim a combinação da publicidade e dos *mass-media*, promove menos os produtos particulares e mais o estilo de vida capitalista” (Edgar e Sedgewick; 1999: 69).

Na mesma linha de raciocínio, também Mike Featherstone aponta as características de uma cultura que é subutilizada tendo em vista o consumo de massas: nas suas palavras,

“a cultura de consumo é geralmente apresentada como hedonista, procurando o prazer, e cultivando os estilos de vida, e o desenvolvimento de personalidades egoístas e narcisistas (...) a cultura de consumo baseia-se em novas experiências e ideais publicitados através da publicidade, a indústria do cinema, da moda e dos cosméticos, e da circulação dos jornais tablóides e das revistas. A cultura de consumo assume-se assim como um instrumento da democratização e de um nivelamento, das classes sociais” (Featherstone; 1994: 111-113).

A cultura cumpre, assim, a sua função social, pois os desapossados de um tipo de cultura elitista podem exprimir-se através da cultura popular que possuem. No Renascimento, as festas populares eram estimuladas pelo povo e recriavam um ambiente de rebelião, de sátira, e de zombaria contra as figuras dos poderosos representados pela aristocracia, e também contra o conservadorismo: “a cultura é a unidade diferenciada dos discursos de uma época. Daí o seu interesse pelos géneros primários, isto é as formas de conversação do discurso público” (Bakhtin; 1997: 18). Esta observação é também uma realidade na segunda metade do século XX: basta ver o recrudescimento da contracultura na década de sessenta e setenta, manifestada através de formas culturais de expressão popular tais como a música ligeira, *rock*, o cinema comercial de Hollywood, ou a banda desenhada. Hedonista, pacifista e boémia, movia-se contra o poder político instituído, a autoridade e a guerra.

O recrudescimento da cultura popular ainda é mais notório quando, na actualidade, se observa uma fase muito intensa de globalização cultural, vista por alguns críticos como negativa por constituir uma projecção da cultura de massas norte-americana para todos os continentes. Tal pode ser questionado na medida em que mesmo a arte africana proveniente de países colonizados no passado tem presença e visibilidade em feiras e exposições internacionais de arte moderna. Este interesse multiculturalista também transformou a abordagem do jornalismo cultural, cujas páginas oscilam entre o que é *avant-garde* e o que é cultura *pop*, o que é progressista e o que é tradicionalista.

Para finalizar esta discussão relativa ao conceito de cultura deve referir-se que esta está em consonância com o projecto da modernidade, habitualmente referida como período em que se opõem antigos e modernos. Todavia, a modernidade está em permanente construção, sendo por isso mutável: “quanto tempo tem a modernidade é uma questão discutível. Não há acordo sobre datas, nem consenso sobre o que deve ser datado” (Bauman 1999: 11), o que significa que todas as épocas pautadas pela civilização podem ter tido o seu período moderno.

Caracterizada pelo estágio de desenvolvimento de um país, a modernidade é essencialmente a cultura e a arte que caracterizam a civilização, razão pela qual autores como Habermas afirmam que o Iluminismo do século XVIII permitiu que a razão imperasse sobre a tradição, o conservadorismo e a ignorância, e posteriormente se considera o período que mediou a revolução francesa como época áurea da cultura depois da qual eclodiram todos os movimentos artísticos e culturais: no século XIX, o romantismo na literatura, depois o realismo e o naturalismo, o impressionismo na pintura, a poesia romântica e, já no início do século XX, o modernismo na literatura e na poesia, além de terem florescido artes como o teatro, a escultura e o cinema mudo.

Este último grande período da cultura na civilização ocidental foi ameaçado pela barbárie da violência extrema de duas guerras mundiais, que pôs em causa todo o projecto moderno. Autores como Steiner (1971) afirmam ser, por isso, necessário redefinir o conceito de cultura dada a perda de toda a racionalidade, argumento secundado pelos autores da escola de Frankfurt, Habermas incluído. Nesse sentido, estes últimos afirmam que a cultura é credora da civilização e mesmo do progresso social: se o projecto civilizacional entra em falência, cabe à cultura responder a essas falhas e apresentar novas soluções à Humanidade.

Da premissa anterior surge o pós-modernismo, que rejeita parcialmente a cultura canónica de séculos passados: de acordo com Jameson, “nenhuma teoria da modernidade faz sentido hoje, a menos que chegue a um acordo, que existe uma ruptura do pós-moderno com o moderno” (Jameson; 2012: 94). O pós-modernismo faz ressaltar uma nova cultura: há uma rejeição da literatura canónica, uma substituição da pintura estabelecida pela pintura pós-figurativa e abstracta, um abandono da linearidade e das temáticas clássicas nos romances, e o cinema artístico é privilegiado em detrimento dos códigos estéticos clássicos de Hollywood. O teatro abraça o experimentalismo, e outras artes - como a dança, a escultura, a ópera - entram também em profundas transformações estéticas.

Tal revolução não se dá sem a passagem de um capitalismo industrial para o pós-industrialismo: “o que ocorreu foi uma passagem do capitalismo pesado ao leve com a correspondente transição entre a modernidade sólida e a fluida” (Bauman; 2000:147). Outros termos foram aplicados para designar as alterações culturais que se verificaram: sociedades de consumo (Baudrillard; 1975, Featherstone, 1994), pós-modernismo (Lyotard; 1989, Jameson; 1995), modernidade líquida (Bauman; 2000), modernidade tardia (Giddens; 1992) e Ulrich Beck cunhou o termo modernidade reflexiva ou segunda modernidade.

2.2-Jornalismo Cultural

O jornalismo cultural assume um carácter híbrido: além de ter como função primordial a informativa, à semelhança do jornalismo clássico, adopta um discurso especificamente cultural, debruçando-se sobre todos os seus géneros e elaborando julgamentos estéticos através da crítica, da recensão e do ensaio: “O jornalismo cultural é o ramo do jornalismo que tem por missão informar e opinar sobre a produção e circulação de bens culturais na sociedade” (Fábio Gomes *apud* Leite Ribeiro; 2008: 33).

No entanto, ser especializado em cultura não quer dizer que não assuma os modos e técnicas do jornalismo tradicional: “o melhor jornalismo reflecte os problemas de uma era, e interpreta o potencial criativo de uma sociedade ou de um indivíduo; todavia não se pode fechar os olhos ao que se passa no campo cultural” (Rivera *apud* Santos Silva; 2015: 48). Por essa razão, “(...) é em parte historicamente associado ao olhar de uma emissão crítica de análise sobre os respectivos produtos, serviços e actividades culturais que são tematizadas e agendadas pelo jornalismo da área” (Gadini; 2002: 18). Ao dirigir a sua crítica aos produtos culturais produzidos pelos artistas, o jornalismo cultural está indissociavelmente ligado às indústrias culturais, responsáveis na modernidade pela produção maciça de filmes, discos, livros, ou jogos de vídeo, com o fito de alimentar a sociedade de consumo, sendo os artistas que os produzem designados produtores de símbolos (Hesmondhalgh; 2019).

Para avaliar estes produtos culturais são necessários jornalistas especializados que elaborem julgamentos estéticos, assim influenciando os gostos e preferências dos consumidores: “na área do jornalismo cultural, a crítica musical se apresenta como um género opinativo. O seu objectivo primário não são as declarações das personagens ou os factos, como é predominante no jornalismo (...)” (Carvalho Félix; 2014: 17). Outros

autores também enfatizam o julgamento crítico como componente essencial do jornalismo cultural: “no campo do jornalismo cultural, a crítica se tornou um ato enunciativo agenciador da dimensão estética das diversas produções artísticas. O viés ideológico e subjectivo de cada jornalista concorre para formar gostos e preferências, mesmo com todas as ressalvas dado o carácter elitista e divulgador de alguns textos” (Miranda Neto; 2015: 2). Também Leite Sobral admite que “o jornalismo cultural, até na reportagem se aproxima mais da crítica e da opinião”, e tanto assim é que “o juízo de valor do articulista e do repórter são bem-vindos neste tipo de jornalismo” sendo fundamentalmente este, o âmago da crónica cultural. (Leite Sobral; 2012: 52).

Como tal, os indivíduos com elevado capital cultural, tais como os jornalistas, não estão imunes a um certo elitismo (Bourdieu, 1984), o que contribui também para compreender o facto de que o jornalismo cultural não se adequa particularmente bem ao jornalismo tablóide, sendo por isso poucos os jornais deste último formato que apostam no tipo de jornalismo especializado em cultura, sem prejuízo de ser possível observar páginas culturais em quase todas as publicações jornalísticas – têm sido incluídas novas secções, designadamente relacionadas com conteúdos de turismo cultural, estilos de vida ou gastronomia, mas o núcleo duro do jornalismo cultural continua a passar pela habitual agenda cultural, como concertos, teatro e idas a museus, ou o ensaio, a crítica literária e a crítica de cinema, o tipo de jornalismo cultural que interessa primordialmente a esta investigação.

Capítulo 3. Perspectivas históricas sobre o jornalismo em Portugal e no mundo. A esfera pública cultural.

Com a invenção do processo de reprodução mecânica de texto e imagem a partir de técnicas de cunhagem foi possível difundir ideias políticas e culturais a maior velocidade e por um espaço geográfico mais alargado. Se nos questionarmos sobre o início da relação entre a imprensa e a cultura, impõe-se referir a invenção de Gutenberg, a partir da qual foram publicados e difundidos mais textos de orientação política, religiosa e ideológica, potenciando a função informativa do jornalismo.

A invenção de Gutenberg também permitiu uma mais rápida impressão de outras publicações literárias, contribuindo para a emergência de uma classe de homens de letras que produziam e criticavam obras, faziam recensões literárias e crítica de arte em jornais de pequena difusão, assim abrindo caminho para a emergência do jornalismo cultural como género: “foi (...) França a ver surgir o primeiro jornal cultural: o *Journal des Savants*, (...) um semanário de doze páginas (...) que difundia resenhas e comentários de livros bem como artigos sobre temas científicos, históricos e artísticos” (Sousa; 2008: 83). Vindo a existir ao longo dos séculos jornais, revistas, gazetas e periódicos que cumpriram a função de jornalismo cultural, apesar das diferenças entre o género de jornalismo cultural de então e aquele que se exerce actualmente, o mais famoso jornal de cultura “e o seu representante mais conhecido e marcante, viria depois em 1711, na Inglaterra, com a criação do periódico *The Spectator*, criado por dois ensaístas, e tinha como objectivo trazer a filosofia para fora das instituições académicas (...) e para ser tratada em mesas de chá e café” (Anchieta de Melo; 2010: 2).

O jornalismo cultural nasce numa época em que a população era quase toda iletrada, e sem livros em casa por não ter condições financeiras para adquiri-los. Por essa razão, a casta de intelectuais e escritores que surge associada ao jornalismo cultural trava um combate feroz pela democratização do conhecimento, promovendo a cultura: “o jornalismo cultural nasce com a função de mediar o conhecimento e aproximá-lo do maior número de pessoas. A intenção era a de não restringir a uma elite a esfera das artes, da filosofia e da literatura” (Anchieta de Melo; 2010: 5). Apenas depois de enraizado nos hábitos culturais das grandes potências mundiais da época e de conquistar leitores em França ou em Inglaterra pôde o jornalismo cultural expandir-se para os países periféricos e de menor dimensão.

Para a consolidação do jornalismo cultural na Europa contribuiu também o

surgimento de cafés, clubes e salões enquanto espaço de debate privilegiado de escritores e intelectuais europeus da classe burguesa e da pequena aristocracia, definido por Habermas como esfera pública. Nas palavras de Albuquerque Maia,

“o século XVIII marca a época de ouro do jornalismo cultural europeu, com destaque para os escritores Jonathan Swift e Daniel Defoe, que inauguraram essa fase, que também contou com nomes como Samuel Johnson, Hazlitt, Diderot, Baudelaire. Com a industrialização, no século XIX, o ensaísmo e a crítica cultural desfrutavam de muito prestígio” (2014: 24).

Em Portugal não há memória de jornais culturais tão antigos, ou em linha com as “primeiras coberturas jornalísticas de cultura que surgiram por volta do século XVII e XVIII, na Europa” (Melo; 2012 *apud* Cerigatto: 2015: 39). O primeiro exemplar de uma publicação cultural surge no ano de 1761, no Porto: como escreve Teresa Maio e Carmo, “a primeira referência a uma revista de carácter cultural é a deliciosa *Gazeta Literária*² ou Noticias exactas dos principais escritos modernos” (2006: 6). Fundado e publicado em pleno fervilhar de ideias iluministas no país, continha sobretudo críticas de literatura, artes e ciências: “o conceito de crítica é, desde logo, um conceito filosófico iluminista que implica não tanto questionar como se conhecem e significam objectos, mas antes perguntar se e como o conhecimento e significação se tornam possíveis” (Carmelo; 2021:116-117).

Já no século XIX se verifica no país alguma abundância de jornais culturais e revistas de ideias: surgem algumas publicações exemplares pela qualidade das suas edições, bem como pela excelência dos seus colaboradores, com nomes como os de Eça de Queiroz, Camilo Castelo Branco e Alexandre Herculano figurando entre quem as dirige. No género de imprensa cultural é possível ainda registar a *Era Nova*, *Revista do Movimento contemporâneo*, dirigida por Teófilo Braga, *O Pantheon*, *Revista de Ciência e Letras*, ou a *Revista de estudos livres*³. Estes jornais culturais do século XIX caracterizam-se pela análise de temas relacionados com a literatura, a filosofia e a poesia, mas também, e à margem das questões culturais, com o debate político, cuja introdução se deve à utilização da imprensa cultural por figuras republicanas como

2Algumas edições da *Gazeta Literária* estão preservadas e podem ser consultadas na *internet* no site da hemeroteca digital de Lisboa.

3Fonte Hemeroteca Digital de Lisboa consultada a 24/06/2022
<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/index.htm>

fórum de mobilização para derrubar um regime monárquico já em ebulição. Apesar dos esforços para cativar leitores entre o povo, as publicações desta natureza revelam-se significativamente elitistas: a inexistência de públicos da imprensa cultural, à excepção das elites, dá a imagem de um Portugal pouco civilizado, o que se prolongará até ao início do século XX.

3.1 Entre as artes do modernismo e o nascimento dos meios de comunicação social de massas. O jornalismo cultural no século XX.

O início do novo século assistiu ao surgimento de novos órgãos de comunicação de massas, tais como a rádio, o cinema e a televisão. A imprensa escrita, até aí o único órgão de comunicação social que chegava às massas, perdeu a sua hegemonia: “após I guerra mundial, o papel da imprensa tradicional sofrera uma mudança significativa: a palavra escrita, centro da vida cultural e intelectual começava a ser preterida pela imagem” (Ribeiro; 2020: 26). Em paralelo surgem algumas revistas culturais, associadas a movimentos estéticos e artísticos, que iriam mudar o panorama das artes em Portugal vinculadas ao modernismo, como a *Orpheu* (de curta duração, e tendo Fernando Pessoa como colaborador), a *Presença* (só extinta em 1940), e a *Seara Nova*, estabelecendo e promovendo o modernismo, surrealismo e neo-realismo em Portugal, e contribuindo para que o país estivesse a par das tendências europeias. Estas e outras de surgimento posterior constituiriam o foco da oposição ao regime político autoritário:

“O século XX foi abundante em revistas de cultura e pensamento, de vida efémera mas significativa. Manifestos de movimentos artísticos dos modernos das primeiras décadas do século e correntes conceptuais avulsas fervilhavam numa miríade de publicações que são uma das mais preciosas fontes da história cultural e política do século XX. Durante a ditadura (...) floresceram tertúlias, cineclubes, e movimentos literários cuidadosamente veiculados em publicações que marcaram gerações como *O Tempo e o Modo* ou a *Vértice*” (Maio e Carmo, 2006: 6).

Títulos como estes últimos possibilitariam manter acesa a chama do jornalismo cultural em Portugal até à mudança de regime: a primeira viria mesmo a revitalizar a cultura portuguesa no início dos anos 60, abordando temas como o cinema, pintura e literatura

moderna:

“*O Tempo e o Modo* é uma “espécie de *maitre à penser*, de revista mentora para muitos intelectuais portugueses seus contemporâneos, aconselhando leituras e constituindo um espaço de debate sobre questões candentes como a posição do artista em sociedade, a finalidade da crítica” (Rocha:1985:107).

Sinal dos tempos, esta última revista vai progressivamente abandonar a crítica de arte e dirigir-se quase exclusivamente à intervenção política.

Já a revista *Vértice*, editada entre 1942 e 1986, se destaca no jornalismo cultural por versar sobre artes plásticas e literatura neo-realista, além de oferecer grande enfoque a artigos sobre História de Portugal e o papel do país no mundo, evocando um destino nacional e relacionando este com uma cultura originariamente portuguesa - à imagem do que tinha feito Fernando Pessoa na sua obra - que poderiam colocar novamente o país como referência mundial. Contudo, esta intenção tinha velados objectivos políticos, em particular a democratização do regime e a necessidade de levar a cultura a uma sociedade imersa em conservadorismo e obscurantismo: assim, a *Vértice*,

“publica poesia (dos neo-realistas...de surrealistas, de poetas puros e ainda dos poetas resistentes), prosa, crítica de livros, de cinema, de bailado, de música e de teatro (...) textos de divulgação ideológica e de doutrinação estético-literária” (1985: 522). Até ao 25 de Abril de 1974 estes serão os espaços culturais mais importantes do jornalismo cultural em Portugal, a que se juntam também a revista *Flama* e o *Século Ilustrado*, este último um suplemento cultural (Maia e Carmo, 2006: 6, Moreira; 2015: 31-33).

Com a instauração da Democracia surgem novas necessidades: passando a cultura a ser vista como vector da instrução do povo, são realizadas campanhas de dinamização cultural, programas televisivos de formação intelectual, e um tipo de jornalismo cultural que associa a cultura à intervenção política. A transformação potenciada pela Democracia também permite que surjam verdadeiras indústrias culturais em Portugal:

“surgiu o chamado jornalismo cultural em ligação estreita com o

desenvolvimento da indústria cultural... Encontravam mercado crescente os seus produtos e os *mass-media* arregaçavam as mangas, apropriaram-se dessa nova fatia do espaço público. A expansão da instituição escolar (...) ampliaram os auditórios em torno da televisão e da rádio, dos espectáculos (cinema, música, teatro) e das exposições, dos variados festivais, congressos e encontros, da edição e comércio de livros, discos, vídeos. Inferir-se-á que o novo jornalismo cultural passou também a ser encarado como uma indústria cultural” (A. Mota *apud* Carmelo; 2021: 113-114).

Em igual sentido, Santos Silva afirma que

“as manifestações culturais explodiram após o 25 de Abril, até então reprimidas (...) foi neste período que eclodiram as indústrias culturais em Portugal, e os anos 80 do século XX são palco de uma crescente segmentação e especialização nos *media*, aparecendo nesta altura jornais e revistas dedicadas à cultura” (2009: 94).

Esta especialização e segmentação dos *media* traduziu-se na fundação de um novo tipo de jornalismo cultural, ilustrado pelo aparecimento do *Se7e* e do *Blitz*, vocacionado para as subculturas, usando a crítica musical para trazer para o país novas tendências musicais da Europa anteriormente excluídas pela ditadura - como a cena *new wave* e *punk-rock* – dirigidas a um público mais jovem: “se, por um lado, o *Se7e* redigia o primeiro cartaz exaustivo de tudo quanto se passava a nível cultural do país, o *Blitz* acompanhava o desenvolvimento cultural que se ia desenrolando principalmente no campo da música alternativa” (Moreira; 2015: 34). Em igual sentido, e de acordo com Santos Silva, “Os semanários *Se7e* e a *Blitz* são os jornais emblemáticos dessa altura, não só (...) acompanhavam a cena artística portuguesa, como criavam tendências e vanguardas” (Santos Silva; 2009: 94).

A década de oitenta também ficou marcada pela criação do *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, que ainda hoje se publica, referência não só no campo das letras mas em quase todas as expressões artísticas, sendo indicado como um jornal de cultura erudita “(...) que não se define só como literário, que noticia as exposições de pintura, os espectáculos em cena no momento, os livros recém-publicados, enfim os acontecimentos artísticos do presente ou dum passado recente” (1985: 25). Contando já,

em meados da década, com uma circulação de 30.000 exemplares por número (Rocha; 1985: 193), estabeleceu-se ao longo dos últimos quarenta anos como uma das maiores marcas do jornalismo cultural feito em Portugal, seja devido à sua longevidade, seja dado o prestígio do seu director José Carlos Vasconcelos, seja finalmente pelo seu profundo conhecimento do meio cultural português

De acordo com Santos Silva, “o JL aposta no tratamento da cultura dita superior. Com um enfoque muito grande na literatura e na educação, esta publicação destina-se a um público muito segmentado, interessado somente na cultura superior” (2009: 98). Iniciada ainda em meados dos anos oitenta, esta tendência de segmentação de públicos do jornalismo cultural acentua-se no final da década com o surgimento de jornais que se especializam em assuntos como a economia, o desporto ou a cultura: “a partir daqui, verificou-se um alargamento da informação cultural aos jornais generalistas, inscrito numa tendência de segmentação dos *media* (surgiram nessa época as primeiras editoriais de cultura, a par das de economia ou desporto)” (Carmo; 2006 *apud* Franco; 2013: 39).

Assim sendo, os jornais generalistas de qualidade criaram suplementos culturais que se mantiveram por muitos anos como exemplos do jornalismo cultural feito em Portugal: o Expresso editou ininterruptamente o suplemento cultural Cartaz desde 1980, tornando-o um caderno autónomo em 1988; o Diário de Notícias editou o DNA; e o Público editou três suplementos distintos e especializados denominados *Sons, Artes e Leituras*. (Moreira; 2015: 36-37). É, então, este o cenário do jornalismo cultural português no final do século XX, contexto em que surge a sociedade em rede e, e com ela, novas dinâmicas da *internet* que alteram o panorama da comunicação social, incluindo o do jornalismo que se dedica exclusivamente à cultura.

3.2-A sociedade em rede, os novos *media*, e a digitalização do jornalismo cultural.

O final da década de noventa do século XX assistiu à disseminação e proliferação do número de utilizadores da *internet*, contribuindo para a intensificação dos processos da globalização e para a transformação dos modos de vida das sociedades contemporâneas. Para este contexto foi definido por Castells o termo *sociedade em rede*, aquela que se caracteriza por um elevado número de indivíduos com ligação à *internet*, e cujo estilo de vida é dominado pelo *online*, trazendo alterações profundas

para a comunicação entre indivíduos, povos e países (Castells; 2001, Castells; 2002, Cardoso; 2005, Cardoso; 2006, Benkler; 2006). Nas palavras de Castells,

“a internet e as tecnologias digitais transformaram os processos de trabalho dos jornais e dos *mass-media* na sua globalidade. Os jornais tornaram-se organizações internas em rede, globalmente conectadas a redes de informação na *internet*. Além disso, a componente *online* dos jornais produziu sinergias com outras organizações de *media*” (2009: 65).

Também Santos Silva afirma que a sociedade em rede, a adopção de tecnologias de informação e comunicação, a digitalização da informação e a emergência da Web 2.0 transformaram a realidade dos jornais, incluindo o jornalismo cultural: “particularmente no ambiente digital nos últimos vinte anos, a configuração do jornalismo cultural no que concerne ao seu modelo de negócio e modelo editorial sofreu grandes transformações” (Santos Silva; 2015: 43). Uma das novas variáveis é a dupla condição dos utilizadores da *internet*, simultaneamente consumidores e produtores de conteúdos, fazendo proliferar a informação disponibilizada *online* através da chamada cultura de convergência de que fala Henry Jenkins (2006), ou seja, o “(...) poder que os cidadãos hoje têm para produzir conteúdos” (Santos Silva; 2015: 81) que concorrem directamente com o jornalismo cultural tradicional: “se, antes, a comunicação da cultura era basicamente o jornalismo cultural, a transformação digital alargou esta intermediação a qualquer pessoa ou instituição que queira produzir ou partilhar conteúdos culturais” (Santos Silva; 2021: 55). Daqui resultou uma cultura de participação que se traduziu em *sites* pessoais, *blogues*, *podcasts*, aproximando o jornalismo amador do jornalismo profissional no ambiente digital:

“Nos últimos anos, houve uma disseminação de *blogues*, entre os quais muitos com conteúdos culturais. Embora milhares apareçam e desapareçam no mesmo dia, há outros que preenchem lacunas existentes nas páginas culturais dos *media* e que reflectem outras expressões culturais. Não estamos com isto a afirmar que os *blogues* culturais substituem o jornalismo cultural...mas muitos dão hoje um grande contributo para o jornalismo cultural” (Santos Silva; 2009: 102).

Na blogosfera portuguesa pode observar-se desde o início uma aposta muito forte nas publicações de conteúdos culturais em espaços com grande público e notoriedade, como *A montanha mágica*, *Da literatura*, *Sound + Vision*, *Devaneios*, *Indústrias Culturais*, cujos autores têm ou tiveram uma ligação à comunicação social, incluindo como comentadores de assuntos culturais. Sendo na maioria mantidos por pessoas sem carteira de jornalista, a verdade é que estes espaços apresentam textos bem escritos, claros e que traduziam uma cultura moderna, urbana e cosmopolita nas vertentes da literatura, música, artes plásticas ou cinema.

Da oposição entre *media* tradicionais e novos *media*, à semelhança da antiga oposição entre *media* apocalípticos e integrados (Eco; 1987), passamos para um contexto em que os antigos jornais culturais não desaparecem, antes se transferindo para o digital como forma de responder a conteúdos publicados por/em plataformas. Tal é visível nas “sobreviventes” páginas da cultura dos jornais portugueses, a par de alguma remodelação do tipo de jornalismo cultural. Sem qualquer pretensão de exaustividade, é hoje possível encontrar jornalismo cultural no *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, único jornal temático dedicado à cultura (Franco: 2013: 41), nas secções culturais das revistas de notícias *Visão* e *Sábado* (Moreira; 2015: 46), na revista E, suplemento do semanário Expresso, e no suplemento cultural *Ípsilon*:

“distribuído com o Público, todas as sextas-feiras, foca-se nas manifestações artísticas, nas tradicionais dimensões da cultura, em entrevistas e *reviews*. A sua primeira edição foi em 12 de Fevereiro de 2007 e substituiu naquela altura, os três suplementos culturais Mil Folhas, Sons e o Y” (Santos Silva; 2015: 255).

As actuais secções de cultura dos jornais portugueses apresentam ainda novas tendências, explorando novas áreas e incluindo nas suas páginas assuntos como moda, gastronomia, *design*, lazer e turismo, e estilos de vida, o que indica preocupação pelos interesses pessoais dos leitores vistos também como consumidores, assim traduzindo uma aposta pelas publicações na cultura de consumo; em sentido inverso, estas tendências podem revelar alguma desvalorização da alta cultura das artes e letras.

Capítulo 4. Metodologia e Técnicas de Investigação.

Seguindo as palavras de Fairclough: “o que distingue a transdisciplinaridade, é que juntando as disciplinas e as teorias com o intuito de fazer investigação, é possível ver o diálogo entre elas, como fonte do desenvolvimento teórico e metodológico de cada uma delas” (2013: 12). Assim, e para corresponder aos objectivos desta investigação e responder às questões de partida, foi primeiramente realizada uma revisão da literatura científica, sobre o género específico do jornalismo cultural nas suas diversas realidades e no contexto sociológico e cultural onde é desenvolvido, o que implicou a consulta de teses académicas (mestrado e doutoramento), *working papers*, artigos científicos, e (capítulos de) livros. Tal revisão constitui

“um termo genérico que compreende todos os trabalhos publicados que oferecem um exame da literatura abrangendo assuntos específicos. É possível encontrar diversos artigos de revisão de literatura que apresentam diferentes abordagens para as diferentes etapas do desenvolvimento desse trabalho” (Galvão e Ricarte; 2019: 58).

Constituindo um “(...) levantamento bibliográfico que tem por finalidade levantar todas as referências encontradas sobre um determinado tema (...) em qualquer formato (...) enfim tudo o que possa contribuir para um primeiro contacto com o objeto de investigação” (Cervo, Bervian; 2002 *apud* Botucatu; 2015:2), permite estabelecer contacto com referências bibliográficas úteis para elaborar um trabalho.

A par desta revisão, muita da documentação assim descoberta foi submetida a análise documental, “uma metodologia que possibilita ao investigador recolher tudo o que já se produziu sobre o tema tratado” (Piana; 2009 *apud* Zacarias: 2016: 7), decisiva para o desenvolvimento de um pensamento organizado cronologicamente, em função da evolução histórica conhecida pelo campo do jornalismo cultural em particular:

“estudos baseados em documentos como material primordial, sejam revisões bibliográficas, sejam pesquisas historiográficas, (permitem uma intervenção pelo investigador), organizando-os e interpretando-os segundo os objetivos da investigação proposta. (...) precisam ser encontrados, extraídos das prateleiras, receber um tratamento que, orientado pelo problema proposto

pela pesquisa, estabeleça a montagem das peças, como num quebra-cabeça” (Pimentel, 2001: 180).

Método com raízes multidisciplinares, “a análise de discurso baseia-se na assunção que a linguagem é uma parte irreduzível da vida social, dialecticamente ligada com outros elementos da vida social (...)” (Fairclough; 2003: 2). Se “a análise discursiva (...) coloca a questão de como analisar a cultura por dentro, fornecendo ao analista cultural um objecto concreto de investigação, o texto” (Chouliaraki; 2008: 1), faz sentido ter presente que “a noção de crítica (...) inerente ao programa da análise de discurso crítica, pode estar presente na crítica literária (...)”, o que implica “incorporar os dados no seu sentido social” (Wodak; 2001: 9).

Atendendo a que Hall definiu que a recepção das mensagens construídas pelos meios de comunicação social é activa, sendo estas decifradas de maneiras distintas em função dos valores dos indivíduos (Hall; 2005: 117-118, Turner; 2005: 73, Maingueneau; 1998: 20), torna-se relevante convocar o conceito de intertextualidade, termo cunhado por Kristeva nos anos 60 que se refere às relações entre diferentes textos. Assim, o significado de um texto científico ou literário está sempre radicado nos textos que o precederam dentro do mesmo género: “o discurso usado como interacção é sempre histórico, e conectado sincronicamente e diacronicamente com outros eventos comunicativos que acontecem ao mesmo tempo, ou anteriormente (...)” (Wodak; 1999: 187).

Contudo, veio a demonstrar-se mais adequado à efectiva disponibilidade de tempo para a prossecução deste trabalho o recurso alternativo a análise de conteúdo, dado permitir “(...) um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e mais adaptável» (Dantas, 2016: 270). Processo de colheita e análise de dados provenientes de fontes tão diversas como textos literários ou notícias, e preferencialmente sob a forma de texto ou imagem, foi inicialmente aplicada no trabalho Harold Lasswell em 1927 de abordagem da propaganda política difundida pelos media, e consagrada a partir do Congresso de Alberton House de 1955 (Krippendorff, 1990; Vala, 1986). Facilitando a compreensão do tratamento na cobertura mediática, designadamente ao nível do destaque dado aos aspectos considerados mais pertinentes nas peças submetidas a escrutínio, este tipo de análise permite igualmente desconstruir o conteúdo noticioso, oferecendo em simultâneo resposta às perguntas de partida formuladas.

4.1-Critérios de selecção de jornalismo cultural

Por imperativos da dimensão desta investigação foram estabelecidos alguns critérios de definição da matéria alvo de análise ilustrativa: órgãos de comunicação social escrita, de publicação regular, média a larga circulação, venda em banca e ainda em actividade. Tal conduziu-nos aos meses de Primavera e Verão, período em que o jornalismo cultural tem mais actividade, com mais concertos, espectáculos, eventos e encenações teatrais. Assim, e para efeitos de ilustração das temáticas discutidas anteriormente, foram seleccionadas duas edições de jornais culturais portugueses, um com formato de jornal cultural clássico - o *Jornal de Letras, Artes e Ideias* - e um suplemento cultural de um jornal generalista de grande circulação - o suplemento *Ípsilon*.

Para órgãos de comunicação social *online* o critério seguido incluiu a geração de uma lista de publicações de acordo com os princípios e objectivos da investigação, tendo sido seleccionados dois títulos: a *Artecapital*, especialista em temas de arte e cultura contemporânea de periodicidade diária; e a *Bica*, revista *online* mas com publicação em papel de tiragem muito limitada e venda em banca, que explora temas culturais em todas as artes, das clássicas à popular. Deve, contudo, ser referido que não foi fácil encontrar jornais culturais *online* portugueses de publicação periódica. O jornalismo *online* tem obviamente custos associados, por ser em muitos casos totalmente gratuito, e reduzida a sua penetração na *internet* bem como a receita publicitária daí decorrente à luz de um contexto comunicacional fortemente competitivo.

Capítulo 5. Análise e discussão de resultados

O primeiro artigo que nos propomos analisar é do *Jornal de Letras Artes e Ideias* de 15 de Junho, com chamada de capa, que aborda um projecto de cariz académico e artístico de reflexão sobre as memórias do passado colonial europeu em África. À apresentação de tal projecto é atribuída a intenção de transmitir a novas gerações um enquadramento do colonialismo de um ponto de vista multicultural, tipicamente moderno e tendo em vista as dinâmicas da globalização, apelando à integração de todas as etnias e ao combate ao racismo enquanto construção ideológica e discursiva, em linha com Wodak:

“a construção discursiva de *nós* e *eles* dá azo à fundação de preconceitos, e de percepções e discursos racistas. Esta construção discursiva começa com a colocação de um rótulo nos atores sociais, e procede com a generalização de atributos negativos, elaborando argumentos para justificar a exclusão de alguns e a inclusão de outros” (2007: 205).

A escolha de lugares-comuns atribuindo características negativas ao outro e enaltecendo os atributos do grupo interno é uma estratégia discursiva que serviu os interesses das potências coloniais ocidentais, tendo a defesa do colonialismo sido promovida pelas potências ocidentais e respectivos meios de comunicação social até há algumas décadas, conotando-as com a opressão e o colonialismo referidos amiúde no texto. As lutas ideológicas que presidiram às guerras coloniais parecem ser agora confrontos mais ténues, razão por que o racismo não é percebido da mesma forma do passado: “nós também podemos ter conhecimento ideologicamente baseado, mas frequentemente esse conhecimento será tratado por pessoas de outros grupos ou de outras comunidades como mera crença, preconceito ou superstição, como acontece com as crenças racistas na superioridade branca” (Van Dijk; 2005: 17).

É, assim, contra o zelo de defender o colonialismo nos órgãos de comunicação social do passado que o projecto se faz hoje, redefinindo as dimensões políticas do centro e da periferia e dando azo a que as populações nos países africanos que resultaram das lutas pela independência obtenham direitos e um nível de vida mais próximos dos europeus. A questão centro-periferia também ganha outros contornos, principalmente a nível da arte e da cultura, pois agora é possível observar uma cultura

africana que deixou de ser subjugada e passa a ser dominante nos países da independência, ganhando também outra relevância no ocidente, seja através de música de expressão africana (como o Jazz, Samba, Reggae, Blues) ou da literatura dos PALOP, disseminada em Portugal.

O jornalismo cultural praticado no JL parece, assim, quase académico, algo só possível devido à associação que tem com intelectuais, professores e escritores que não só redigem colunas de opinião como também artigos noticiosos. A linguagem usada faz dele um fórum cultural em linha com a escola de Frankfurt: o conteúdo apresentado é tratado de forma algo elitista, próximo do preconizado igualmente pelo poeta T.S Eliot (1948), o que talvez se deva à natureza de nicho, muito especializada do seu público. Ainda que tenha em vista o mercado, não se cinge exclusivamente à necessidade de vender, mantendo conteúdos que podem não seduzir todos os públicos.

De todas as edições analisadas neste trabalho, impressas e *online*, o JL é aquela que apresenta um maior conhecimento do mundo cultural e das ideias, constituindo-se como o maior divulgador de autores portugueses e internacionais. Em comparação com o jornalismo cultural *online*, os seus textos noticiosos são assinados por jornalistas e intelectuais consagrados e, também por isso, mais longos e detalhados. Neste caso o jornalismo cultural é feito também por autores ligados ao mundo da cultura e professores das vertentes das ciências sociais e das artes, bem como críticos de arte.

O **segundo** artigo a ser alvo de análise pertence à edição do *Ípsilon* de 20 de Maio de 2022, igualmente com chamada de capa, e refere-se a uma grande entrevista com o escritor luso-americano Richard Zenith, biógrafo do poeta Fernando Pessoa. Comparativamente menos elitista, abrange também a cultura popular, o que se deve ao facto de ser o único suplemento do Público que aborda a cultura e, como tal, contemplando um conjunto extenso de artes. Focando-se no livro agora editado sobre a vida de Fernando Pessoa, o artigo aborda temas como a literatura, história e estética de modo algo elitista, o que não costuma ser apanágio deste jornal.

Feito um périplo pela vida e movimentos artísticos onde Pessoa se enquadrou, contextualizando-o historicamente, Pessoa é apresentado como uma referência da literatura internacional influenciado por múltiplos escritores, assim tendo enfrentado a pressão de ser comparado a quem o antecedeu - no caso, Walt Whitman, Cesário Verde e também do seu amigo e colega Mário de Sá-Carneiro. Nomeado como um dos grandes nomes do modernismo europeu, ao nível do contributo de Marcel Proust, T.S Eliot, ou Thomas Mann para a renovação do campo literário, Pessoa é igualmente comparado a

James Joyce e Ezra Pound.

Sem prejuízo de ter concebido algumas das mais importantes obras literárias do modernismo universal, Pessoa foi também um poeta popular, tendo escrito no formato quadra popular, competindo com o poeta António Aleixo, seu contemporâneo. Por outro lado, esta entrevista propõe uma nova recepção da obra poética de Pessoa, convidando o leitor a explorar a obra aos olhos do século XXI: como escreve Jauss, “isto tem consequências para a dimensão social da literatura e arte no que respeita à recepção, que se limita à função secundária de apenas permitir que uma realidade previamente conhecida seja novamente reconhecida” (1982: 14).

Da análise realizada resulta a confirmação de que o *Ípsilon* também aborda conteúdos culturais eruditos para além daqueles de vertente tendencialmente popular. A abordagem de um dos símbolos da alta cultura portuguesa, o escritor Fernando Pessoa, parece provar que, apesar de se aproximar mais do tipo de “*lifestyle media*”, existe ainda muito espaço nas suas páginas para a literatura, o teatro, a música clássica, ou as belas artes, em linha com Santos Silva:

“os suplementos culturais semanais têm um maior tratamento opinativo de sérias questões culturais e literárias. O *layout* é colorido e atractivo com largas imagens e uma capa composta por apenas um tema. Alguns suplementos culturais tradicionais evoluíram como guias urbanos, seguindo a crescente relação da cultura com o consumo e *lifestyle*”(2015: 55).

A chamada de capa pode, ainda, constituir sintoma de um certo ascendente da literatura portuguesa erudita no *Ípsilon*, suplemento no qual as fronteiras da arte e do entretenimento são mais ténues que no caso do JL.

Fértil tanto em crítica de cinema como de música ligeira, no *Ípsilon* o cinema de Hollywood tem o mesmo tratamento pelos críticos residentes do jornal que o cinema europeu, acolhendo diversidade de géneros musicais da música alternativa, à música do mundo. A ideologia da crítica consagrada às artes neste jornal tem pouca relação com a escola de Frankfurt pois a redacção do *Ípsilon*, ao contrário da do JL, é composta por jornalistas profissionais do ramo cultural, mas não escritores nem intelectuais famosos. Assim, o *Ípsilon* apresenta-se como um tipo de jornalismo cultural mais dinâmico, e também mais abrangente, reconhecendo nas suas páginas formas de arte potencialmente excluídas de outros títulos por serem mais comerciais e populares. Apontado

principalmente, mas não exclusivamente, a um público mais jovem, urbano e cosmopolita, que procura a cultura de consumo, e que quer adquirir cultura de forma rápida e fácil, aproxima-se mais das características do jornalismo cultural *online*, cobrindo os mesmos temas.

O **primeiro** artigo *online* objecto de análise pertence ao *ArteCapital* do dia 29 de Junho de 2022, e aborda um filme de Hollywood, em contraciclo com a habitual prática de textos dedicados às artes plásticas: “Velvet Goldmine”, um musical norte-americano. Ao contrário do que poderia ser esperado da produção de entretenimento de massas, ou seja, imediatamente compreensível para um largo número de pessoas (Monaco; 2000: 228), “Velvet Goldmine” remete para a obra do escritor Oscar Wilde, relacionando-se com movimentos artísticos decadentistas, a contra-cultura, e a crise de identidade dos indivíduos.

Se “a análise é uma actividade que prescrua um filme ao detalhe e tem como função maior aproximar ou distanciar os filmes uns dos outros, oferece-nos a possibilidade de caracterizarmos um filme na sua especificidade ou naquilo que o aproxima de um determinado género” (Penafria; 2009: 4-5), resulta da apresentação deste filme nas páginas desta publicação um foco em personagens em aprendizagem na transição para a vida adulta, no contexto de tumultos políticos e sociais – como os movimentos pacifistas e dos direitos civis nos EUA.

Através da exploração cinematográfica da cena artística de então, a descrição do filme considera-o capaz de abarcar diversos períodos de decadência do mundo da arte, do auge do *rock* nos anos setenta à Paris da *Belle-epoque* e à Berlin moderna da república de Weimar. “Velvet Goldmine” é igualmente promovido como um estudo sobre o fim do género musical hegemónico durante a segunda metade do século XX, ou seja, o fim da transgressão da ordem, e a transição de um mundo de liberdade total para o mundo ordeiro do Thatcherismo dos anos 80, conservador e regrado.

Tal como o nome indica, *Artecapital* remete para *Arte* com A maiúsculo, no sentido em que se debruça sobre as artes plásticas, e *Capital*, ilustrando o local onde tendencialmente se expõem e produzem as artes, ou seja, as capitais dos grandes países em que se situam os centros culturais. Contudo, este jornal cultural não se preocupa apenas com as obras de arte mais cotadas a nível mundial, sendo dedicado a toda ela, o que inclui grandes nomes mundiais inseridos no circuito mundial mas também pequenos autores e nomes de artistas desconhecidos, que necessitam de divulgação principalmente em Portugal. Em paralelo, mesmo quando invocada para designar alta

cultura, a Arte também é comércio, razão pela qual a *Artecapital* é uma exposição de arte *online* onde a crítica, o ensaio e a entrevista assumem um lugar de relevância. Sendo um périplo pelas artes, também dá destaque à música, teatro e cinema, visível na análise realizada. Em suma, o tipo de jornalismo cultural *online* analisado neste caso parece ser caracterizado por textos curtos, assinados por jornalistas desconhecidos ou por convidados, dando-se destaque ao cartaz cultural e ao anúncio de exposições, mas também à opinião, onde a cultura erudita tem expressão.

O **segundo** artigo noticioso *online* alvo de análise é do jornal cultural *Bica* do dia 9 de Junho de 2022, e tem como tema de fundo a pintora portuguesa Paula Rego, destacada logo no respectivo título, sendo indicado no *lead* que a artista será homenageada num filme realizado pelo seu filho a exhibir no canal *Filmin* aquando da celebração do dia 10 de Junho, dia de Portugal.

Apresentada como um ícone do Portugal democrático e onde pontifica a liberdade, em contraponto ao autoritário e tradicionalista, Paula Rego combateu o patriarcalismo ao longo da sua vida, fazendo a defesa dos direitos das mulheres, designadamente no que diz respeito ao aborto a cujo tabu tentou pôr fim, razão pela qual a sua obra é considerada símbolo do feminismo.

Considerando que “o poder disciplinar está preocupado, em primeiro lugar, com a regulação, a vigilância e o governo da espécie humana ou de populações inteiras, e em segundo lugar do indivíduo e do corpo” (Hall: 2006: 42-43, Foucault; 1997), a peça elabora que, ao não conceder o direito à prática do aborto às mulheres, o Estado está não apenas a discriminar a Mulher mas também a controlar o seu corpo. Pela combate a práticas como esta, a artista é, então, colocada no mesmo patamar de outras escritoras e artistas feministas⁴ internacionais, como Virginia Woolf e Simone de Beauvoir (1997), e a sua obra elogiada enquanto recusa de uma misoginia sentida inclusivamente no mundo das artes.

No artigo noticioso é possível identificar as razões que levaram a pintora a emigrar para Inglaterra, em particular o facto de o seu pai lhe ter dito que Portugal não era um bom país para as mulheres. Paula Rego viveu muitos anos em Londres, e esta

4O feminismo é um movimento político e social, que ganhou notoriedade durante os anos sessenta do século XX, associando-se a outros movimentos sociais, e faz a defesa dos direitos das mulheres enquanto grupo social. Nas palavras de Teun van Dijk “calcula-se que cada grupo, tendo em conta os seus próprios interesses, proceda a uma selecção destes valores e os organize, hierarquicamente, de acordo com a importância de que, para ele, se revestem, em função da posição social que o grupo ocupa e dos objectivos que pretende alcançar. Por exemplo as feministas podem realçar o valor da igualdade” (Van Dijk; 2005: 142).

cidade inglesa, vista como urbana, desenvolvida e cosmopolita, é apresentada enquanto oposto de Portugal nos anos cinquenta e sessenta do século XX, ou seja, conservador, retrógrado e pouco desenvolvido.

Por outro lado, o multiculturalismo londrino é também apresentado como o palco que fez reflectir na sua obra o universalismo e cosmopolitismo característico do mundo das artes e de artistas de grande valor. Expressando igualmente as preocupações e anseios do indivíduo enquanto sinal da ebulição em que as sociedades modernas se encontram, Rego é descrita como promotora de uma visão da arte e da cultura como refúgio, recentramento e forma de combater a alienação individual, espaço de renascimento e salvação, perante uma sociedade à beira da pós-modernidade, alvo de rápidas transformações sociais e políticas, e local do colapso da ordem natural e tradicional:

“um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX (...) fragmentando as paisagens culturais de classe, género, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade...” (Hall: 2006: 9).

Na pintura o artista assume várias identidades signo da pós-modernidade, fragmentando o seu eu e apresentando-se em múltiplos palcos (Deleuze e Guattari; 2005): “o enunciado não é manifestado apenas verbalmente, o que significa que para Bakhtin, o texto não é exclusivamente verbal, pois é qualquer conjunto coerente de signos, seja qual for a sua forma de expressão (pictórica, gestual)” (Fiorin; 2011: 30). A sua lógica de observação do mundo é também diferente da do racionalismo: o sonho e o inconsciente passam a ser plasmados nas artes plásticas, sendo a intertextualidade da sua obra visível na sua busca pela essência da arte, em ligação com a de outros artistas de séculos passados, como Bosch ou Orwell.

Relativamente ao jornal cultural “Bica” deve dizer-se ser de todas as publicações analisadas neste trabalho a que mais se aproxima de “*lifestyle media*”, um “tipo de jornalismo (...) produzido sob várias etiquetas” (Fursich; 2012: 13) que apresenta uma relação com a sociedade de consumo, em que cada leitor é visto como um consumidor enquadrado por um sistema económico capitalista. É ainda um tipo de jornalismo cultural relativamente recente, em que o *marketing* e a publicidade estão muito presentes, e em que as empresas também têm papel de destaque. Em paralelo, este tipo

de jornalismo mais vocacionado para o consumo permite gerar mais receitas de publicidade e uma maior abrangência de públicos, aumentando a circulação. No entanto, alguns autores argumentam que

“no jornalismo contemporâneo as fronteiras entre jornalismo *lifestyle* (jornalismo sobre moda, comida e psicologia), jornalismo cultural (como jornalismo sobre cinema, música e teatro) e jornalismo de consumo (como jornalismo sobre carros, tecnologia e viagens) estão a esbater-se” (Kristensen; 2012: 1).

Da consideração das catorze edições do jornal cultural “Bica”, com publicação em banca com curta tiragem e disponíveis na íntegra no seu site, concluiu-se privilegiar a cultura urbana e cosmopolita, mesclando a crónica, a opinião e a entrevista com perspectivas sobre bandas, personalidades ou mesmo cidades. Tendo editado alguns números com temas centrais que perpassavam quase todas as duzentas páginas do jornal, está hoje mais reduzido a um cartaz cultural, mas no qual é ainda possível explorar alguns artigos sobre pintura (do qual foi extraído o artigo alvo de análise), cinema, teatro ou música, o que indica que o jornalismo de consumo pode estar conciliado com artigos de excelente qualidade sobre cultura.

Capítulo 6. Conclusão

Chegados ao fim desta investigação cabe agora fazer uma reflexão sobre a ideia da cultura, bem como relativa à influência de algumas escolas de pensamento sobre o género do jornalismo cultural. Em primeiro lugar, parece que as teorias da cultura consideradas influenciam a natureza do jornalismo cultural em Portugal, por vezes um reduto de intelectuais e jornalistas com uma cultura conservadora, de bases canónicas e elitista: “a ideologia do jornalismo cultural se tornou eclética e relativista, para não dizer errática” (Frias Filho; 2000 *apud* Nunes; 2003: 17). O jornalismo cultural português (e não apenas português) aparenta conservar nos seus textos uma desconfiança relativa à cultura de cariz mais popular:

“argumenta-se que o jornalismo cultural está por demais associado à ideia elitista e academista da cultura, envolvendo interesses e se distanciando da avaliação isenta dos produtos culturais. E vai além, reconhece o conteúdo elitista prevaemente em alguns veículos...”(Castelo Branco *et. al*; 2006: 8-9).

Tal parece ser o tratamento dado à cultura no *Jornal de Letras Artes e Ideias*, sem que isto signifique que o jornalismo cultural português seja, na sua globalidade, elitista, conservador e tradicional. Relativamente aos restantes jornais culturais analisados, não foram encontrados indícios de discurso elitista e conservador, apesar da proximidade dos conteúdos do *Artecapital* ao mundo das artes plásticas (Becker; 1982; Bourdieu; 1993). O *Ípsilon* parece constituir um exemplo de um jornal em que a cultura popular é destacada ao mesmo nível que as artes plásticas ou a alta literatura, e o *Bica* um exemplo de jornalismo de consumo e estilos de vida.

A primeira questão de partida levantada no âmbito desta investigação relacionava-se com a crise no jornalismo, e as possíveis consequências que teria para o jornalismo cultural. Ainda que existam opiniões divergentes quanto a essa crise, são maioritários os autores que defendem que o jornalismo cultural realmente atravessa uma crise, designadamente dada “a diminuição do número de páginas dedicadas à cultura, e a perda de críticas, com a sua ausência das capas dos jornais” (Santos Silva; 2015: 60). Outros advertem que “o contexto da crise financeira das empresas de jornalismo favoreceu textos informativos afinados com a agenda da indústria e da televisão, em vez

da crítica e aspectos analíticos de assuntos culturais e artísticos” (Golin e Cardoso; 2009: 72), e que essa crise surgiu em recentes “discussões que destacaram a crise da tradição estética dentro do jornalismo cultural, proclamando um declínio na quantidade e significância de crítica séria, reflectindo em primeiro lugar um aumento progressivo do entretenimento e de aspectos comerciais” (Jaakkola; 2012: 482).

Em sentido paralelo, Faro considera também que existe uma crise no jornalismo cultural, argumentando que “o sentido de urgência do noticiário cultural, as pressões do mercado e até mesmo a pouca qualificação dos jornalistas para cobrir a área, acabam funcionando como elementos que criam empecilhos para a qualidade da sua produção” (2014: 10-11), enquanto outros explicam que a crise resulta do facto de os

“jornalistas culturais serem gradualmente mais treinados em jornalismo, media e comunicação, e menos em artes e letras, e pela perda de autonomia dos departamentos de cultura no seio dos jornais. Por essas razões fala-se na marginalização da lógica da estética e de uma crise no jornalismo cultural” (Kristensen e Hovden; 2021: 692-693).

Também investigadores Hellman e Jaakkola explicam que

“em paralelo com o debate generalizado sobre a crise no jornalismo, as páginas de arte também são alvo de uma controvérsia pública e profissional. Tendo-se observado que a maioria dos jornais estão a publicar menos artigos sobre artes e cultura. As histórias também se tornaram mais curtas e grande parte delas é atribuído a *freelancers* ou a agências de notícias” (Hellman e Jaakkola; 2011: 784).

Percebe-se ainda que

“a mudança das autonomias e a transformação do ambiente, estão ligadas à noção de crise permanente. A crise pode de facto ser considerada como um elemento constitutivo do jornalismo cultural, na medida em que implica uma luta pela autonomia das artes e do jornalismo” (Jaakkola; 2015: 129).

Em divergência daqueles autores, alguns argumentam que essa crise pode ser

contestada, o que a revisão da literatura fez questão de salientar:

“apesar das secções culturais dos jornais virarem-se para a popularização, a ideia que há menos espaço dedicado ao jornalismo cultural é falsa. Nós observámos que a quantidade de cobertura cultural aumentou genericamente, e as secções culturais que se moveram para o fim dos jornais não cederam espaço a outras secções como o desporto. Em geral o número de páginas dedicado à cultura aumentou, e dessa forma conclui-se que não existem provas para a crise do jornalismo cultural” (Heikkilla *et. al* :2018: 671, 678-680).

Kersten e Janssen também encontram razões para contestar a crise:

“apesar dos jornais atenderem cada vez mais às necessidades dos leitores focando-se mais na cultura popular, esta tendência não é acompanhada pelo aumento de um tipo de jornalismo associado aos estilos de vida (...) Nestes casos a imprensa aplica os princípios da arte ao que é a chamada cultura popular, ajudando à sua diferenciação e legitimando-a” (Kersten e Janssen; 2017: 841).

A segunda questão de partida que orientou esta investigação foi perceber se existiam diferenças entre o jornalismo cultural impresso e o jornalismo cultural *online*. Esta pergunta não pode ser respondida sem perceber a revolução digital que ocorreu nos *media* nos últimos anos: “outra das problemáticas do mundo digital prende-se com a mudança de paradigma e as alterações do papel a desempenhar pelos jornalistas” (Santos Silva; 2015: 87 *apud* Robert; 2018: 15). Os jornalistas culturais têm de se habituar ao mundo *online*, e

“escolher o formato que convém a uma certa história (multimédia) considerar opções para o público poder responder, interagir ou mesmo alterar certas histórias (interactividade) e ligar artigos noticiosos com outros artigos (hipertextualidade)” (Deuze; 2003: 206 *apud* Santos Silva: 2015: 101).

Salaverría reforça este argumento, dizendo que “compor eficazmente uma mensagem multimédia implica coordenar tipos de linguagem ou formatos que se manipulavam em separado” (Salaverría; 2014: 32 *apud* Robert; 2018: 11). Ainda segundo este autor “a inclusão do hipertexto e de elementos multimédia e interactivos é um sinal de inovação para o jornalismo num ambiente digital” (Salaverría; 2015: 517 *apud* Santos Silva; 2015: 101).

Nos dois jornais culturais *online* que constituíram parte do objecto de estudo desta investigação verificou-se que a composição dos artigos era muitas vezes feita por jornalistas não profissionais e mesmo por convidados amadores. Isto indica que o jornalismo cultural *online* implica uma redefinição da função de *gatekeeper*, incluindo assim mais vezes a opinião do público e permitindo que este participe na redacção do jornal. Assim, “as discussões *online* sobre artes e cultura vão ressoar na esfera pública cultural, e dessa forma esta pode oferecer um espaço teórico fértil para a análise de produtos culturais feitos por pessoas comuns que dominam a crítica *online*” (Kammer; 2015: 878).

A gratuidade do jornalismo cultural *online* analisado é outro dos factores de diferenciação dos dois tipos de jornalismo, e que poderá implicar um redimensionamento do modelo de negócio tradicional do jornalismo impresso, a par do facto de que o jornalismo cultural *online* é produzido em competição com outros formatos digitais, como as redes sociais e blogues, também gratuitos: “Isto é o que é referido como *click* jornalismo, ou seja, os editores são informados sobre o que está a funcionar ou não, através do número de *clicks* em artigos das edições digitais” (Riegert *et. al*: 2015: 783).

Ainda relativamente à crise que segundo alguns autores toca profundamente o jornalismo cultural, deve dizer-se que foram adoptadas algumas estratégias para a superar:

“no meio do declínio os jornais procuraram estratégias para atrair novas audiências. O aumento do interesse em produtos culturais diversos e para o consumo de cultura traduziu-se numa nova tendência nos jornais. Desde os anos 90, que se deu um aumento das secções especiais, temáticas e mensais que cobrem mais tópicos, os suplementos são uma dessas mudanças mediáticas” (Heikkila *et. al*: 2018: 672).

Esses suplementos e secções especiais podem ser de cariz cultural, e podem surgir tanto em jornais generalistas como no jornalismo especificamente cultural. O facto de hoje as sociedades serem cada vez mais sociedades de consumo, em que os indivíduos têm interesses pelos mais diversos temas, deu azo a novas tendências dentro do jornalismo cultural. Este tipo de jornalismo transformou-se e hoje, tendo como exemplo o jornalismo *lifestyle*, pode abordar temas como economia, desporto, automóveis e lazer, atingindo públicos anteriormente excluídos de um jornalismo cultural mais tradicional.

Outra das estratégias de combate à crise foi marcar presença no mundo digital: nos casos de estudo apresentados para o sector *print*, tanto o *Jornal de Artes, Letras e Ideias* como o *Ípsilon* têm uma edição digital que pode ser acedida através de assinatura paga. Como o objectivo é cativar o público da *internet*, estes jornais também disponibilizam parcialmente nela os seus conteúdos, em que é ainda possível encontrar edições passadas. No que concerne ao jornalismo cultural *online*, o *ArteCapital* é um jornal totalmente gratuito, e por isso depende de outras fontes de financiamento que não as receitas das vendas, tais como a publicidade. O aumento do número de páginas e a edição de suplementos no jornalismo cultural pode também disponibilizar mais espaço para publicidade e assim aumentar as receitas.

Há que referir ainda que se colocam alguns desafios próximos para o jornalismo cultural. Assim, no cumprimento da função deste género de jornalismo encontra-se a necessidade de difundir cultura num mundo cada vez mais consumista, e onde as dinâmicas do mundo do trabalho não permitem que haja tempo para digerir informação cultural, e ainda menos para ler livros ou ver exposições. Estas exigem interesse do público como também conhecimento abrangente sobre as ideias vindas do mundo da cultura, o que obriga o jornalismo cultural a usar as novas tecnologias para superar a crise, divulgar a política cultural, incentivar o espírito crítico, e contribuir para as consciências dos indivíduos esclarecendo-os sobre as questões culturais: resumindo, numa palavra, educar.

Bibliografia

- Albuquerque Maia, Andréa Karinne (2014) *A cultura underground nas páginas do jornalismo cultural*, Mestrado em comunicação e culturas mediáticas, Paraíba, Universidade Federal de Paraíba
- Anchietta de Melo, Isabelle (2010) “Pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura” *Universidade da Beira Interior* pp.1-12
- Appadurai, Arjun (2004) *Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias*, Lisboa, Teorema
- Baudelaire, Charles (1996) *Sobre a modernidade*, Rio de Janeiro, Editora paz e terra
- Baudrillard, Jean (1975) *A sociedade de consumo*, Lisboa, Edições 70
- Bakhtin, Mikhail (1984) *Rabelais and his world*, Bloomington, Indiana University press
- Bakhtin, Mikhail (1997) *Estética da criação verbal*, São Paulo, Martins Fontes
- Barthes, Roland (1999) *Mitologias*, Paris, Siglo Ventiuno editores
- Bauman, Zygmunt (1999) *Modernidade e ambivalência*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor
- Bauman, Zygmunt (2000) *Modernidade líquida*, Rio de Janeiro, Jorge Zohar editor
- Becker, Howard (1982) *Art Worlds*, Berkeley, University of Califórnia press
- Benjamin, Walter (2002) *The Arcades Project*, London, Harvard University Press
- Benjamin, Walter (2004) “The work of art in the age of mechanical reproduction” em Julie Rivkin e Michael Ryan *Literary theory: an anthology*, Oxford, Blackwell Publishing
- Benkler, Yochai (2006) *The wealth of networks: how social productions transforms markets and freedom*, New Haven, Yale University Press
- Bloom, Harold (1997) *The anxiety of influence: a theory of poetry*, Oxford, Oxford University Press
- Botucatu, (2015) “Tipos de revisão de literatura”, *Revista diálogo educacional*, Vol. 14 n. 41 pp.1-9
- Bourdieu, Pierre (1984) *Distinction: a social critique of the judgement of the taste*, London, Routledge
- Bourdieu, Pierre (1993) *The field of cultural production, essays on art and literature*, Cambridge, polity press
- Castells, Manuel (2001) *La galáxia internet*, Madrid, Plaza & Janes editores

- Castells, Manuel (2002) *A era da informação: economia, sociedade e cultura*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian
- Castells, Manuel (2009) *Communication power*, Oxford, Oxford University press
- Cardoso, Gustavo (2005) *Os media na sociedade em rede*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian
- Cardoso, Gustavo (2006) *The network society, from knowledge to police*, Washington, the John Hopkins center for transatlantic relations
- Cardoso, Gustavo *et. al* (2016) *Jornalismo em tempo de crise*, Lisboa, Editora Mundos Sociais
- Carmelo, Luís (2021) “Jornalismo cultural, uma panóptica do nosso tempo” em Jaime Lourenço e Paula Lopes, *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*, Lisboa, NIP-COM Núcleo de Investigação em práticas & competências mediáticas
- Carvalho Félix, Beatriz (2014) *A questão da qualidade na crítica musical online*, Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro
- Castelo Branco *et. al* (2006) “Jornalismo cultural: realidade ou idealização”, *Congresso Brasileiro de Ciências da comunicação*, Vol. 29, pp. 1-15
- Cerigatto, Mariana Picaro (2015) “O papel do jornalismo popular e a relação com a cultura popular”, *Extraprensa (USP)*, Ano IX, nº17 pp. 38-49
- Charaudeau, Patrick (2013) *Discurso das mídias*, São Paulo, Editora Contexto
- Chouliaraki, Lilie (2008) “Discourse analysis” em Bennet T e Frow J *The sage handbook of cultural analysis*, London, Sage Publications
- Corti Basso, Eliane Fátima (2006) “Jornalismo cultural, uma análise sobre o campo”, *Intercom Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares de comunicação*, pp.1-12
- Cuche, Denys (1999) *A noção de cultura nas ciências sociais*, São Paulo, Verbum
- Dantas, Ana (2016), “Análise de Conteúdo: Um caso de aplicação ao estudo dos valores e representações”. *Metodologias de investigação sociológica: problemas e soluções a partir de estudos empíricos*, 261-286, Lisboa.
- De Beauvoir, Simone (1997) *The second sex*, London, Vintage books
- Deleuze, Gilles e Felix Guatarri (2005) *A thousand plateaus, capitalism and schizophrenia*, London, University of Minnesota Press
- Eagleton, Terry (1991) *Ideology, An introduction*, London, Verso
- Eco, Umberto (1987) *Apocalípticos e integrados*, São Paulo, Editora Perspectiva
- Eco, Umberto (1989) *The open work*, Cambridge, Harvard University Press
- Edgar, Andrew e Peter Sedgwick (1999) *Key concepts in cultural theory*, London,

Routledge,

Eliot, T. S (1948) *Notes towards the definition of culture*, London, Faber and Faber Limited

Fairclough, Norman (2003) *Analysing discourse, textual analysis for social research*, London, Routledge

Fairclough, Norman (2013) “Critical discourse analysis” em Gee J.P. e M Handford *The routledge handbook of discourse analysis*, London, Routledge

Faro, J.S (2014) *Apontamentos sobre jornalismo e cultura*, Brasil, Editora Buqui

Featherstone, Mike (1994) *Consumer culture and postmodernism*, London Sage

Fiorin, José Luiz (2011) *Introdução ao pensamento de Bakhtin*, São Paulo, Editora Àtica

Foucault, Michel (1972) *The archeology of knowledge and the discourse on language*, new York, pantheon books

Foucault, Michel (1997) *Vigiar e punir*, Rio de Janeiro, Editora Vozes Ltda

Franco, Erica (2013) *Lifestylemedia: o exemplo do jornalismo cultural em Portugal*, Dissertação de mestrado em comunicação social, Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas

Fursich, Elfriede (2012) “Lifestyle journalism as popular journalism, strategies for evaluating its public role”, *Journalism practice* pp.12-25

Gadini, Sérgio Luiz (2002) “Tematização e agendamento cultural nas páginas dos diários portugueses”, *Unisinos RS Brazil*, pp.1-55

Galvão, Maria Cristiane Barbosa e Ivan Luiz Marques Ricarte (2019) “Revisão sistemática da literatura: conceituação, produção e publicação”, *Logeion: filosofia da informação*, pp.57-73

Giannetti, Louis (1999) *Understanding movies*, New Jersey, Prentice Hall

Giddens, Anthony (1992) *As consequências da modernidade*, Oeiras, Celta Editora

Giddens, Anthony (2006) *O mundo na era da globalização*, Lisboa, Editorial presença

Golin Cida e Everton Cardoso (2009) “Cultural journalism in Brazil, Academic research, visibility, mediation, and news values” *Sage publications*, Vol. 10(1) pp.69-89

Habermas, Jurgen (1993) *The structural transformation of the public sphere, An inquiry into a category of bourgeois society*, Cambridge, MIT press

Haddon, Leslie (2004) *Information and communication technologies in everyday life: A concise introduction and research guide*, Oxford, Berg

Hall, Stuart (2005) “Encoding/decoding” em Stuart Hall *et.al*, *Culture, Media*,

Language, London, Routledge

Hall, Stuart (2006) *A identidade cultural na pós-modernidade*, Rio de Janeiro, DP&A editora

Heikkilla, Riie *et. al*(2018) “The crisis of cultural journalism revisited: the space and place of culture in quality European newspapers from 1960 to 2010” *European journal of culture studies* Vol.21 (6) pp.669-686

Hellman Heikki e Maarit Jaakkola (2011) “From aesthetes to reporters: the paradigm shift in arts journalism in Finland” *Sage publications*, Vol. 13(6) pp.783-801

Hesmondhalgh, David (2019) *The cultural Industries*, London, Sage

Hoggart, Richard (1959) *The uses of literacy, aspects of working class life, with special references to publications and entertainment*, London, Chatto and Windus

Horkheimer Max e Theodor Adorno (2002) *Dialectic of enlightenment*, Stanford, Stanford University Press

Huntington, Samuel (2006) *O choque das civilizações e a mudança na ordem mundial*, Lisboa, Gradiva

Jaakkola, Maarit (2012) “Promoting aesthetic tourism, transgressions between generalist and specialist subfields in cultural journalism”, *Journalism Practice* Vol. 6 No. 4 pp. 482-496

Jaakkola, Maarit (2015) *The contested autonomy of arts and journalism, change and continuity in the dual profissionalismo of cultural journalism*, Academic dissertation School of Communication, Media and theatre, Tampere, Tampere University Press

Jakobson, Roman (2008) *Linguística e comunicação*, São Paulo, Editora Cultrix

Jameson, Frederic (1995) *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*, Durham, Duke university press

Jameson, Frederic (2012) *A singular modernity, essay on the ontology of present*, London, Verso

Jauss, Hans Robert (1982) *Towards an aesthetic of reception*, Minneapolis, University of Minnesota Press

Jenkins, Henry (2006) *Convergence culture, where old media and new media collide*, New York, New York university press

Kammer, Aske (2015) “Post-industrial cultural criticism, the everyday amateur expert and the online cultural public sphere” *Journalism practice*, Vol.9 No.6 pp.872-889

Kersten, Annemarie e Susanne Janssen (2017) “Trends in cultural journalism, the development of film coverage in cross-national perspectives, 1955-2005” *Journalism*

Practice, Vol.11 No.7 pp.840-856

Krippendorff, Karl (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós

Kristensen, Nete (2012) “Lifestyle journalism blurring boundaries”, *Journalism Practice* pp. 1-16

Kristensen, Nete (2019) “Cultural Journalism-Journalism about culture”, *Sociology Compass*, pp1-13

Kristensen, Nete e Jan Hovden (2021) “The cultural journalist around the globe: a comparative study of characteristics, role perceptions, and perceived influences”, *Sage Publications*, Vol. 22(3) pp.689-708

Leite Ribeiro, Maria de Fátima (2008) *Reflexões sobre o jornalismo cultural: mudanças no modo de informar*, Mestrado em Ciências da Comunicação, Minho, Universidade do Minho Instituto de Ciências Sociais

Leite Sobral, Gustavo (2012) *Jornalismo cultural, em texto, imagem e cor*, Natal, Universidade federal do Rio grande do norte,

Liotard, Jean François (1989) *A condução pós-moderna*, Lisboa, Gradiva

Macdonald, Dwight (1983) *Against the american grain: essays on the efect of mass culture*, New York, Da capo press

Maingueneau, Dominique (1998) *Análise de textos de comunicação*, São Paulo, Cortez editora,

Maio e Carmo, Teresa (2006) “Evolução portuguesa do jornalismo cultural”, *Janus, A nova diplomacia*, pp. 2-7

Melo, Alexandre (2002) *Globalização cultural*, Lisboa, Quimera Editores

Miranda Neto, Affonso Celso (2015) “O discurso sagrado dos heróis da guitarra na mídia”, *VI Encontro de pesquisadores em comunicação e música* pp.1-13

Monaco, James (2000) *How to read a film, The world of movies, media and multimedia*, New York, Oxford University Press

Moreira, Cátia Sofia Grazina (2015) *O papel da cultura e a cultura no papel: um olhar sobre o jornalismo cultural português através das páginas do jornal de letras, artes & ideias* Dissertação de mestrado em Cultura e Comunicação, Lisboa, Departamento de Línguas, Literaturas e Culturas, Faculdade de Letras

Nunes, Mónica de Fátima Rodrigues (2003) *Cultura também é notícia, jornalismo cultural no impresso e na tv*, Curso de pós-graduação em Comunicação social, São Paulo, Universidade Metodista de São Paulo

- Paglia, Camille (1994) *Vamps & Tramps*, New York, Vintage books
- Paglia, Camille (2001) *Sexual personae, Art and decadence from Nefertiti to Emily Dickinson*, London, Yale University Press
- Penafria, Manuela (2009) “Análise de filmes, conceitos e metodologias” VI congresso da Sopcom Vol. 6
- Pimentel, Alessandra (2001) “O método da análise documental: seu uso numa pesquisa historiográfica”, *Cadernos de Pesquisa*, n. 114, p. 179-195, Novembro
- Ribeiro, Carla (2020) “António Ferro, o jornalismo literário e a estética modernista como forma de construção da realidade” em Jorge Pedro Sousa e Carla Baptista *Para uma história do jornalismo em Portugal*, Lisboa, ICNOVA- Instituto de comunicação da Nova
- Riegert *et. al* (2015) “The political in cultural journalism, Fragmented interpretative communities in the digital age”, *Journalism Practice*, Vol.9 No.6 pp.773-790
- Robert, Sofia (2018) *O jornalismo cultural do público na era digital*, Tese de mestrado em Jornalismo, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas Universidade Nova de Lisboa
- Rocha, Clara (1985) *Revistas literárias do século XX em Portugal*, Vila da Maia, Imprensa Nacional Casa da Moeda
- Santos Silva, Dora (2009) “Tendências do jornalismo cultural em Portugal”, Congresso Sopcom (Vol.6) pp. 91-106
- Santos Silva, Dora (2015) *Cultural journalism in a digital environment, new models, practices and possibilities*, Tese de doutoramento em media digitais, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas Universidade Nova de Lisboa
- Santos Silva, Dora (2021) “Inovação e comunicação da cultura: modelos narrativos emergentes” em Jaime Lourenço e Paula Lopes, *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*, Lisboa, NIP-COM Núcleo de Investigação em práticas & competências mediáticas
- Sausurre, Ferdinand (2006) *Curso de linguística geral*, São Paulo, Editora Cultrix
- Sousa, João Pedro (2008) *Uma história breve do jornalismo no ocidente*, Porto, Edições Universidade Fernando Pessoa
- Steiner, George (1971) *In bluebeard's castle Some notes towards the redefinition of culture*, Massachusetts, The Murray Printing Co
- Stiglitz, Joseph (2002) *Globalization and its discontents*, New York, W.W Norton Company

- Turner, Graeme (2005) *British cultural studies, an introduction*, London, Taylor & Francis
- Vala, Jorge (1986). A análise de conteúdo. In A. S. Silva & J. M. Pinto (Orgs.), *Metodologia das ciências sociais* (pp. 101-128). Porto: Afrontamento
- Van Dijk, Teun (2005) *Discurso, notícia e ideologia, Estudos na análise crítica do discurso*, Porto, Campo das Letras
- Van Dijk (2015) “Critical discourse analysis” em Deborah Tannen *et.al* *The handbook of discourse analysis*, Oxford, Blackwell publishers
- Wodak, Ruth (1999) “Critical discourse analysis at the end of the 20th century”, *Research on language and social interaction*, Vol. 32 (1&2) pp.185-193
- Wodak, Ruth (2001) “What CDA is about-a summary of its history, important concepts and its developments” em Ruth Wodak e Michael Meyer *Methods of critical discourse analysis*, London, Sage Publications
- Wodak, Ruth (2007) “Pragmatics, and critical discourse analysis, A cross disciplinary inquiry”, *Pragmatics & cognition*, Vol 15:1 pp. 203-225
- Zacarias, Denise (2016) *O jornalismo cultural no correio da manhã*, Tese de mestrado em Jornalismo, Lisboa, Instituto Politécnico de Lisboa-Escola Superior de Comunicação Social

Sites consultados:

Revista “Bica”:

[Filmin homenageia Paula Rego e artistas nacionais no âmbito do Dia de Portugal - Revista BICA](#)

Artecapital:

[A IMPORTÂNCIA DE SER <i>VELVET GOLDMINE</i> || ARTECAPITAL.ART](#)

Ípsilon:

[Fernando Pessoa: o homem que decidiu ser um génio | Entrevista | PÚBLICO \(publico.pt\)](#)

Jornal de Letras, Artes e Ideias:

<https://visao.sapo.pt/jornaldeletras/>