

Crítica Em Cultura: Uma análise do Jornalismo Cultural no Jornal Estado de Minas

Marcella Sing

Centro Universitário Newton Paiva

Resumo

O presente artigo visa identificar as características o caderno *EM Cultura*, do jornal *Estado de Minas*, através da análise de 24 exemplares, sendo dois por mês, publicados no ano de 2008. O estudo será realizado a partir dos conceitos de cultura, entendido aqui como manifestação artística; indústria cultural que, ao mesmo tempo em que democratiza a cultura, a massifica; jornalismo cultural, editoria que está, ao longo dos tempos, perdendo seu caráter reflexivo; e a crítica, elemento que proporcionou a existência da editoria, mas que está perdendo espaço para a divulgação de agendas.

Tema de diversos debates e estudos, o Jornalismo Cultural nasceu no século XVII, na Inglaterra, quando os jornais *The Transactions of the Royal Society of London* e *News of Republic of Letters* publicaram notícias sobre eventos culturais. Porém, foi somente no século seguinte, com o lançamento da revista diária *The Spectator*, fundada em Londres, que o gênero ficou conhecido. Por tratar de questões culturais e políticas, além de fomentar a discussão utilizando-se de uma linguagem diferenciada através de críti-

cas fundamentadas e crônicas, o Jornalismo Cultural ganhou espaço e destaque nos jornais. Samuel Johnson, ensaísta e escritor conhecido na época como Dr. Johnson, deu ao gênero sua característica primordial: a crítica.

No Brasil, a revista *O Cruzeiro* se tornou a mais importante publicação cultural brasileira do século XX, tratando basicamente de política e cultura com uma linguagem acessível, reportagens investigativas, artigos, contos, humor e ilustrações. Na década de 1950, o jornalismo se tornou mais objetivo e técnico. O caderno de cultura foi inserido nas edições dos grandes jornais impressos, sendo que o *Caderno B*, criado em 1956 pelo *Jornal do Brasil*, foi o primeiro deles. Em 1990, o Jornalismo Cultural ganhou, além das conhecidas “sete artes” — literatura, teatro, pintura, escultura, música, arquitetura e cinema —, outros três elementos: moda, gastronomia e *design*.

Entretanto, com o advento da indústria cultural, a editoria passou por transformações para se adequar ao mercado, fato que sucumbiu na diminuição do espaço para críticas, excluindo, assim, o caráter reflex-

ivo. A indústria cultural trouxe com ela a modernização, que por sua vez foi, por assim dizer, responsável pela massificação cultural.

A cultura, feita em série, industrialmente, para um grande número, passa a ser vista não como instrumento de livre expressão, crítica e conhecimento, mas como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido como se consome qualquer outra coisa. (COELHO, 1991, p. 11).

Essas mudanças podem ser percebidas — de acordo com profissionais da área — através da superficialidade das matérias apresentadas e, sobretudo, pelo aumento de espaço dedicado à divulgação de eventos e programação da televisão, considerada o maior meio de comunicação de massa, além de jogos e coluna social. De acordo com Andréia Silva e Francisco Conceição (2007, p. 2-13 passim) as questões mercadológicas e o agrupamento de assuntos dentro do caderno projetaram “um novo perfil para os cadernos culturais”. Neste “novo perfil”, a crítica tem sido renegada. Isso se deve ao fato de a crítica perder espaço para propagandas propriamente ditas e/ou àquelas escondidas em releases.

O uso do entretenimento como um meio de fomento do capitalismo tornou a crítica tendenciosa, uma vez que o jornal tem interesse maior em manter o “cliente” que compra o espaço na publicação e, ao invés de explicar sobre a qualidade da obra, impõe a idéia, fato que ludibria a população, perdendo seu caráter informativo e prejudicando a credibilidade dos canais de comunicação em massa. Mas, se por um lado a industrialização tornou a cultura um produto vendável

e descartável, por outro possibilitou a modernização dos meios de comunicação, a democratização da cultura e, sobretudo, o papel social que esses meios proporcionam ao unir povos (MORIN, 2000, p.25).

Ao analisar o caderno *EM Cultura*, percebe-se que, assim como os demais jornais impressos de todo o país, a editoria aderiu a essas mudanças. O público alvo jornal *Estado de Minas* são, em sua maioria, jovens de 20 a 39 pertencentes às classes A, B e C (juntas somam 98% dos leitores). Os números se refletem no conteúdo da editoria, que divulga eventos que não fazem parte do dia-a-dia do público C e D como, exposições de arte e espetáculos de dança; informa sobre artistas pouco conhecidos do grande público; e publica, em colunas sociais, fotos e notas sobre pessoas da alta sociedade mineira, como ocorreu na coluna *Mário Fontana*, na edição do dia 17 de janeiro, reproduzida na íntegra: “Foi restrito à família o encontro organizado por Terezinha Soares para marcar seu aniversário, comemorado ontem”.

A coluna *Gastronomia* reforça a tendência elitista ao publicar receitas sofisticadas com nomes estrangeiros e ingredientes mais caros. O texto introdutório que acompanha cada receita nos remete à cozinha elitizada, servida em restaurantes voltados a um público restrito. Expressões como ‘pratos realmente atraentes’, ‘lanche chique’, ‘rende porções individuais’ são muito utilizadas nesses textos, além da informação de que a receita foi sugerida por *chefs* de restaurantes não só de Belo Horizonte, mas de outros estados. As fotos dos pratos são produzidas tal como são servidas nos restaurantes da alta classe, o que dá a impressão tanto de dificuldade no preparo como de distanciamento da realidade da grande parte do povo mineiro.

A partir dessas informações, percebe-se que o caderno é voltado à elite, característica que vai de encontro ao objetivo do Jornalismo Cultural, que é disseminar a cultura, mas com forte apelo à indústria cultural. Exemplo disso é a quantidade de páginas voltadas à cultura de massa. São ao todo 12 seções fixas, ou seja, são seções que aparecem em todas as edições do jornal e que não se alteram visualmente. São elas: *Anna Marina*, com conteúdo variado e de cunho social; *Horóscopo*; *Gastronomia*; *História do Dia*, que traz pequenas crônicas; *Tour Court Minas*, com programação de festivais e exposições do interior do estado; *Mário Fontana e Hit*, colunas sociais; *Caras e Bocas*, com informações sobre pautas de televisão e novidades dos artistas; *Cruzadas e Sudoku, jogos*; *Quadrinhos*; e crônica assinada por Carlos Herculano Lopes, na edição de terça-feira, e Frei Betto, às quintas-feiras. O número de páginas dos exemplares escolhidos variou de oito a dez — sendo que, dos 24 analisados, 15 contêm quantidade maior de páginas. Levando em consideração que o jornal possui sete páginas que não se alteram quanto à diagramação e conteúdo, é possível perceber que nove edições do caderno cultural do *Estado de Minas* tiveram somente oito páginas com matérias diferenciadas que não seja a de capa. Das sete páginas fixas, quatro são inteiramente dedicadas à divulgação de eventos, programação de cinema, teatro e televisão e publicação de coluna social, que muitas vezes também serve de agenda para informar, por exemplo, dia e local da festa de aniversário de 15 anos da filha de algum executivo de uma grande empresa. Das duas páginas que sobram, somente uma, a última, possui espaço para reportagens e matérias. Espaço esse que é diminuído, e em

alguns casos completamente tomado, com a venda de publicidade, que apesar de variada, se concentra no âmbito do entretenimento com anúncios de espetáculos teatrais, shows, dança, cinema e palestras relacionadas ao tema.

Ao analisar qualitativamente o conteúdo, percebe-se que as pautas são escolhidas baseando-se nos lançamentos e estréias que ocorrerão na semana da publicação, já que as matérias são acompanhadas de serviços, box onde são inseridas informações referentes ao evento, tais como, local, preço, valor, contato, entre outros. Esse fato leva a crer que as pautas não são criadas na redação, como ocorre em outras editorias, mas sim recebidas em forma de releases enviados por assessorias de comunicação. Daniel Piza (2004, p. 42) analisa essa situação como sendo um ponto negativo, já que “a proximidade de um evento é o pré-requisito de uma pauta”. Ou seja, independentemente do interesse do público pelo evento, ele será divulgado, tomando espaço de outros que podem ter maior relevância para o público que o veículo pretende atingir. Partindo daí, Piza ainda sugere outros dois problemas decorrentes da exaustiva divulgação de agendas. O primeiro diz respeito ao critério de noticiabilidade utilizado pelo jornalista, ou jornal enquanto empresa, para escolher dentre tantos eventos o que merece ser de conhecimento do grande público. A outra destaca o favoritismo ao evento mais rentável. Piza (2004) complementa chamando atenção para a qualidade do texto e ainda coloca em questão o valor da crítica cultural:

Muitas matérias se confundem com a própria publicidade do evento. É um release produzido e/ou reproduzido no jor-

nal. [...] a marginalização da crítica dentro do espaço desses cadernos, pois quando há algum tipo de análise é superficial, sem fundamentação. (PIZA, 2004, p. 43)

Além disso, as matérias publicadas não estão atreladas diretamente ao artista e sim ao lançamento de seu trabalho, como se o evento em si fosse mais importante do que a apresentação da obra e do próprio artista ao leitor. Dessa forma, percebe-se que o importante para o caderno é noticiar o serviço (como data do evento e preço do ingresso) e o restante das informações publicadas são colocadas para preencher espaço.

A amplitude dos assuntos tratados no caderno mostra que, para o jornal *Estado de Minas*, o termo cultura é entendido de forma ampla, abrangendo não só as manifestações culturais típicas de um povo, mas também aspectos ligados diretamente à sociedade, como é o caso das notas publicadas em coluna social, sobre política e economia, informações que poderiam ser inseridas nos cadernos especializados no assunto. Entretanto, essa característica parece ser uma forma de eliminar espaços vazios no caderno, como é o caso de uma matéria publicada no dia 17 de outubro, na coluna *Caras e Bocas*, seção dedicada a informar índices de audiência, vida de artista ou mesmo comentar capítulos de novelas:

O amontoado de câmeras diante do prédio em Santo André lembrava um outro caso recente, mostrado, comentado e reprisado à exaustão pelas emissoras de TV: o da menina Isabella. [...] Eloá Cristina Pimentel, de 15 anos, passou 100 horas sob a mira de um ex-namorado descontrolado e sob o foco constante da

televisão. O caso, com desfecho trágico, [...], serve para que se repense o papel da TV e da mídia em coberturas desse tipo. [...] a apresentadora Sônia Abrão, da Rede TV, resolveu ir direto ao cerne do crime: falou com o seqüestrador [...], ao vivo, por telefone, um dia antes de a história toda terminar [...]. Será que os índices de audiência valiam mais do que a vida de Eloá?

Essa nota destacada na seção nos passa a impressão de que foi publicada no caderno errado. Não há ligação entre o título (O caso Eloá) e a editoria, causando estranhamento ao leitor, acostumado a ler naquelas páginas chamadas para algum tipo de fofoca, ao mesmo tempo em que desperta a curiosidade tanto pelo caso, insistentemente abordado por toda a imprensa, como pelo tipo de informação aquela nota pretendia passar àqueles leitores que estava atrás de informações ligadas à cultura. O questionamento feito pela autora, ao final, também parece ter sido publicado na coluna errada. Abordagens desse tipo são, em geral, divulgadas no editorial para mostrar a posição do jornal como um todo acerca da espetacularização do caso.

A suposta sobra de espaço no caderno é paradoxal, já que a editoria conta com 12 repórteres e dois críticos especializados. A menos que as matérias divulgadas no *EM Cultura* sejam mais difíceis de serem produzidas e, por esse motivo, estão em menor quantidade em relação às demais editorias, não justifica a editoria possuir 12 jornalistas e ainda colaboradores e não ter uma quantidade considerável de matérias que realmente apresentem a cultura aos seus leitores.

A crítica — que possui uma função fundamental no jornalismo cultural, não só por

caracterizá-lo, mas por auxiliar na formação do leitor — presente no caderno *EM Cultura* está, em sua maioria, localizada na página intitulada *Em Movimento*, que concentrou a maior parte das análises dedicadas à música (DVD, CD's e shows). Ao todo foram 38 críticas encontradas nos 24 cadernos analisados, sendo cinco distribuídas em outras páginas em exemplares distintos, sinalizadas com um símbolo indicativo com a palavra crítica.

Apesar de publicar um número considerável de críticas em relação ao restante do caderno e dedicar um espaço a elas, a linguagem utilizada pelos profissionais não é clara e apresenta palavras estrangeiras e termos técnicos sem nenhuma descrição do significado, como no trecho a seguir, retirado do exemplar de 25 de novembro:

Dominatrix da arte conceitual, pitonisa de um mundo sinestésico, assombrado pelo advento de uma nova ordem digital, Laurie Anderson emergiu, no início de década de 1980, com uma intrigante mélangue de minimalismo eletrônico, pantomima, música pop e antropologia cultural.

De acordo com Piza (2004, p. 70), o texto crítico deve seguir uma linha e deve ser, acima de tudo, uma forma de promover a reflexão do leitor, e não afastá-lo com muitos termos técnicos. Assim, deve-se considerar:

[...] todas as características de um bom texto jornalístico: clareza, coerência, agilidade. [...] deve informar ao leitor o que é a obra ou o tema em debate, resumindo sua história, suas linhas gerais, quem é o autor etc. [...] deve analisar a

obra de modo sintético mas sutil, esclarecendo o peso relativo de qualidades e defeitos, evitando o tom de “balanço contábil” ou a mera atribuição de adjetivos. (PIZA, 2004, p. 70)

Dessa forma, não cabe ao crítico dizer se a obra é ruim ou boa. O texto crítico deve ser claro e objetivo e, ao mesmo tempo, fomentar a discussão, levando o leitor a fazer sua própria análise, considerando os aspectos que não tinha conhecimento ou, se ainda não teve contato com a obra, despertar a sua curiosidade em conhecer. Apesar disso, os críticos do caderno *EM Cultura* utilizam um sistema de cotações, através de desenhos de CD's, para determinar a qualidade da obra. A imagem de quatro CD's significa que a obra foi considerada ótima; três são atribuídas a muito bom; duas significa bom; uma é para as regulares; e o desenho de um CD quebrado é dado às obras ruins. A análise baseada em gosto pessoal é evidente em algumas críticas, como a publicada em 23 de dezembro sobre a banda italiana, Il Divo, que recebeu nota *ruim*:

O massacre natalino continua. Quem ataca agora é o conglomerado multinacional Il Divo, cuja mescla pseudolírica segue amealhando milhões de cópias vendidas por onde passa. Dós de peito em profusão e outros malabarismos vocais não escondem a natureza perversa do produto: quem poderia imaginar *The winner takes it all*, esquecida balada mela-cueca do Abba, em meio a violinos em pizzicato e gritada em italiano? Como trilha para ceias de natal, será “promessa” certa de azia.

Do total de críticas, 13 se referiam a relançamentos, ou seja, os críticos, de acordo com análises dos textos publicados, não tiveram o trabalho de apontar características das obras, e sim contar um pouco da história da banda/ artista e revelar a qualidade sonora e/ ou visual do material como no texto de Mário Sérgio, publicado no dia 20 de novembro na coluna *Na prateleira*, que fala da banda britânica *The Clash*:

Em 13 de outubro de 1982, o Clash fez sua última grande apresentação ao vivo, abrindo o show de The Who, num estádio de Nova York, com 50 mil pessoas na platéia. Agora em edição nacional, este CD é o registro deste histórico concerto. São quase 50 minutos de som da pesada, 15 clássicos do punk, [...]. É difícil não empolgar com a força da banda ao vivo, ainda mais quando a tecnologia consegue recuperar tapes antigos e garantir a qualidade técnica do áudio.

Somente duas críticas receberam atenção maior e uma análise mais profunda. A primeira se tratava da banda norte-americana Mahavishnu Orchestra. Para citar o lançamento do DVD *Live at Montreux 1984/1974*, o crítico descreveu a formação original e posterior, elogiou a primeira fase da banda, criada na década de 1970, e comparou com o seu último concerto em 1984, inclusive usando o entretítulo “Bizarrices”, em que ele explica o motivo pelo qual o show foi “uma ducha de água fria nos admiradores do som” da banda.

Outra crítica que se destacou pelos detalhes apresentados foi divulgada no dia 22 de julho, com o título *Melodramas em Movimento*, que fala do espetáculo de dança *Dolores*, do grupo Mimulus. O autor Marcello

Castilho Avelar se utiliza do detalhamento dos atos para atrair a atenção dos leitores e despertar a curiosidade. Trechos como “a primeira imagem que vemos em *Dolores* nos dá a pista do processo. Uma bailarina gira pelo palco. Outro bailarino, entrevistado pelas aberturas do cenário, observa os giros”, dão a ideia do que o espectador pode esperar do espetáculo. Além disso, o autor apresenta pontos fortes e fracos da companhia ao dizer que “*Dolores* fascina os olhos, mas não envolve — alternativa que não significa uma perda, apenas uma opção de se relacionar com o público”.

O elitismo é uma característica marcante nas críticas divulgadas no *Em Cultura*. A análise de produtos massificados foi exceção dentro do caderno, como o caso do CD da trilha sonora da novela *Negócios da China*. Os estilos analisados mais recorrentes são o rock, a MPB e a música clássica. Outros que também foram criticados estavam ligados à bossa nova, jazz e chorinho. Ritmos como axé, sertanejo e funk não possuem destaque no caderno, já que o jornal publica crítica pensando em seu público mais assíduo, pertencente à classe mais alta.

1 Referências Bibliográficas

- COELHO, Teixeira. *O que é Indústria Cultural*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991, 14 ed.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2000.
- PIZA, Daniel. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2004. 2 ed. (Coleção Comunicação).

SILVA, Andréia de Lima; CONCEIÇÃO,
Francisco Gonçalves da. *Jornalismo
Cultural: em busca de um conceito*.
Santos/ SP. Intercom, 2007.