Desbravar repertório é função
da crítica de música erudita

O OLHAR SUPERFICIAL

As transformações no jornalismo cultural
em São Paulo na passagem para o século XXI

Acadêmicos, entre a tese e o jo

O ensino de intelectuais e jornalistas
em detrimento da produção acadêmica para
fornecer a muitos universitários ganba
um reforço com o lançamento da revista
Boleto, editada pela Unicamp.

Crítico não entra no es

O cineasta Rogério Spangherla
crítica trecho do livro "O Voo

Notícias 'quentes' esfriam análises

Concurso de crítica

Crítico não entra no espírito do filme

MARCELO JANUÁRIO

MARCELO JANUÁRIO

O OLHAR SUPERFICIAL

*As Transformações no Jornalismo Cultural em
São Paulo na Passagem para o Século XXI*

Dissertação apresentada à Área de Concentração em Jornalismo, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do Título de Mestre em Ciências da Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Kardec Pinto Vallada.

São Paulo

2005

MARCELO JANUÁRIO

O OLHAR SUPERFICIAL

As Transformações no Jornalismo Cultural em São Paulo na Passagem para o Século XXI

Dissertação apresentada à Área de Concentração em Jornalismo, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do Título de Mestre em Ciências da Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Kardec Pinto Vallada.

ECA/USP

São Paulo

2005

COMISSÃO JULGADORA

Autor: Marcelo Januário

Título da Dissertação: O Olhar Superficial: as transformações no jornalismo cultural em São Paulo na passagem para o século XXI

Orientador: Prof. Dr. Kardec Pinto Vallada

Banca Examinadora:

_____ **Instituição:** _____

_____ **Instituição:** _____

_____ **Instituição:** _____

Aprovada em:

____ / ____ / ____

Jornalismo não é apenas serviço – se assim fosse as listas telefônicas seriam imbatíveis. Alberto Dines (19.10.2004)

DEDICATÓRIA

À pessoa mais importante da minha vida,
Valéria Guimarães, com amor.
À minha mãe, Luzia Gallio.
Ao meu pai, Lino Januário (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Ao CNPq, cuja bolsa auxiliou a realização da parte final desta pesquisa.

Ao Arquivo Público do Estado de São Paulo, que forneceu as fontes jornalísticas utilizadas no trabalho.

Aos professores Kardec Pinto Vallada, José Marques de Melo, Nicolau Sevcenko e Antonio F. Costella, pelo estímulo intelectual e cordialidade.

Aos colegas Osmar Mendes Júnior, Márcia Avanza, Fátima Feliciano, Ruth Vianna e Gisely Hime, pela parceria acadêmica no decorrer do presente programa.

Aos amigos José Marcos Rodero, Edna Rodero, Ricardo Espuglas, Anay dos Anjos, Regiani Loiacono, Celso Cruz, Jacqueline Ramos, Marcolândio Praxedes, Léo de Arantes Ramos, Alberto Bertuola, Natan Gelman, João Luiz Uchoa, Douglas Santos, José Eduardo R. de Camargo, Fátima Belo, César Rosa, Alexandre Guidara e Marcus Vinícius Costa, pelo companheirismo de longa data.

À minha mãe Luzia Gallio e meus irmãos (e famílias) Gilberto, Wilson, Sueli, José Carlos e Márcia, pelo apoio e carinho.

E, especialmente, à querida Valéria, fonte maior de inspiração e afeto que ilumina meus caminhos. A todos, minha gratidão.

RESUMO

Este trabalho investiga as transformações –conceituais e editoriais– ocorridas no jornalismo cultural impresso em São Paulo nas duas últimas décadas do século XX. Como método de observação, visando detectar alterações na incidência de *serviço informativo* nas páginas dos cadernos culturais dos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*, foi desenvolvido um modelo teórico de classificação que sistematizou a produção jornalística. O modelo numérico foi aplicado no recorte de quase cinco dezenas de edições dos cadernos *Ilustrada*, *Letras*, *Mais!*, *TV Folha*, *Caderno 2*, *Cultura* e *Telejornal*, publicados nos anos 1990 e 2000. Por outro lado, para a formalização do campo foram documentadas e analisadas dezenas de fontes, veiculadas nos próprios jornais, na literatura acadêmica e na área profissional, em registros impressos, digitais e orais. Tal material registra em parte o intenso debate contemporâneo sobre a “crise da crítica”, tema amplo que abrange a destruição referencial do cânone e a sujeição inerente do jornalismo ao mercado. Os resultados claramente evidenciam que há uma demanda por novos modelos de apreciação jornalística na esfera artístico-cultural, ainda que não comprovem em definitivo o surgimento na área de novos formatos jornalísticos, conceitualmente destituídos de opinião e análise.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo / Cultura / Crítica / Crise / Mercado

ABSTRACT

This work investigates conceptual and editorial transformations that have been occurring in the area of cultural journalism during the past two decades. It will focus on newspapers in Sao Paulo. As an observation method aiming to detect alterations on the incidence of informative services on the pages of the cultural sections of two newspapers, Folha de S.Paulo and O Estado de S.Paulo, a theoretical model has been developed to classify journalistic production. This numerical model has been applied to almost five-dozen editions of the following sections of the newspapers studied: Ilustrada, Letras, Mais!, TV Folha, Caderno 2, Cultura and Telejornal. They were published between 1990 and 2000. In addition to that, tens of sources have been analyzed in order to formalize the field. Those were referred by the newspapers themselves, by the academic and professional literature and by other written, oral and digital records. Such material reflects partially the intense contemporary debate on the “crisis of criticism”, which is a wide issue that includes the referential destruction of the canon and the undermining effect of market pressures on journalism. The results clearly show that there is a demand for new models of journalistic appreciation on the artistic-cultural sphere, although they are not definite evidence of the appearance of new journalistic formats, which are conceptually deprived of opinion and analysis.

WORD KEYS

Journalism / Culture / Criticism / Crisis / Market

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO – ENTRE A CULTURA E O SERVIÇO	9
CAPÍTULO 1 – OBJETOS E CONCEITOS	12
CRÍTICA E RESENHA, CULTURA E MERCADO.....	12
CRÍTICA COMO DISCUSSÃO DO FATO ESTÉTICO	29
JORNALISMO CULTURAL COMO SERVIÇO	39
CAPÍTULO 2 – A ANUNCIADA CRISE DO JORNALISMO CULTURAL.....	47
A CRISE COMO MOMENTO DE MUDANÇA.....	47
OS “RECLAMADORES DO JORNALISMO CULTURAL”	62
CAPÍTULO 3 – A CULTURA NA IMPRENSA BRASILEIRA.....	75
SURGIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA CRÍTICA CULTURAL NO BRASIL	75
O ESPAÇO DA CULTURA NO JORNALISMO BRASILEIRO	79
OS SUPLEMENTOS LITERÁRIOS NOS ANOS 50	88
O EMBATE CRÍTICO ENTRE JORNALISTAS E ACADÊMICOS	91
CAPÍTULO 4 – O CONTEXTO DE TRANSFORMAÇÕES.....	99
IMPRENSA E CAPITALISMO: A MERCADORIA SIMBÓLICA.....	99
MASSA E MERCADO: A LEGITIMAÇÃO DA TÉCNICA.....	104
CULTURA COMO MODA: O APOGEU DO JORNALISMO POP NOS ANOS 80	117
CAPÍTULO 5 – A ELOQUÊNCIA DAS FONTES	132
A EVOLUÇÃO DA COBERTURA NOS JORNAIS.....	132
ASPECTOS QUANTITATIVOS DAS FONTES	147
ESTUDO DE CASO: CARACTERÍSTICAS DE UMA COBERTURA.....	162
RUGAS PÚBLICAS: A REEDIÇÃO DAS “POLÊMICAS” DE OPINIÃO	170
<i>Caso 1. Os meninos e os gurus</i>	<i>172</i>
<i>Caso 2. Os boêmios e os pós-modernos.....</i>	<i>176</i>
<i>Caso 3. A tara bélica e o espírito da arte.....</i>	<i>179</i>
<i>Caso 4. O crítico como ameaça pública.....</i>	<i>181</i>
<i>Caso 5. Polêmica e simulação.....</i>	<i>184</i>
CAPÍTULO 6 – JORNALISMO CULTURAL COMO NOTÍCIA	187
OS JORNAIS E O FIM DA CRÍTICA: SINAIS DE SATURAÇÃO.....	187
EM BUSCA DE UM IDEAL: O CLAMOR POR RENOVAÇÃO	202
CONCLUSÃO – A DANÇA COM A VIDA	225
BIBLIOGRAFIA	237
ANEXOS	240

INTRODUÇÃO – Entre a cultura e o serviço

“O objeto de um verdadeiro crítico deveria ser descobrir qual problema o autor se colocou (sem saber ou sabendo) e averiguar se o resolveu ou não.”

Paul Valéry

O jornalismo cultural brasileiro vive dias de intenso debate e ataques generalizados. A crítica de arte, mais uma vez, foi declarada morta. À polêmica irrelevante seguiu-se a esqualidez anódina. Os observadores concordam quanto ao diagnóstico de crise na crítica de jornal em geral, mas aparentemente não vêem meios de como superá-la. Nosso objetivo central é, portanto, contribuir para a formalização acadêmica deste debate. O objeto deste trabalho, precisamente, é a prática do jornalismo cultural impresso diário nos dois principais jornais de São Paulo –*O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo*– na última década e meia do século XX e seus desdobramentos nos primeiros anos do terceiro milênio. Simultaneamente ao surgimento de uma nova área ainda não formalizada no jornalismo, o jornalismo de serviço, analisaremos a possível “falência” de um modelo de acompanhamento da cultura e das artes nas páginas dos cadernos de cultura, processo que se expressa em uma acentuada e perceptível *crise de identidade*, conforme indicam as palavras do ex-editor de cultura Sérgio Dávila: “É essa a crise de identidade. O jornalismo cultural é um mix de serviço e crítica”.¹

O mote inicial, assim, reside na constatação de um certo mal-estar e da condenação (quase) generalizada na sociedade, não só entre jornalistas, mas também entre artistas, intelectuais e leitores, da cobertura jornalística contemporânea do campo cultural. Assim, a pesquisa parte do pressuposto que tal prática jornalística enfrentou transformações estruturais profundas neste período, certamente geradas muito antes, que a diferencia dos modelos anteriores, abrindo perspectivas de uma nova configuração onde aparentemente a crítica autoral cede espaço a um formato híbrido de serviço e de promoção da indústria de bens culturais. Ressalte-se que estas transformações de fundo estariam fincadas no jornalismo como um todo, à mercê de sua dependência econômica e dos vícios profissionais que se avolumam no exercício do ofício. No geral, para todas as áreas, trata-se de uma conjuntura em que os jornais “gastaram tempo, papel e tinta com declarações e avaliações oficiais, com detalhes sem importância e com informações

¹ DÁVILA, Sérgio. Reportagem também é cultura. *Folha Online*, São Paulo, 08 set. 1996. Entrevista concedida a Marcelo Leite. [Ombudsman]. Acesso em 22 jan. 2005.
Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ombudsman/omb_19960908.htm>.

evidentemente plantadas. O resultado, com raríssimas exceções, foi um jornalismo superficial, repetitivo, chato e dispensável”, segundo comentário de Marcelo Beraba.²

No entanto, ao pesquisar o campo e a bibliografia disponível, nossa intenção não foi a de efetuar uma análise comparativa entre os modelos de jornalismo, em especial o cultural –ou seja, entre o formato praticado nos suplementos culturais desde os anos 50 até o início dos anos 80 e a tão criticada postura que se consolidou desde então– nem tampouco equiparar e balizar os próprios cadernos dos diários, todavia apenas trazer para a academia um debate que já possui um histórico comprovadamente antigo e que cresce incessantemente na sociedade, mas que ainda não se tornou objeto de estudos teóricos mais detalhados.

A própria inserção e consolidação apenas gradual (e incompleta) do jornalismo cultural como disciplina de estudos nas escolas de comunicação demonstra o descompasso analítico da área, perante o interesse que tem causado há décadas fora das salas de aula. Apesar de não respaldada por trabalhos exploratórios mais confiáveis, a percepção geral é a de que o campo específico da cobertura de cultura no jornalismo, uma categoria residual, ainda é tratado na academia como questão de mera orientação técnica e, no mercado, até mesmo de exaltação profissional, devido ao suposto “charme” que dele exala para os novos jornalistas (relativo aos temas, personalidades, privilégios, urbanidade etc.), sem o devido e urgente tratamento crítico de seus impasses e hesitações. Pela nossa ótica, este debate coloca aos pesquisadores do jornalismo um problema sensível, maximizado pela emergência da revolução microeletrônica e pela confluência de novos meios: o que faz deste segmento uma prática tão suspeita e “decadente” aos olhos de seus detratores? Quais são as bases daqueles que reclamam por *discernimento crítico como exercício do pensamento* na cobertura jornalística, uma tarefa que, como constatado, perde espaço físico e editorial no jornalismo brasileiro?

A principal suposição da pesquisa é a de que seria possível, a partir da leitura dos cadernos, tipificar tal transformação pela análise *quantitativa* do conteúdo especializado em cultura, assim como pela revisão dos indícios *qualitativos* sugeridos no debate público e fomentados nos próprios veículos, tendo em vista a inviabilidade de discernimento comparativo da produção, dado o seu caráter subjetivo e sempre sujeito a interpretações. Mesmo assim, sem entrar na valoração dos textos, tornou-se necessária a

² BERABA, Marcelo. Um modelo falido. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, p. A06, 20 fev. 2005.

sua classificação, procedimento este que não é passível de normatização e que se baseou em critérios não-formais que explicitaremos à frente.

A hipótese de declínio crítico do jornalismo especializado em cultura, processo que aparentemente coincide com a origem do que se pode chamar *jornalismo de serviço* (ou “guia de consumo”), com decorrente perda de qualidade na produção e na linguagem, constitui o problema investigado, seja na leitura dos principais cadernos diários impressos de São Paulo, microcosmos selecionado para análise, como no debate público e acadêmico, que sugere amplitude nacional, e no estudo de bibliografia internacional, que denota sua real dimensão. Uma crise sufocadora não só do jornalismo cultural crítico e debatedor, mas também da própria produção cultural. Os testemunhos, abundantes, são muito claros:

“(...) observa-se de forma crescente na atividade jornalística, em particular no jornalismo cultural, uma tendência de transformar a obra de arte em produto para consumo, subordinada exclusivamente às regras de mercado, fato que, de modo contundente, vem sufocando a própria produção cultural. E tal transformação carrega com as cores gris e amareladas da prestação de serviço o trabalho crítico na imprensa, deixando de lado os grandes debates, que devem necessariamente permear os elementos vinculados à produção da cultura.”³

Para tanto, além da polarização da natureza *cultural versus serviço*, optou-se pelo levantamento e registro deste cenário de comoção pública, resgatando, por um lado, os antecedentes históricos à luz dos conceitos teóricos basilares do jornalismo e, por outro, a intensa autocrítica detectada na produção recente na área. Também foi considerado o contexto de transformações sistêmicas, além das tendências que se anunciam para o futuro da prática.

Portanto, intentamos neste trabalho contribuir com tal debate, seja pela revisão da bibliografia, seja pelas sugestões contidas nas fontes primárias. Longe de querer esgotar o assunto, ou de trazer novas e originais interpretações, a presente pesquisa busca realizar uma introdução ao tema, a ser desenvolvido por estudos posteriores, e de estimular uma reflexão sobre os rumos do jornalismo cultural, tema candente que já se afirma como área de estudos avançados em comunicação e que certamente se expandirá no universo acadêmico brasileiro.

³ VEIGA, Rui. Padrões da crítica de arte. *Mackenzie na Imprensa*, São Paulo, 03 dez. 2004. Acesso em 03 jan. 2005. Disponível em: <<http://www.mackenzie.com.br/dhtml/imprensa/naimprensa3.php?ass=603>>.

CAPÍTULO 1 – Objetos e conceitos

“As novas leituras não me entusiasmam. Já tendo a contradizer-lhes a novidade, a traduzi-las em escolas, em influências, em combinações. (...) Qualquer homem, à força de recorrer a muitos volumes para julgá-los (e não é outra a tarefa do crítico), incorre em mero genealogista de estilos e em rastreador de influências. (...) Conjecturo que, se fossem sinceros, todos os críticos do mundo (...) diriam o mesmo.”

Jorge Luis Borges⁴

Crítica e resenha, cultura e mercado

Veremos agora algumas definições básicas que devem nos orientar quanto ao entendimento dos principais conceitos que envolvem o tema: a saber, o jornalismo especializado em cultura e o jornalismo de serviço. No início, abruptas, chegam as perguntas fundadoras de toda a incerteza: “¿Debe la cultura tener presencia como tal en la prensa o debe reducirse a condición de noticia? ¿Debe desparramarse por todo lo periódico e concentrarse en ámbitos específicos? ¿Debe estar a cargo de especialistas en cada materia (expertos) o de especialistas en información (periodistas)?”⁵ Tais questões, principalmente a última, irão tangenciar nosso trabalho, mas não buscaremos respostas para elas necessariamente. A intenção é mais, digamos, de sugerir do que explicar.

Antes, porém, é necessário esclarecer as opções de recorte temporal e de escolha do material a ser analisado. A recorrência aos cadernos culturais de *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo* se deu pela evidência de que são estes os jornais que praticamente pautam o debate sobre artes e temas culturais na maior cidade do país. São os periódicos de maior circulação, os mais lidos (mesmo que não o sejam seus cadernos culturais) e os de maior influência pública, que possuem duas das mais antigas editorias especializadas e que até mesmo pautam a (e são pautados pela) cobertura dos veículos eletrônicos hoje predominantes, como a televisão e a internet. Nesses cadernos também militaram os nomes mais reconhecidos da área e aconteceram “polêmicas” de algum impacto (impossível medir) envolvendo temas culturais. Polêmicas que são, como veremos, uma estratégia para atrair leitores em uso contínuo e atemporal nos jornais, mas também sinal de alguma vitalidade intelectual. Enfim, foram selecionados porque, junto com a televisão, são os canais que ditam a moda e *definem quem e o que é cultura*.

⁴ BORGES, Jorge Luis. A fruição literária. *Folha de S.Paulo*, 07 abr. 1990. Letras. p. 08.

⁵ Cf. TUBAU, Iván. *Teoría y Práctica del Periodismo Cultural*. Barcelona: Editorial ATE, 1982.

É evidente que esta escolha levou em consideração a necessidade (devido à limitação de propósitos da pesquisa) de exclusão de outros cadernos, jornais e cidades, assim como formatos, a exemplo do jornalismo de revista (campo privilegiado de desenvolvimento do gênero), jornalismo eletrônico, jornalismo radiofônico e o já nem tão incipiente jornalismo *online*, temas para futuros mapeamentos.

Quanto ao período, a restrição à última década e meia do século XX pareceu-nos adequada em vista da sua atualidade e centralidade no quadro de transformações, com antecedentes que retrocedem aos anos 50 e efeitos que se desdobram até nossos dias, levando-se em consideração que as mudanças cruciais, aparentemente, se deram durante a década de 80 e se consolidaram no decênio seguinte. Como veremos, o recorte concentrou-se em dois momentos, no início e no fim da década de 90, na busca de indícios que revelassem os pontos sensíveis transcorridos no intervalo entre ambos.

Vejamos agora algumas (tentativas de) definições. Sintomaticamente, no I Encontro Ibero-Americano de Jornalismo Cultural,⁶ realizado em 2001 na cidade do Porto, em Portugal, diversos especialistas europeus e sul-americanos se reuniram para debater o jornalismo cultural e chegaram a um ponto *inconclusivo* quanto às definições, com exceção da evidente “carga negativa que o termo comporta”.

Merece destaque, além da expressiva falta de consenso, o fato de que houve quem se interrogasse sobre a *existência* do jornalismo cultural, como o crítico, poeta, e ensaísta Arnaldo Saraiva, que questionou se este formato não seria apenas um “eco da indústria que lhe está associada”. Também para o teórico catalão Iván Tubau, da Universidad Autónoma de Barcelona, simplesmente “o juízo objetivo [sobre a área] não existe, muito menos sobre as matérias-alvo do jornalismo cultural”.

À parte a dúvida imobilizadora, em uma conjuntura de *antropologização da cultura* onde quase tudo é cultural, o professor lisboeta Guilherme d'Oliveira Martins, da Universidade Lusíada, sugeriu que o jornalismo cultural “não deve limitar-se à noção um pouco estranha e ambígua da produção de conteúdos, mas sim à noção efetiva de criação”. Diversamente, a concepção de que o jornalismo cultural está intimamente ligado à comunidade/nação a que respeita também foi aventada, assim como a idéia de que seja uma das formas de “fazer socialização (objeto de toda a informação)”.

⁶ Cf. SILVA, Neto da; TRIGO, Pedro Matos. I Encontro Ibero-Americano de Jornalismo Cultural. 2001, Porto, Portugal. *PCLA*, [s/r], Volume 3, nº 1, out. 2001. Acesso em 14 mar. 2005.
Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/revista9.htm>>.

Neste sentido, José Marques de Melo destacou no evento que o jornalismo cultural é um “espaço que pode transformar-se num instrumento da diversidade cultural: melhor compreensão das diferenças entre os povos e o respeito por essas diferenças”. De forma análoga, o professor da Universidade de Santiago de Compostela (USC) Luis Alvarez Pousa apontou que o atual modelo de jornalismo cultural relaciona-se “à deselitização da cultura e ao favorecimento de uma cultura universal, sem contudo prejudicar as culturas regionais”. Para aumentar a complexidade do tema, outro catedrático, Manuel Parés i Maicas, apresentou uma proposta de definição prática que exclui a cultura científica e tecnológica, bem como outras “culturas especializadas como a gastronomia”, da esfera de atuação do jornalismo cultural.

Conceitos – Como vemos, não há ponto pacífico em relação ao tema. Em princípio, dada a dificuldade de definição conceitual mesmo entre especialistas, consideramos neste trabalho a acepção mais crível do *jornalismo* como um “processo social que se articula a partir da relação (periódica / oportuna) entre organizações formais (editoras / emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal / revista / rádio / televisão / cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos)” (Marques de Melo, 2003:17). Como mediação coletiva, portanto, o *jornalismo* é uma necessidade social com os atributos de universalidade e instantaneidade. Neste sentido de processo contínuo, ágil e veloz, a *notícia* pode ser entendida como informação nova (Dijk, 1990:16) com os fundamentos de, segundo a classificação de Fraser Bond, informar, interpretar, orientar e entreter.

A especificidade do *jornalismo cultural*, entretanto, permanece definitivamente ambígua e em aberto, sendo que para o pesquisador catalão Iván Tubau significa “la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación”,⁷ enquanto para Jorge Rivera se trata de:

“una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las ‘bellas artes’, ‘las bellas letras’, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental.”⁸

⁷ Cf. TUBAU, Iván. Op. Cit.

⁸ Cf. RIVERA, Jorge B. *El Periodismo Cultural*. Buenos Aires: Paidós Estudios de Comunicación, 1995.

Segundo Marques de Melo, seus núcleos de interesse residem na *informação* (saber o que se passa) e na *opinião* (saber o que se pensa sobre o que se passa). Assim, os gêneros jornalísticos, definidos a partir da evolução dos acontecimentos e da relação entre os mediadores (jornalistas) e os protagonistas (personalidades ou organizações), se dividem em *informativo* (nota, notícia, reportagem e entrevista) e *opinativo* (editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta). Por esta definição conceitual, o jornalismo cultural seria um *formato híbrido* que, apesar de essencialmente fundamentado na opinião do comentário, do artigo e da crônica, modernamente também abre mão de recursos basicamente informativos, seja na notícia e na nota, como na reportagem e na entrevista.

Sobre a definição de cultura, outro tópico *móvel* de extrema complexidade, a referência provém do antropólogo norte-americano Clifford Geertz que, conforme a leitura de Roger Chartier,⁹ a conceitua como “um padrão, transmitido historicamente, de significados corporizados em símbolos, um sistema de concepções herdadas, expressas em forma simbólicas, por meio das quais os homens comunicam, perpetuam e desenvolvem o seu conhecimento e as atitudes perante a vida”. Cultura, entre tantas outras coisas, equivale a *compartilhar conhecimento*, como na acepção aqui adotada.

Como *objetos focais de atuação* do jornalismo cultural, consideraremos as seguintes manifestações coletivas: *artísticas*, como as artes tradicionais literatura, teatro, dança, pintura, escultura, arquitetura, cinema e música (popular e erudita), e as mais recentes (que constituem fontes seguras de receita publicitária) como gastronomia, *design*, instalações e artes performáticas, vídeo-arte, arte digital, publicidade e moda (*Figuras 27 a 30 do Anexo 9*); mas também *culturais*, como filosofia, sociologia, letras, ciências e comportamento. São áreas que servem como referência, não esgotando ou excluindo, no entanto, as demais manifestações paralelas ou adjacentes que porventura se tornem pauta de veículos informativos e de cobertura especializada.

Esta ressalva se torna pertinente quando observamos, por exemplo, dissecações de cadáveres realizadas em museus para platéias majoritariamente compostas por anatomistas e estetas. Tal como ocorreu em novembro de 2002 quando, na frente de 500 pessoas, o professor alemão Gunther von Hagens realizou em uma galeria de arte a

⁹ GEERTZ, Clifford. *The Interpretation of Cultures*. Nova York: Basic Books Inc., 1973, p. 89. Apud: CHARTIER, Roger. História Intelectual e História das Mentalidades: Uma Dupla Reavaliação. In: *A História Cultural: Entre Práticas e Representações*. Lisboa: Difel, 1988. p. 67.

primeira autópsia pública na Inglaterra em 170 anos, ou mesmo quando ocorre cruzamento temático entre assuntos aparentemente díspares, como esporte e filosofia, política e arte plásticas, publicidade e política cultural, comumente contemplados por abordagens artístico-culturais. Tudo *é* cultura. Tudo *está* na cultura.

A *crítica*, por sua vez, é um gênero impuro pela própria fluidez de seu objeto. Entretanto, não há como se definir o jornalismo cultural sem a crítica, pois tal procedimento equivaleria a falsificá-lo, seria reduzi-lo à simples informação, a um *agendismo* inócuo, e privá-lo de alguns de seus principais componentes: *a argúcia sobre o tempo e a reflexão sobre a experiência*. O jornalismo cultural pode não ser (sempre) arte, e já quase não se duvida, mas ele deve respeitar a arte transformadora que o justifica e a cultura vibrátil que o abriga. Assim, em seu modelo ideal:

“Los suplementos son peligrosos, porque separan la cultura del resto del periódico, pero permiten dar más información y ofrecen un espacio específico para la crítica, la reflexión e el análisis. Las secciones culturales de la prensa escrita pueden luchar contra la pasividad, introducir elementos críticos para convertir esa cultura amenazada de falsificación en algo vivo y eficaz.”¹⁰

Este aspecto sociopolítico da questão será desenvolvido à frente. Por ora, retrocedamos e lembremos que não há gêneros puros em um período histórico marcado por hibridismos como o atual. O jornalismo cultural, que informa e também opina, não é um gênero em si, mas abriga todas as formas de expressão e possui um objeto que não lhe é exclusivo, apesar de especializado. Pode-se falar de cultura em qualquer caderno, e muitas vezes isso acontece, mas os cadernos e suplementos, em um processo que à frente veremos, se tornaram seu *habitat* nos jornais. Em suas várias encarnações, o jornalismo cultural já foi “coisa de mulher”, já corporificou as “artes e espetáculos”, já foi “crítica acadêmica”, “resenha jornalística”, “escracho militante”, “ vaidade autoral”, “serviço ao consumidor”, “fofoca de bastidor” e demais. Não é um gênero, é uma *área temática informativo-opinativa que se adapta às conjunturas artístico-culturais*. Não se concebe um gênero jornalístico especializado em cultura, pois qualquer gênero jornalístico, seja informativo, opinativo etc., pode abrigar conteúdos culturais. “O gênero jornalístico não se define pelo conteúdo e sim pela forma de expressão”, como define Marques de Melo.¹¹

¹⁰ Cf. TUBAU, Iván. Op. Cit.

¹¹ MELO, José Marques de. Cultura, jornalismo e o mercado em rotação. *Revista PJ:Br - Jornalismo Brasileiro*, São Paulo, ECA/USP, 3ª edição. 10 nov. 2003. Acesso em 19 fev. 2005. Entrevista concedida a Marcelo Januário.

Da mesma maneira, não há fórmula que defina o *crítico*. Podemos mesmo perguntar: o que leva um jornalista (ou qualquer pessoa) a se tornar um crítico? Sem teorizações estéticas que transcendam o jornalismo, José Paulo Lanyí afirma que há várias respostas para esta pergunta, desde o jornalista “apaixonado pelo setor analisado e [que] faz de tudo para melhorá-lo”; ou aquele que “por soberba (...), faz de tudo para destruí-lo”; talvez o especialista involuntário que trabalhou “tanto no assunto que, por decisão própria ou a convite de terceiros, enveredou-se pela análise permanente”; o sujeito “pop [como] aquele músico que, do dia para a noite, torna-se o astro dos comentários esportivos da TV (e do jornal também)”; o profissional “sádico e [que] quer aparecer. Combinação deletéria... Quanto mais aparece, mais estragos produz e, assim, mais aparece”; ou o profissional que “é especialista em generalidades (ou seja, jornalista clássico). Ele é tão bom nisso que, com algum treino, poderá falar, com rara propriedade, sobre as coisas do turfe e, no dia seguinte, da culinária malaia”; o que “é chato, palpiteiro, sabe tudo. Tem que ser ouvido, ainda que à força”; e, por fim, o de caráter “‘polêmico’. De preferência, ‘do contra’, ainda que não acredite em nada do que escreva”.¹² Apesar do deboche, muitas vezes o crítico de jornal parece mesmo surgir destas motivações prosaicas e casuais. Mas há conceitos e motivações mais *formais*.

A crítica – Aparentemente, considerarmos a crítica como o cerne e diferencial do jornalismo cultural, mas evidentemente não como seu único aspecto formativo, torna-se necessário (e inevitável) devido ao próprio processo de desenvolvimento da avaliação de artes ocorrido no Brasil.

Escritores-jornalistas do século XIX, como Machado de Assis e José de Alencar, já militavam no jornalismo com críticas culturais, como ocorreria com muitos outros intelectuais durante as décadas seguintes, até as transformações que eclodiram nos anos 50 e, para muitos, transformariam para sempre o quadro. A crítica, assim, se desenvolveu nas páginas dos jornais e pode ser considerada (aqui o é) como a *substância* do jornalismo cultural, mesmo que este formato tenha adquirido outros contornos com a formatação da reportagem e do serviço. E crítica em estrito sentido jornalístico, *feita no corpo do jornal*:

Disponível em: <http://www.eca.usp.br/prof/josemarques/arquivos/entrevistas2_c.htm>.

¹² LANYI, José Paulo. Odiados, mas necessários. *Comunique-se*, São Paulo, 24 mar. 2005. Acesso em 28 mar. 2005. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3D21099%26Editoria%3D240%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D68626709089%26fnt%3Dfntnl>>.

“Críticas são escritas para serem publicadas em jornais, suplementos e revistas. Por isso, consideramo-las *textos diferenciados no corpo do jornal*; não são notícias ou reportagens, cujo objetivo imediato é informar o leitor sobre um acontecimento qualquer, mas um texto informativo-opinativo, que abusa da função expressiva da linguagem com o objetivo de atrair o leitor para a obra artística e refere-se a um acontecimento específico. Assim, as críticas são irmãs mais próximas da crônica, do comentário, da coluna, da resenha. E, como todas elas, é um texto dúbio, com personalidade incerta; um pé na literatura, outro no jornalismo.” (Garcia, 2004:71) [grifo nosso]

Avançando, podemos de modo geral considerar que o jornalismo cultural “reflete e projeta os modos de pensar e viver dos grupos sociais mais diretamente interessados (e, muitas vezes, elitizados) com as tendências e expressões artísticas, literárias e musicais de cada época” (Gadini, 2003:89). Existe mesmo a distinção teórica, com bases nos fundamentos da filosofia grega, que ajudam a visualizar os modelos de jornalismo cultural que se formaram no transcorrer da história da imprensa brasileira. Para este enfoque, permeiam a atuação do jornalismo cultural relações entre o pictórico e o verbal, o efêmero e o sempiterno, o sacro e o profano e outros dualismos.

“O jornalismo cultural que contempla uma maior quantidade de pictórico sobre verbal”, afirma Marlene Fortuna, possui um caráter “mais *popularesco*, que é diferente de popular, sensacionalista; contempla a efemeridade, a brevidade dos ritos contemporâneos, a dessacralidade, a cultura do digestivo fácil, a indústria do entretenimento, a indústria do espetáculo, a feira mercadológica mundial; a outra vertente, seria o jornalismo cultural *que se aproxima e tangencia a episteme*, que é o oposto do outro”.¹³

Assim, mesmo que a aproximação entre os conceitos de *crítica* e de *jornalismo cultural* deixe espaço para imprecisões e usos diferenciados, acreditamos na equivalência plausível entre eles, como fica implícito no termo *resenha crítica*, utilizado por alguns autores para se referirem ao formato que temos em mente. O termo *jornalismo cultural* em si, considerado como receptáculo privilegiado do gênero jornalístico opinativo com relação às artes e à cultura, desdobra-se então em duas definições (quase) correlatas: *crítica* e *resenha*.

“O gênero jornalístico que se convencionou chamar de *resenha* corresponde a uma apreciação das obras-de-arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores. Na verdade, o termo *resenha* ainda não se generalizou no Brasil, persistindo o emprego

¹³ FORTUNA, Marlene. *Tendências do Jornalismo Cultural*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 01 dez. 2004, Bienal/ABECOM/ECA. [Transcrição].

das palavras *crítica* para significar as unidades jornalísticas que cumprem aquela função e *crítico* para designar quem as elabora.”¹⁴

Já nesta definição temos um indício das dificuldades no exercício da atividade, visto que expõe a transformação ocorrida entre o período transitório vivido pelo jornalismo cultural brasileiro, de sua fase amadorística até os anos 30 com a predominância de intelectuais e da crítica embasada, para a fase profissionalizante, onde se tornou um exercício rotineiro, mais generalista, utilitário e popular. No início, na apreciação das áreas tradicionais como literatura, música, teatro e artes plásticas, os críticos elaboravam textos de profundidade, dirigidos para um público que era ao mesmo tempo consumidor dos jornais e das obras de arte.

Com o crescimento da indústria, a própria atividade se reinventa para atingir um contingente maior de leitores, tanto da classe média como do operariado qualificado, que acorrem aos jornais. De fato, desde a consolidação das reflexões críticas no país, fato ocorrido entre a segunda metade do século XIX e começo do XX, os textos de análise crítica possuíam um caráter interpretativo, sendo movidos pela busca da identidade nacional, ou seja, pela colaboração na configuração de uma arte essencialmente nacional (Garcia, 2004:109), quando os padrões europeus ditavam todas as manifestações artísticas. A profundidade e a motivação do crítico encontravam ecos no seu leitor, também consumidor e detentor de conhecimentos na área analisada:

“Historicamente, a crítica começa na imprensa brasileira pelas áreas artísticas tradicionais: a literatura, a música, o teatro e as artes plásticas. Até o início do século XX, era feita em profundidade. Havia maior coincidência entre o público leitor do jornal e o público consumidor de obras de arte. Isso exigia do crítico um apuro maior nas análises, um conhecimento em profundidade da arte que estava criticando, se quisesse agradar ou fazer sentido para um leitor que conhecia o assunto. Também permitia a elaboração de textos mais generosos, em relação à quantidade de informações que continha, e no dialogismo entre os enunciados, porque encontravam leitores ávidos e donos de informação suficiente para absorver esses enunciados.”¹⁵

Com a transição para o mercado industrial de bens culturais, os intelectuais se recusaram à simplificação que então se anunciava, ao passo que os editores, em sentido

¹⁴ MELO, José Marques de. *Jornalismo Opinativo: Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro*. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003. (3ª edição). p. 129.

¹⁵ GARCIA, Maria Cecília. *Reflexões sobre a Crítica Teatral nos Jornais: Décio de Almeida Prado e o Problema da Apreciação da Obra Artística no Jornalismo Cultural*. São Paulo: Editora Mackenzie, 2004. p. 108-109.

contrário, pretendiam ampliar o raio de influência da crítica de arte, retirando-a do casulo das elites universitárias e eruditas e levando-a ao grande público que surgia.

Os intelectuais se refugiaram nas publicações especializadas acadêmicas, rogando para si a posição de *críticos*, deixando os meios massivos para os novos profissionais, formados nas recém-criadas faculdades de comunicação, para quem cabia o papel de elaborar as *resenhas* (do inglês *review*) sobre os novos produtos culturais.

O massivo – Como cenário, as transformações ocorrem na forma e no conteúdo, sintonizando-se com os novos produtos criados em escala industrial. A indústria fonográfica substitui a música de câmara assim como a indústria editorial suplanta a literatura. A crítica estética, que situava as criações em seu momento histórico, cede lugar ao despojamento do comentário conjuntural.

Trata-se de uma transformação profunda na relação com o conhecimento e, por mais que os teóricos de Frankfurt tenham condenado esta transição, ela adquire certos aspectos positivos quando, na visão de Enzensberger, por exemplo, os novos meios acabam por completo com a *propriedade intelectual* e liquidam a herança, isto é, a transmissão de capital imaterial, específico de determinadas classes.¹⁶ A mesma idéia de recepção coletiva, que pode se estender para uma nova relação da massa com a arte e a cultura, é expressa por Martín-Barbero (em sua interpretação de Benjamin), que vê na técnica e nas massas *um modo de emancipação da arte*.¹⁷ O fato é que o desenvolvimento capitalista provocou a ruptura do estatuto da arte. Diante dos novos formatos, a estética tradicional se tornou defasada perante a sensibilidade que surgia, trazendo alterações de fundo na própria conformação do ato criador:

“A perplexidade da crítica literária diante da assim chamada literatura documental indica até que ponto a mentalidade dos críticos ficou atrasada em relação ao estado atual das forças produtivas. Isso se deve ao fato de que os meios de comunicação eliminaram uma das categorias mais fundamentais da estética tradicional, a da ficção. A dicotomia ficção–não-ficção ficou paralisada da mesma forma que a dialética entre ‘arte’ e ‘vida’, tão em voga no século XIX.”¹⁸

As transformações experimentadas pela arte na sociedade moderna se refletiram não apenas na sua produção, mas também na sua apreciação. Parte deste efeito também

¹⁶ ENZENSBERGER, Hans Magnus. *Elementos para uma Teoria dos Meios de Comunicação*. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, 1979. p. 75.

¹⁷ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. (2ª Edição). p. 88.

¹⁸ ENZENSBERGER, Hans Magnus. Op. Cit. p. 135.

foi teorizado por Walter Benjamin na sua célebre tese sobre a perda da aura da obra artística –“A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica”¹⁹– segundo a qual o desenvolvimento da indústria afetaria tanto a produção como a recepção: “O estatuto privilegiado do original é questionado pela profusão e perfeição das reproduções. (...) Ao recolhimento e à contemplação de um pequeno círculo de iniciados respeitosos, substitui-se uma recepção de massa, distraída, e mesmo indiferente”,²⁰ escreveu. A idéia de massa como objeto amorfo, entretanto, foi gradativamente substituída por um *pensamento positivo* sobre as massas. A massa (a que Le Bon se refere como um “fenômeno psicológico pelo qual os indivíduos, por mais diferente que seja seu modo de vida, suas ocupações ou seu caráter, ‘estão dotados de uma alma coletiva que lhes faz comportarem-se de maneira completamente distinta de como o faria cada indivíduo isoladamente’”),²¹ já não é o campo de manobras e de manipulação, de anonimato, passividade e conformismo tal qual a Teoria Crítica descrevia.

Com efeito, a *indústria cultural* significando apenas “o conjunto de mecanismos e operações através dos quais a *criação* cultural se transforma em *produção*” já não possui eficácia explicativa plena, mesmo que inclua a *regressão até um estado primitivo* que faz da massa uma energia sem controle, inevitavelmente encarada com receio por colocar em perigo *rígidos privilégios sociais* e dissolver *sagradas demarcações culturais*. Nas formulações posteriores à influência da Escola de Frankfurt, a massa é o uno e o múltiplo, o modo “como as classes populares vivem as novas condições de existência”, mas também a intensificação da individualidade, um “popular ligado à modernidade, à mestiçagem e à complexidade do urbano” no qual os verdadeiros problemas “se situam nos desníveis culturais como indicadores da organização e circulação da nova riqueza, isto é, da variedade das experiências culturais” (Martín-Barbero, 2003:70).

Um fato é que a cultura de massa (a “hibridação do nacional e do estrangeiro, do pateticismo popular e da preocupação burguesa com a ascensão”) possibilitou, pela primeira vez, a comunicação entre os diferentes estratos da sociedade. Um outro aspecto é que, em tese, os *jornais* conduziram este fluxo com uma boa dose de passionalidade, pois, como afirma Martín-Barbero, a cultura urbana massiva “‘corrige’ seu mercado

¹⁹ Cf. BENJAMIN, Walter. *Magia e Técnica, Arte e Política: Ensaios Sobre Literatura e História da Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

²⁰ GAGNEBIN, Jeanne Marie. *Walter Benjamin: Os Cacos da História*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1982. p. 54.

²¹ MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op. Cit. p. 60-61.

materialismo –o que importa, o que tem valor é o econômico e o que significa a ascensão social– com o transbordamento do sentimental e do passional”.²²

A Nova Crítica – A transformação crucial na recepção e apreciação da arte já gerou muitas polêmicas no país, sendo que o principal protagonista de uma das mais barulhentas delas foi o professor, crítico literário e jornalista baiano Afrânio Coutinho (1911-2000). A controvérsia se inicia em 1948 quando, após retornar de uma viagem aos EUA durante a qual exerceu o cargo de redator-secretário da revista *Seleções do Reader's Digest* em Nova York, Afrânio Coutinho empreendeu na seção “Correntes Cruzadas” (do *Suplemento Literário* do *Diário de Notícias* do Rio de Janeiro) uma campanha pela renovação da crítica. Este movimento ficou conhecida como “Nova Crítica”, ligado ao formalismo norte-americano do *New Criticism*, uma análise estético-literária que floresceu entre os anos 40 e 60 e que privilegiava a ênfase apreciativa da obra. Assim, em meados do século XX, esta era a definição nada satisfeita de Coutinho para a crítica brasileira:

“(...) crítica é aquela atividade que se exerce de maneira sistemática e militante nos folhetins e rodapés de jornais semanalmente, na maioria dos casos. Não interessa o conteúdo. (...) No comum, ela consiste em um longo artigo, em que um livro ou um autor servem de pretexto para divagações mais ou menos pessoais do ‘crítico’, a propósito ou à margem do assunto tratado. Será possível, analisando-se os exemplos mais típicos, reduzir a técnica a uma fórmula ou nariz-de-cera que se ajusta, mais ou menos, com algumas variantes, à maioria dos casos.” (Coutinho, 1975:59-60)

No Brasil, onde supostamente a crítica correspondeu à terceira fase do modernismo, Tristão de Athayde antecipou a tendência da Nova Crítica ao defender em seu livro “Afonso Arinos” (1922) o *expressionismo crítico*, que consistia em privilegiar o objeto, a obra, e não o sujeito, o crítico e suas impressões das obras. Por esta ótica, a teorização da crítica como disciplina científica batia de frente com a prática de apreciação habitualmente realizada nos jornais. A *nova crítica* científica, assim como a crítica erudita, não tinha mais espaço no jornalismo moderno que emergia do pós-guerra, um modelo em transformação que era impulsionado pelo rápido crescimento da indústria de bens culturais e do público consumidor a abandonar o caráter majoritariamente *opinativo* pelo *informativo*.

Era nestes parâmetros que, já naquela época, a crise da crítica se anunciava:

²² Idem. p. 236.

“Periodicamente, surgem na imprensa lamentações pelo desaparecimento da crítica, que não mais preenche sua função. Os folhetins críticos escassearam, quase não mais existem. A crítica legítima desertará do jornal, refugiando-se nos órgãos especiais, acompanhando a evolução dos estudos literários. Não há mais clima para estes nos jornais, como não há para a crítica erudita.” (Coutinho, 1975:14)

Tal campanha pregava a renovação dos métodos e processos da crítica, provocando reações e controvérsias no ambiente letrado e jornalístico nacional. O propositor Afrânio Coutinho foi acusado pelos desafetos de ser inimigo das chamadas *críticas de rodapé*, feitas principalmente em jornais e por jornalistas, ao aventar a sua “extinção”. Na verdade, se defendia Coutinho, a proposta era a reavaliação da crítica de rodapé, que ele identificara com o modelo do *review* anglo-saxão.

Os ingleses e norte-americanos, conforme comprovou, tinham bem clara a distinção entre “criticism” e “review”, ou seja, entre *crítica* e *resenha*: “praticada na imprensa diária, a crítica não podia deixar de sofrer a influência do espírito ligeiro e superficial do jornalismo, o que lhe comunicou um caráter circunstancial, aproximando-a do tipo do ‘review’ dos ingleses e norte-americanos” (Cf. Coutinho, 1968). Nos EUA, comparava, não existe o rodapé nos jornais. Existe o *Review*, que são seções de registro de livros, e seus autores não são tidos como críticos. Ainda mais que “nenhum grande crítico americano assina uma seção permanente, diária, semanal ou mesmo mensal de crítica”. Deixam esta tarefa para os *repórteres de livros*, que enchem as páginas dos jornais com as notícias de livros, “mais ou menos encomendadas e controladas pelas casas editoras” (Coutinho, 1969:22). Entretanto, por encarar a literatura com “um espírito de facilidade e mercantilismo”, o *reviewer* não é levado a sério (muito menos reverenciado) por ninguém no país-sede do capitalismo moderno, os Estados Unidos.

“Assim o ‘review’ é um gênero jornalístico, é um tipo de crítica aplicada à informação jornalística. Parte da crítica, no sentido de que o ‘reviewer’ deve ter experiência literária, conhecer os problemas literários e críticos, inspirar-se em cânones críticos, na avaliação do livro. Mas o que ele faz no jornal, periodicamente, não é crítica, embora isso não queira dizer que ele não possa ser um crítico e fazer crítica em outra ocasião. A crítica exige diferentes métodos e critérios que tornam o seu resultado incompatível com o exercício periódico e regular em jornal, e mais incompatível com o próprio espírito do jornalismo, que é informação, ocasional e leve. A crítica é para ‘scholars’, intelectuais; o ‘review’ é para consumo popular e por isso deve ser legível e informativo.” (Coutinho, 1975:79-80)

Pois no Brasil, onde o universo intelectual girava em torno da literatura, havia naquela época (talvez ainda hoje) a noção de que crítica era o que os jornais traziam nos ditos rodapés, impedindo o desenvolvimento da verdadeira crítica literária *científica*. O sucesso público da resenha impressionista a tornava desde o século XIX uma tradição arraigada na imprensa brasileira, que não via com bons olhos a introdução de novas exigências para a tarefa crítica. Entretanto, para Afrânio Coutinho o espírito do jornalismo moderno já não comportava o antigo diletantismo nem as necessidades da nova disciplina crítica especializada.

“Entre nós, só se compreende como crítica a que se exerce nos jornais, sob forma de rodapé, a respeito dos livros publicados. É a fórmula francesa do século XIX, (...) uma fórmula esgotada e superada. No Brasil, apesar das queixas, só pouquíssimos resistem ainda agora. O simples noticiário dos livros das seções de colonismo a substituiu com mais propriedade jornalística. Pois o moderno jornalismo, trepidante e superficial, já não comporta os longos rodapés nos quais os críticos se derramavam sobre ou a propósito dos livros.” (Coutinho, 1960:13)

Para o *crítico da crítica*, no Brasil ela se reduzia justamente ao subjetivismo dos rodapés, onde imperavam os “crítico-jornalistas”, diletantes da crítica vindos de outras áreas que não as letras, em um momento em que as faculdades de jornalismo, lembremos, ainda estavam em estágio de implantação. O rodapé, um *jogo arbitrário* e de *espírito superficial*, era por aqui a última palavra em crítica: “a atividade jornalística de registro de livros, em alguns casos exercida com inteligência e saber, que se costuma batizar de crítica entre nós”, argumentava com pesar Afrânio Coutinho.

O princípio norteador da renovação supunha que a crítica e a resenha fossem formas de apreciação ligadas e assemelhadas, mas não idênticas: “*Criticismo* é a crítica elevada, séria, técnica. *Review* é a nota ligeira, jornalística, efêmera. (...) Contudo não é jamais a crítica”. Assim, é necessária a separação da *grande crítica* (feita em boas revistas literárias e em estudos sérios) do rodapé, que invariavelmente resulta em uma crítica “aleatória, inconsistente, sem padrões nem guias, condicionada à impressão pessoal, às flutuações dos motivos e objetivos pessoais do autor, ao seu caráter, às circunstâncias do ambiente em que ele se move, às imposições de natureza extraliterária, política ou social” (Coutinho, 1969:23).

Com a evolução da área, eram necessários novos métodos, critérios e códigos éticos, longe “da improvisação irresponsável, do enciclopedismo superficial, do comentarismo metido a crítica, da ignorância feita padrão” que por aqui imperavam.

Para Coutinho, tradicionalmente nos jornais brasileiros escreviam-se artigos paralelos e marginais, que não implicavam *nem a necessidade de se ler o livro*. Eram opiniões feitas sem uma maior preparação, à base do improviso, em suma, uma “crítica opiniática do gostei-não-gostei ou do achismo, ou do personalismo ou grupalismo das panelinhas ou dos partidos políticos”, que o autor identificava na maioria dos críticos de jornal, na sua “atividade apressada” (Cf. Coutinho, 1969).

Ademais, não há meios de o *comentarismo crítico* praticado pelos jornalistas ser embasado, pela natureza ágil dos veículos, onde a pressa impede a fruição completa das obras. De tal forma que, com a evolução técnica e de conceitos pela qual passou a crítica, a antiga crítica jornalística foi deslocada para a posição de *resenha*, cujo traço distintivo seria a divulgação editorial, tarefa onde o profissional tem que ser *mais subjetivo, mais expositivo, mais repórter*. O jornalismo, por sua essência informativa, procura dar conta de todas as manifestações que vêm à tona e não deve, por isso, reivindicar a análise crítica aprofundada. O artífice da *campanha* escreveu em 1956:

“O ‘reviewer’ é um jornalista, trabalhando sobre um tipo específico de notícia, o livro do momento. Enquanto o crítico é um profissional especializado na análise, interpretação e julgamento da obra de arte literária, não pertencente a nenhum tempo determinado porque é sempre sua contemporânea. O livro objeto do ‘reviewing’ pode morrer e jamais tornar-se matéria para a crítica.” (Coutinho, 1975:73)

Logo, Coutinho não pregava, como o acusavam os opositores, a destruição da crítica de jornal, que considerava útil e necessária como *notícia jornalística*. Era para atender a essa natureza noticiosa do jornalismo moderno que os comentaristas deveriam se adaptar às novas necessidades de um público leitor cada vez mais volumoso. Atacava sim a autoridade com que os críticos-jornalistas revestiam sua atividade na nova conjunção, os rodapés que “não merecem o respeito e a veneração de que são cercados, o prestígio que se lhes empresta”, já que o que fazem são *meros registros de livros*, “sem nenhum valor de julgamento, nem para o bem nem para o mal” (Coutinho, 1975:21).

Valor de julgamento, eis uma chave para o problema da suposta *crise do jornalismo cultural*. Para Coutinho, a crítica é o exercício da capacidade julgadora, valorativa, uma forma de arte, segundo os ensinamentos de Tristão de Athayde e dos teóricos anglo-americanos. Além disso, a crítica de contemporâneos implica uma série de condições de ordem moral, como “equilíbrio interior, pureza de intenções, fidelidade

a certos princípios, honestidade de meios, –sem as quais o crítico não passa de um fraseador vulgar”. No Brasil, entretanto, a crítica de rodapé estraga a melhor vocação crítica, pois são raros os que “resistam à tentação do pedantismo, do dogmatismo, da compenetração, raros os que não se deixam dominar pela noção de auto-suficiência e de exagerada consciência de si próprios que provém do prestígio do rodapé” (Coutinho, 1975:20). Para corroborar sua tese de prestígio imerecido dos rodapés, Coutinho recorre a Nelson Werneck Sodré que anteriormente já havia desqualificado o noticiário adjetivado como *provincianismo* fora da realidade, empenhado em “distribuir adjetivos, classificando tais obras em boas, más, regulares” (Coutinho, 1975:65).

Argumenta que os rodapés não correspondem mais às necessidades e sensibilidade do público atual, uma vez que análises acuradas da natureza e finalidade do jornalismo moderno mostraram que “o público não exige os rodapés de crítica, nem sente falta deles, com o seu desaparecimento dos grandes jornais”. Tal necessidade reside doravante no comentário informativo sobre os livros aparecidos, sobre o que acontece no mundo dos livros, sobre a natureza deles, o assunto de que tratam, e notas leves, informativas, deixando ao leitor o trabalho de ler e de julgar o valor da obra (Coutinho, 1975:56-57).

No limite, a crítica de rodapé seria uma *comédia*, que não dialoga com os artistas e desinteressa os leitores, confundindo a ambos. Além disso, muitas vezes resvalava para o compadrismo, especialmente quando assinada por desconhecidos, o que gerou a necessidade, depois adotada como padrão, de indicação sobre a qualificação do autor do texto. Assim, decretava o autor em sua coluna de 3 de julho de 1955:

“a nossa superficialidade jornalística e a irresponsabilidade gerada por nossa falta de consciência universitária, fazem do julgamento crítico entre nós uma verdadeira comédia, pelas contradições e o desencontrado de seus pronunciamentos, desde o elogio rasgado à condenação mais deslavada. O autor, desarvorado por juízos tão opostos, fica sem saber quem é o idiota: se ele ou os seus críticos. Mas uma certeza ele forma: a da inutilidade da crítica.” (Coutinho, 1975:42)

Portanto, se o rodapé já não tinha qualquer utilidade sequer para o leitor, a não ser como *informação*, se o jornalismo moderno só admitia a resenha breve e simples, superficial e efêmera, era para Coutinho um dever público a sua inadiável abolição. O jornal, onde não mais havia espaço para a crítica científica, não poderia pretender a avaliação embasada das obras, desnecessária para o artista e indesejada pelo público.

Deveria assumir definitivamente a forma de lista de lançamentos, sem pretensões críticas valorativas. Como conclusão da campanha, o autor propunha a *desmoralização do rodapé*: “Não se abandonem os folhetins, mas atribua-se-lhes apenas a devida e modesta posição de registro de livros. Não pensar neles em termos de crítica, nem exigir deles a função que a ela compete” (Cf. Coutinho, 1975).

Não imaginava ele como este formato se prolongaria pelo século afora em novas mutações da indústria e do jornalismo. A tarefa histórica da Nova Crítica se obliterou, mas a diferenciação que emergiu há mais de meio século deste debate é clara, e se os *reclamadores do jornalismo cultural* insistem hoje, como veremos, em requerer consistência crítica da resenha, é porque a distinção não é muito clara nos trópicos, não a enfatizam suficientemente ou a ignoram absolutamente. Tal fato, independentemente da veracidade dos motivos, não justifica a *hübris*, a egolatria inercial, o personalismo exacerbado, a falta de pesquisa, o texto medíocre, a desídia e o despreparo intelectual, os interesses espúrios e a promiscuidade com o mercado; Acusações *recorrentes* dirigidas ao jornalismo cultural na passagem para o século XXI.

Também o compromisso público do jornalismo corre riscos, uma vez que, ao tangenciar as idéias *optando pelo comportamento*, os resenhistas fazem um *resumo acrescido de senões e impressionismos* cujo resultado invariável acaba por ser a desinformação do leitor sobre o que é “realmente bom, original, maduro”.²³

A resenha – Segundo Marques de Melo, a separação teórica entre crítica e resenha (o antigo *rodapé literário*) se dá justamente na existência ou ausência de aprofundamento dos temas e no público a que se dirigem, sendo que a resenha, como gênero jornalístico, é uma atividade propriamente jornalística “que se caracteriza por ser um ‘comentário breve’, quase sempre permanecendo ‘à margem’ da obra”,²⁴ feita para o consumo massivo e popular. A crítica, como gênero literário dirigido a estudiosos, exigiria métodos e critérios que a tornam incompatível com a prática e o espírito do jornalismo diário, embasados na informação *ocasional e leve*.

Por este enfoque, o lugar da crítica estaria nas revistas especializadas, teses, livros e suplementos, *não se constituindo estritamente em função informativa nem tampouco opinativa do jornalismo cultural*. Neste, a função (utilitária) é feita pela resenha, que orienta o público na “escolha dos produtos culturais em circulação no

²³ PIZA, Daniel. Pontos luminosos. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 set. 2000. Caderno 2. p. 04.

²⁴ MELO, José Marques de. *Jornalismo Opinativo*. Op. Cit. p. 131.

mercado”, sem a pretensão de um julgamento essencialmente estético, baseada que é na apreciação ligeira e nos juízos de valor. Assim, a resenha deve informar sobre a natureza e a qualidade das obras, despertar o senso crítico, reforçar a identidade comunitária, aconselhar o consumidor quanto à compra de produtos, estimular os criadores, definir o que é novidade, documentar a produção e divertir o leitor. Apesar de *superficial por definição*, a resenha chega mesmo a interferir nos padrões de produção, ao dialogar com os realizadores.

Ainda na obra de Marques de Melo, encontramos as classificações das modalidades de resenha,²⁵ de acordo com seus principais teóricos. Para Fraser Bond, em um conceito um tanto redundante ela se divide em *clássica* (apreciação histórica), *relatorial* (apreciação descritiva), *panorâmica* (apreciação interpretativa) e *impressionista* (apreciação conjuntural). Já Todd Hunt a divide em *autoritária*, que “articula modelos históricos”, e *impressionista*, ligada à reação pessoal do crítico. Para Hunt, ao julgar a obra apenas pela sua inserção no quadro histórico, a crítica autoritária é conservadora e “distancia o público do centro da análise”, fechando-se a novas tendências e trabalhando com categorias estanques, presa ao passado. A impressionista, por sua vez, é demasiadamente autoral, não possui referencial, modelos ou padrões (tornando-se anárquica) e é datada, devido à sua perspectiva meramente temporal da obra, presa ao presente.

Nos EUA, conforme Hunt, a resenha é uma mistura dos dois modelos, que inclui o quadro referencial, a apreciação da obra e o gosto pessoal do autor. De forma semelhante, no formato brasileiro Afrânio Coutinho aponta a seguinte estrutura: introdução ao assunto da obra, dados sobre o autor, digressões e juízo pessoal. Sua prática, entretanto, é exercida *sem qualificação*, predominando o *achismo* e a falta de seriedade. Dividida entre os jornalistas *sem qualificação* e os intelectuais *sem distanciamento*, a crítica (ou resenha) brasileira segue sem uma definição conceitual e profissional. Comparando ao modelo europeu, Marques de Melo vislumbra um protótipo aceitável: o crítico como pessoa mediana, que não são ignorantes da área analisada, “nem tampouco vivem numa torre de marfim, desconhecendo a sensibilidade do público”. Mesmo aqui, na resenha, o objetivo está em “explicar, esclarecer, orientar o público no contato com as produções de um segmento da indústria cultural”.²⁶

²⁵ Idem. p. 134-135.

²⁶ Idem. p. 137.

A realidade brasileira, não obstante, tem mostrado que nossos resenhistas (ou críticos) são jornalistas improvisados, muitas vezes (des)considerados como *criadores frustrados* convertidos em árbitros poderosos que “oscilam entre o elogio e a verrina”. A expressão *patrulhamento ideológico*, em um período ainda relativamente politizado, surgiu para designar tais distorções. Entre as muitas causas prováveis e possíveis para isso (que adiante investigaremos), estão o *downgrade* intelectual, a baixa remuneração e a política do favor (*para os amigos tudo*), para muitos um traço do caráter nacional.

Por outro lado, o jornalismo cultural, preso à produção cultural massiva, talvez já tenha na sua própria essência o espetáculo e o entretenimento como aspectos de superficialidade inatos, pois, como destaca Marques de Melo:

“Trata-se do segmento jornalístico que focaliza os acontecimentos protagonizados pelos produtores culturais, sejam aqueles vinculados ao universo erudito, seja os outros situados na indústria cultural ou na cultura popular. Talvez a tendência vigente seja a de relativizar os acontecimentos literários, hegemônicos na primeira metade do século XX, dando mais realce aos fatos oriundos da indústria de bens simbólicos, especialmente a música popular internacional e o entretenimento televisivo.”²⁷

Pode-se dizer que a televisão e a música popular sejam, de certo modo, *ecos da oralidade*. Em vista da hipótese acima colocada restam, então, duas indagações para novos estudos: tais manifestações da indústria são de fato intrinsecamente epidérmicas por se distanciarem do padrão literário, do *código interpretativo* greco-romano?

E, se assim ocorre, como podemos debatê-las criticamente?

Crítica como discussão do fato estético

Em termos estéticos, um outro aspecto do domínio econômico sobre a pesquisa e a produção artística é levantado pelo filósofo francês Pierre Bordieu, que observa na interpenetração cada vez maior entre o mundo da arte e o mundo do dinheiro o surgimento de mecanismos que ameaçam a *autonomia da criação*.

Para Bordieu, o império da economia se dá “no interior mesmo do campo através do controle dos meios de produção e difusão cultural, e mesmo das instâncias de consagração” (Cf. Bourdieu, 1993). As exigências do mercado, afirma, são impostas aos produtores culturais nas pressões *mais ou menos fortes e diretas dos anunciantes*. Os produtores passariam então a, *mais ou menos inconscientemente*, se adaptar aos padrões

²⁷ Cf. MELO, José Marques de. Cultura, jornalismo e o mercado em rotação. Op. Cit.

que as condições de trabalho os “condenam”, construindo uma atividade intelectual normatizada, como ocorre “no *fast writing* e no *fast reading* que são muitas vezes a lei da produção e da crítica jornalísticas”.²⁸

Limitações técnicas, como escrita e leitura rápidas, e pressões estruturais, mercadológicas e publicitárias, são condições de existência impostas ao jornalismo. O resultado é uma planificação comercial da produção para atender aos interesses dos *intermediários* e, conseqüentemente, aos próprios interesses do produtor em se tornar *visível*. O caminho para os esquemas classificatórios está aberto por esta “construção”, que leva a produção cultural a ser definida já na origem por sua “data de publicação, seu título, seu formato, seu volume, seu conteúdo e seu estilo de maneira a satisfazer as expectativas dos jornalistas que a farão existir ao falar dela” (Bourdieu, 1996:377).

O que se torna imprescindível é a sincronia industrial entre produção, difusão e recepção, baseada nas homologias que garantem a *afinidade eletiva* na qual “um crítico apenas pode ter ‘influência’ sobre seus leitores na medida em que eles lhe concedem esse poder porque estão estruturalmente de acordo com ele em sua visão do mundo social, em seus gostos e em todo o seu *habitus*”. A homologia entre o campo de produção e o campo de consumo baseia-se na *sinceridade* –condição de eficácia simbólica– que é um acordo entre “as expectativas inscritas na posição ocupada e as disposições do ocupante”. O crítico, de fato, não se molda à opinião dos leitores nem a eficácia da crítica reside em um “ajustamento demagógico aos gostos do público”, mas submete-se a um “acordo objetivo, que autoriza uma perfeita sinceridade, indispensável também para ser acreditado e, portanto, eficaz”. Assim:

“Não se pode compreender como esse acordo se estabelece, por exemplo, entre a maior parte dos jornalistas e seu jornal (e, ao mesmo tempo, o público desse jornal), sem levar em conta o fato de que as estruturas objetivas do campo de produção estão no princípio das categorias de percepção e de apreciação que estruturam a percepção e a apreciação das diferentes posições oferecidas pelo campo e de seus produtos.” (Bourdieu, 1996:190)

Com tais observações em mente e se aprofundando ainda mais no aspecto político da análise cultural, tão meticulosamente estudado por Walter Benjamin, vemos como o desafio da crítica está, primeiro, em se superar o individualismo apaziguador, o *egocentrismo interpretativo que nos convida a reencontrarmo-nos até mesmo no Outro*,

²⁸ BOURDIEU, Pierre. *As Regras da Arte: Gênese e Estrutura do Campo Literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 375.

em vez de reconhecê-lo em sua irreduzível diferença; segundo, em se confrontar a tradição cultural, que faz da história um caminho ascendente, “com seus pontos altos e seus períodos de decadência, seus gênios e seus fracassados – em direção ao coroamento, que figuraria o estabelecimento da democracia burguesa”.²⁹ Da democracia neoliberal, diríamos hoje. Neste regime de intenções premeditadas, o processo de transmissão do conhecimento é continuamente apagado, com óbvias implicações ideológicas e mercadológicas, poderíamos supor.

A lição está no próprio Benjamin, para quem a condição anterior à explicitação de uma obra é a *revisão do processo de sua transmissão*. Para isso, é preciso “descolar, por assim dizer, o núcleo do passado de um invólucro de imagens pré-fabricadas que nos impedem de percebê-lo em sua verdade”.³⁰ Assim, o individualismo que impede que conheçamos o Outro e a planificação da História são conceitos de ordem moral e ideológica que precedem o próprio fato estético, sobre os quais, entretanto, não nos alongaremos. A eles rápida e inicialmente recorremos para destacar *a complexidade irreduzível do juízo crítico*.

No aspecto estritamente estético, a crítica não pode ser considerada ciência, pois *produz* os sentidos e não apenas os *analisa*. Para o filósofo francês Roland Barthes (1915-1980), a crítica ocupa um lugar intermediário entre a ciência e a leitura que duplica os sentidos, “faz flutuar acima da primeira linguagem da obra uma segunda linguagem”: a coerência de signos. A avaliação do crítico, assim, traz o sentido *do que se diz* da obra, e não *o sentido* da obra. O objeto da crítica não é, em última instância, o objeto, mas sua própria linguagem, que decifra e participa da interpretação tornando inteligível a manifestação. Sua missão comunicativa contempla a relação do sentido com a forma, mas sem pretender *traduzir a obra*, pois *não há nada mais claro do que a obra*. O máximo concedido pelo caráter de extrema independência da arte “autêntica” é que o crítico engendre um certo sentido, derivando-o de uma forma que é a obra e assumindo o risco das proposições: “Como poderia a crítica ser interrogativa, optativa ou dubitativa, sem má-fé, já que ela é escritura e escrever é precisamente encontrar o risco apofânico, a alternativa inelutável do verdadeiro / falso?”,³¹ pergunta Barthes.

²⁹ GAGNEBIN, Jeanne Marie. Op. Cit. p. 59.

³⁰ Idem. p. 60.

³¹ BARTHES, Roland. *Crítica e Verdade*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1970. p. 221-230.

A apreciação – Assim posto, o certo é que há receitas diversas para se apreciar criticamente a criação simbólica da humanidade. Não há, contudo, uma regra universal que estabeleça normas definitivas para a prática da crítica. O impulso gerador estaria, fugindo do impressionismo rasteiro, na relação subjetiva do autor com a obra e na transmissão abalizada e coletiva do prazer estético despertado pela criação artística: Como afirma um jornalista da área, “a crítica é, ou deveria ser, o prolongamento de um prazer sentido com a obra. Um prazer compartilhado, em seu caso ideal”.³²

De antemão, é necessário notar-se que não se pode oferecer nenhuma fórmula rígida para a apreciação ou, antes, que existe uma certa *ambivalência profundamente enraizada nas atitudes que prevalecem em questões de juízo estético*. Para melhor referência dessas ambigüidades, repassemos alguns pontos do trabalho “A Apreciação da Arte”, de Harold Osborne.³³ Neste estudo, Osborne demonstra que há, por um lado, a percepção de que a apreciação da arte e da beleza natural é “assunto para todos, e não a prerrogativa de uma classe restrita de peritos”; por outro lado, a sociedade reconhece e mantém especialistas em artes, despendendo somas consideráveis de dinheiro público e privado no cultivo das artes.

“Todavia, atrás da atitude predominante do homem comum há uma suposição tácita e verdadeira de que grande conhecimento das artes e mesmo a exposição diária às obras-primas da boa arte não habilitam o perito, necessariamente ou em todos os casos, a impor seus juízos estéticos ao leigo, e quando se vêem diante de uma obra de arte muitas pessoas expressam, confiantes, sua opinião com este preâmbulo: ‘Não sou especialista, mas...’”³⁴

O gosto popular é controlado por anúncios cujo móvel básico é o econômico, apesar da crença que o padrão geral possa ser elevado *mediante técnicas adequadas*. Mas o fato é que não há padrões de gosto, nem tampouco peritos de *bom gosto*. Com o crescimento do interesse pelas artes, incrementado pelas novas técnicas editoriais, adveio o consumo de “especialização popularizada” que, entretanto, não tem o poder de refinar as virtudes para uma apreciação arguta. A sugestão de Osborne é que a apreciação das artes “não é um ramo do conhecimento teórico, tampouco uma satisfação emocional, mas uma aptidão adquirida”, um conceito de potencialidade passível de cultivo e adestramento.

³² ORICCHIO, Luiz Zanin. No cinema, o desafio é detectar a exceção entre as mediocridades. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2. p. 04.

³³ Cf. OSBORNE, Harold. *A Apreciação da Arte*. São Paulo: Editora Cultrix, 1978.

³⁴ Idem. p. 07.

Tal aptidão é uma faculdade que as pessoas têm sempre, mesmo quando não a revela, mas que pode ir se atrofiando sem o treinamento. Mas há também o dom natural específico, que determina o desenvolvimento e a expressão plena da personalidade. Entretanto, a faculdade estética pode ser adormecida pela “corrente da vida prática da sociedade organizada” e por um modo de vida “rigidamente circunscrito pela preocupação com o utilitário”. Como é a vida nas metrópoles, diga-se.

Aparentemente, “os hábitos analíticos do espírito e a visão prática fomentada pela nossa cultura tecnológica vão de encontro a formas de percepção e atitudes de atenção essenciais à apreciação plenamente satisfatória das artes”, que são “atenção apurada, concentração de controle e a elevação e o aumento do grau de consciência”. A aptidão para apreciar a arte se diferencia do conhecimento científico, pois não pode ser adquirida apenas “pelo aprendizado, pela compreensão e pela aplicação de prescrições formuladas em palavras e registradas em livros”, mas sim pela “prática dirigida e por um processo de certo ou errado”. Se parece difícil o aprendizado, também o ensino não se dá facilmente. É um conhecimento latente que não pode ser completamente especificado. Nem tampouco ensinado. Isso porque o possuidor da aptidão não pode a seu bel-prazer “tornar-se inteiramente consciente das regras pelas quais sua atuação é controlada ou formular todas estas regras em um conjunto de preceitos inteiramente articulados que outros pudessem compreender e seguir”.³⁵

A idéia central é que uma pessoa não deve buscar o aprimoramento na apreciação pelo domínio das regras do jogo, pela busca de preceitos e pela memorização de conhecimentos factuais. A essência da aptidão intelectual está no cultivo do conhecimento latente e do “inespecificável *know-how*”. Como faculdade cognitiva, a apreciação não se encerra no conhecimento teórico e no raciocínio, mas abrange a capacidade sensorial de apreender as organizações complexas da obra. Isso porque, quando se compreende as regras de qualquer ofício especializado, o ato se torna uma *ciência industrial* e deixa de ser *arte*. A indústria tenta importar *sistemas de mensuração e gradação* no lugar das avaliações subjetivas da arte.

“Parte fundamental do moderno desenvolvimento industrial consistiu em elucidar e reduzir a regras especificáveis técnicas de manipulação adotadas de ofícios antigos e o processo quase sempre teve que ser abandonado antes de completar-se, sacrificando a qualidade à velocidade e o aprimoramento

³⁵ Idem.

à uniformidade para vantagem de todos menos do artesão e do perito.”³⁶

A ambigüidade aqui se revela. A apreciação da arte é, pois, uma técnica, mas não há técnicas tradicionais de crítica: “A crítica estética, ou a expressão verbal da apreciação, é um fato muito recente. (...) No campo da estética prática não há sistema reconhecido de comunicação nem um corpo organizado de conhecimentos para comunicar” (Osborne, 1978:18). A crítica habitual praticada é resultado apenas do “discernimento do instinto”, que pressupõe uma “técnica apreciativa pronta, já formada no leitor”. Assim, *não há conexão entre as qualidades estéticas que cabe ao perito de arte reconhecer e avaliar e as propriedades físicas das obras de arte que as possuem.*

Quando pensamos na apreciação de arte, define Osborne, devemos observar que não se trata do emprego de raciocínio, inferência ou análise e manipulação teórica da informação, mas de algo comparável à aquisição de novos poderes de percepção, uma “aptidão cognitiva, que visa apreender e a discriminar as qualidades que residem no objeto da atenção, qualidades que podem ser reconhecidas e testadas por outros que tenham a aptidão” (Cf. Osborne, 1978).

A crítica no jornal – No terreno propriamente jornalístico, que em si já possui um *grau perturbador de arbitrariedade*,³⁷ vemos que, para autores contemporâneos como Maria Cecília Garcia, historicamente a idéia de *crítica* no Brasil se confunde com a de *jornalismo cultural*. Ou melhor, este contém aquela. A crítica é parte indissolúvel do jornalismo cultural. De forma geral, jornalismo cultural sem crítica é algo que *difícilmente podemos chamar de jornalismo cultural*.³⁸

Em seu recente livro³⁹ sobre a crítica teatral nos jornais, Garcia coloca a crítica, atrelada ao jornalismo desde o seu início ainda no século XIX, como um dos gêneros mais polêmicos da área, devido justamente ao seu hibridismo literário-jornalístico. Com referencial no presente, à semelhança da crônica, a crítica é *heterogênea e flexível* e tem, como o jornal, “um atributo comercial, já que seu objetivo é –em última análise– ativar o público dos espetáculos” (Garcia, 2004:75). Considerada uma pausa na leitura, “um contrapeso à voragem das notícias”, a crítica possui normas próprias e intrans-

³⁶ Idem. p. 15.

³⁷ SEVCENKO, Nicolau. O Rosto do Mundo. In: FOLHA DE S.PAULO. *Primeira Página*. São Paulo: Publifolha, 2000. p. 09.

³⁸ GARCIA, Maria Cecília. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 30 nov. 2004, Bienal/ABECOM/ECA. [Transcrição].

³⁹ Cf. GARCIA, Maria Cecília. *Reflexões Sobre a Crítica Teatral nos Jornais*. Op. Cit.

feríveis, emprega recursos lingüísticos vetados aos outros gêneros para poder se destacar no corpo do jornal e criar enfim um *estilo*. Ela também prescinde de fotografias, pois transforma palavras em imagens, e é naturalmente fugaz, presa ao acontecimento sobre o qual procura extrair o sentido, ou “unir as partes que fazem os sentidos das coisas”. Ela une o que separa, pois como lembra Garcia, o termo *criticar* vem do grego *krinomai*, cujo significado seria *dividir, separar em partes*.

Como *construção da inteligência do tempo* em que se vive, a opinião, a força motriz da crítica, é algo que incomoda, por continuamente avaliar, incitar e seduzir, ao passo que informa e confere “valor à obra conforme sua essência e finalidade”. Como métodos para moldar a opinião há milênios predominam, por um lado, os valores platônicos, um pensamento *prescritivo* e idealista que considera as relações éticas e morais exteriores à obra (parte das idéias para chegar à obra); por outro, os valores aristotélicos, um pensamento *descritivo* e pragmático que determina princípios fundamentais a partir da observação das partes e da organização do fenômeno artístico (parte da obra para chegar às idéias). A dualidade do cânone grego é devidamente destacada por Garcia: “Se a ação da arte sobre a ética, sua importância para a cultura e para o desenvolvimento do espírito, e seu papel na formação do caráter haviam sido já definidos por Platão, na *Poética* Aristóteles considera a arte do ponto de vista não mais moral, mas puramente estético” (Garcia, 2004:88).

Baseada nos ensinamentos de Barthes, Garcia demonstra que a crítica como metalinguagem, isto é, como um discurso sobre outro discurso, busca reconstituir o sistema da obra, e não apenas sua mensagem, podendo ser *objetiva e subjetiva, histórica e existencial, totalitária e liberal*, mas também *monológica e dialógica*. Mais além, e segundo a proposição do dramaturgo e poeta irlandês Oscar Wilde (1854-1900), em “O crítico como artista” (1891), livro que contém a célebre frase “morro de medo de ser compreendido”, a crítica também pode ser analisada como uma criação dentro da criação, por trabalhar com materiais já empregados por outros, dando-lhes uma nova forma, uma proposição, aliás, também trabalhada e adaptada ao jornalismo em 1958 por Alceu Amoroso Lima, na obra “O jornalismo como gênero literário”.

Globalismo Crítico – O que faz o olhar de Alceu Amoroso Lima ser moderno de primeiro instante é a adoção de uma crítica expressionista objetiva, científica, sistemática e analítica, no moldes das teorias então desenvolvidas na Europa por autores como Benedetto Croce (1866-1952), seu inspirador e mestre no plano da estética. No

Globalismo Crítico, um modelo de apreciação estética criadora, o que possui primazia de análise é a obra em si, uma vez que os valores estéticos têm seu fim em si mesmos, sendo a arte uma forma de comunicação onde a expressão verbal literal “é a mais ampla e mais compreensiva de todas as expressões da arte”.

Os princípios teóricos do *Globalismo Crítico* se concentram nos primados da *cultura*, de visão humanista panorâmica, interdisciplinar e supranacional; da *teoria*, embasada na filosofia geral, na estética e na teoria literária; do *estético*, com valores artísticos autônomos; e do *texto*, com interesse específico pela obra-de-arte de linguagem. Tais princípios se complementam por uma leitura receptiva com enfoque na totalidade, na hierarquia de valores, na originalidade, na simultaneidade e na autonomia do pensamento. O jornalista Alceu Amoroso Lima, na pena de seu heterônimo *Tristão de Athayde*, resgatou a tradição francesa da crítica em periódicos e, mesclando-a ao *reviewing* anglo-americano, obteve um inovador olhar analítico: “O dever primordial de toda ‘crítica sincera, plástica e arguta’ é essa fusão da alma do crítico com a obra” (Amoroso Lima, 1958), definiu, citando os exemplos clássicos de Diderot, De Sanctis, Carlyle, Goethe e Sainte-Beuve.

Como reação ao impressionismo subjetivista dominante em sua época, que pregava um *passeio da alma pelas obras*, a crítica de Alceu Amoroso Lima parte do estudo do texto e não do biossocial, resultando a própria crítica em uma obra criadora aberta (“um mau poema será sempre inferior à boa crítica que sobre ele for feita”), alicerçada no isomorfismo, no interdito e na intertextualidade. A crítica é uma “atividade intelectual e não afetiva, filosófica e não apenas psicológica, objetiva em seus fins e não puramente subjetiva”. Ciência, inteligência e vontade são, insiste o autor, os requisitos imprescindíveis na apreciação estética. Entretanto, apenas a razão não basta: para julgar uma obra é necessário compreendê-la, o que “só é possível com a renúncia transitória ao racionalismo”. Assim, atinge-se a *transusão do espírito da obra no espírito do crítico*, fato acessível mais ao *sentimento* do que à *inteligência*.

Sob este enfoque, o crítico é também um artista. E a crítica, um fim em si mesma, é o *motor da arte*. O sentido da beleza está tanto na alma de quem a criou como na de quem a contempla, mas ela amplia a expressão da arte, é um *incremento de sentido* (Bakhtin). Ao operar com noções, a crítica é também tanto arte como ciência, e pode ser considerada autobiográfica (Volli), pois fala mais de quem escreve do que de seu próprio objeto. O crítico fala de si mesmo, faz um discurso sobre sua *experiência com a obra de arte*. A crítica é, portanto, um diálogo entre autor e obra, mas também

um monólogo interior do crítico, que se “expressa e revela uma experiência absolutamente única, individual e intransferível” (Garcia, 2004:106).

Crítica como esvaziamento – Há outro aspecto instigante (e totalmente diverso) sobre a interação do crítico com a obra de arte. Se dissermos que algo é superficial, implícito está que há algo mais profundo, além das aparências imediatas: o conteúdo. Este conteúdo na arte, entretanto, não é algo imóvel ou imutável, evoluindo na medida em que é trabalhado pelas sucessivas gerações. Daí a idéia (re)corrente que *uma obra de arte é ela em si e tudo o que se diz sobre ela*. O intérprete é quem completa o ciclo de significados da obra iniciado pelo artista, e toda grande obra de arte acumularia uma “fortuna crítica” com o passar do tempo e das gerações. Por este ângulo, como escreve Garcia, o crítico é um “criador que modula mil coisas diferentes que não estavam no espírito daquele que [criou a obra]. Ou seja, o crítico duplica a obra, triplica a obra, quadruplica a obra”.⁴⁰

Porém, um contraponto interessante a esta formulação de fortuna crítica da obra de arte (e da própria importância da crítica para a fruição da arte) é o célebre ensaio “Contra a Interpretação”, que Susan Sontag escreveu em 1964 por estar, como os jornais brasileiros noticiaram, “preocupada com a possibilidade de que o escrutínio crítico interferisse com o poder ‘mágico, encantatório’, da arte”. Neste ensaio, a autora norte-americana sugere que a teoria platônica de arte como *mimese*, como imitação “de formas ou estruturas transcendentais” coloca a arte como mentirosa (por apenas imitar a realidade), dúbia e inútil.

No sistema mimético, a arte é um pálido reflexo do que realmente importa, a própria vida. Por sua vez, a resposta de Aristóteles admitia a falsidade imitativa, mas colocava a arte ao menos como bálsamo terapêutico, um remédio medicinal socialmente útil por “despertar e purgar as emoções perigosas”. Para o cânone grego, marcado por um realismo científico que contesta o poder do mito, a relevância da arte (que nascera como ritual) se dá apenas enquanto ela for realista e figurativa, uma *representação* da realidade exterior, de tal modo que apenas e tão somente seu conteúdo a legitime.

“O fato é que, no mundo ocidental, a consciência e a reflexão sobre a arte permaneceram dentro dos limites fixados pela teoria grega da arte como *mimese* ou representação. É em função dessa teoria que a arte enquanto tal –acima e além de determinadas obras de arte– se torna

⁴⁰ GARCIA, Maria Cecília. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

problemática e deve ser defendida. E é a defesa da arte que gera a estranha concepção segundo a qual algo que aprendemos a chamar ‘forma’ é absolutamente distinto de algo que aprendemos a chamar ‘conteúdo’, e a tendência bem-intencionada que torna o conteúdo essencial e a forma acessória.” (Sontag, 1987:12)

Mesmo com a modernidade, que passou a encarar a arte como expressão subjetiva, o conteúdo ainda é a chave de seu valor social, elemento hegemônico de defesa da arte que se tornou “um convencionalismo sutil”, um projeto inacabado que, ao abordar a obra para interpretá-la, “reforça a ilusão de que algo chamado conteúdo de uma obra de arte realmente existe” (Sontag, 1987:13). A autora parece referir-se diretamente ao próprio conceito de crítica ao definir este projeto de *transformação* da arte como uma tarefa de tradução, “um ato consciente da mente que elucida um determinado código, certas ‘normas’ de interpretação”. A interpretação é, assim, um traço da consciência humana pós-mística, que transforma a obra para retirar um sentido que já se encontra lá, que constrói outro significado em cima do literal para encontrar um subtexto verdadeiro.

Uma apropriação do discurso e do sentido, de certa forma. Sontag acentua que o zelo contemporâneo pela interpretação é inspirado “por uma agressividade aberta, um claro desprezo pelas aparências”. Tal inspiração fica clara nas doutrinas interpretativas como a psicanálise e o materialismo dialético, que, utilizando classificações investigativas, a todo “conteúdo manifesto” contrapõem um “conteúdo latente”. Os acontecimentos *parecem* inteligíveis. Na doutrina de Marx e Freud, os acontecimentos nada significam sem uma interpretação, já que compreender *é* interpretar e interpretar *é* “reafirmar o fenômeno, de fato, descobrir um equivalente adequado”, conforme avalia a filósofa (Sontag, 1987:15).

Desta feita, interpretar é um ato vinculado à “visão histórica da consciência humana”, que pode tanto libertar e transpor valores como aprisionar e asfixiar. O século XX, com sua “hipertrofia do intelecto em detrimento da energia e da capacidade sensorial”, parecia comportar um *projeto reacionário* do segundo tipo, em uma busca frenética por significados expressa na “efusão das interpretações da arte [que] envenena nossa sensibilidade” e esvazia o mundo. Como uma forma de domesticar a obra, a interpretação crítica é a *vingança do intelecto sobre a arte*.

Contudo, a *interpretação* é a forma de compreensão contemporânea, a sensibilidade do nosso tempo. No mundo atual, até o nefasto advento do *design* inteligente, tudo afinal se explica. Foi então que, para fugir do cerco dos intérpretes, a

arte moderna empenhou-se em construir narrativas intraduzíveis, tornou-se não-arte, anti-simbólica (como o *abstracionismo*); ou explícita e inconfundível (como a *pop art*), de tal modo que as obras modernas são falhas, quando se deixam aprisionar por interpretações e significados. “Mas é preciso notar que a interpretação não é simplesmente a homenagem que a mediocridade oferece ao gênio”, escreve Sontag. Na realidade, trata-se da *forma moderna de compreender* algo, que é aplicada a obras de qualquer categoria e torna a arte um *artigo de uso*, “a ser encaixado num esquema mental de categorias” (Sontag, 1987:17-19).

Em arte, muda-se a forma para assim bloquear a tentação de interpretação, a redundância, e recuperar enfim a magia perene da prática. Em síntese, Sontag avalia que a crítica de arte mais adequada, em uma época de perda das faculdades sensoriais como é a nossa, é aquela que comporta um vocabulário descritivo, que realiza uma análise formal da *aparência da obra* e que revela “a superfície sensual da arte sem conspurcá-la”. Ou seja, na época do excesso, é preciso recuperar os sentidos, tornar nossa experiência de vida mais real, mostrar *como é* e *o que é*, e não *o que significa* a arte. Não interpretar a arte, mas vivê-la.

Em resumo, observa-se como a crítica pode se apresentar na experiência cruzada com o jornalismo. Em primeiro lugar, como característica constitutiva do jornalismo cultural, a crítica de jornal no Brasil resulta de um hibridismo literário-jornalístico, derivado do próprio histórico de sua implantação em nossa imprensa, perpetrada majoritariamente por escritores e intelectuais. Segundo, ela possui um caráter de criação e análise, presa à história e à tradição clássica. Experimentos como o *Globalismo Crítico* e a *Nova Crítica* exemplificam a sintonia com os movimentos internacionais e a ambição não apenas ao *status* de ciência analítica, como de arte criadora, de *primado da cultura*. Por último, amparados nas oposições do pensamento grego em relação à arte, vimos como a crítica também possui um caráter comercial e de fugacidade, preso ao momento, às impressões. Em termos metafísicos, a interpretação como tradução da arte pelo intelecto, redutora, esvaziadora, mistificadora.

Jornalismo cultural como serviço

Alheio às discussões sobre a crítica, o formato dos guias de consumo consolidou-se nos jornais nos anos 90 (*Figuras 20 a 22 do Anexo 7*) atrelado à agenda de eventos e exclusivamente interessado na divulgação das novidades da crescente

produção artístico-cultural. Juntando roteiros gastronômicos, endereços de estabelecimentos, sinopses, grades e tabelas, comentários, dicas e listas, este formato ganhou cadernos exclusivos nos principais jornais, mas nem por isso desgarrou-se das páginas dos cadernos de cultura, onde por vezes ocupa o espaço da crítica e da resenha. Estes guias são o resultado final do desenvolvimento de um modelo que, com a evolução da indústria de bens culturais e com o crescimento do público consumidor, representou uma nova modalidade informativa surgida nos diários brasileiros: o *jornalismo de serviço*. Não há consenso, mas para autores como Sérgio Luiz Gadini se trata, curiosamente, de algo muito próximo ao conceito de resenha anteriormente abordado. Para ele, *jornalismo de serviço* é:

“Um expressão e tendência que surge bastante ligada ao jornalismo de revista, onde a matéria ou notícia aparece, na maioria das vezes, associada a uma orientação ou serviço de esclarecimento ao leitor, buscando auxiliar nas opções de compra, escolha, direitos existentes, mas nem sempre garantidos, dicas sobre endereços, horários, atividades e eventos programados, dentre outras formas de orientação que o jornalismo passou a incorporar na produção contemporânea da informação periodística.”⁴¹

Neste formato, busca-se associar textos informativos com a orientação sobre o tema em pauta, que incluem pesquisas de mercado, sondagens, testes e análises, em um *tratamento do leitor como consumidor* e vice-versa. Por uma ótica otimista, Gadini sugere que seja uma tendência registrada com maior intensidade a partir de meados dos anos 80, que ganhou destaque na década de 90 e hoje está relacionada “à preocupação por vezes coletiva em torno da condição de cidadania, numa perspectiva muito próxima à lógica do consumo”.⁴²

Todavia acusa-se este modelo de ser lesivo ao jornalismo independente. As matérias passariam a ser pautadas pelos principais setores da indústria cultural, substituindo o conteúdo opinativo por matérias de serviço e orientação ao consumo, muitas vezes apresentadas como crítica cultural. Sob um aspecto utilitário, o público cede lugar ao privado, predominando a “informação ou matéria que ajuda a facilitar a vida cotidiana dos leitores, desde preços, horários, roteiros, até reportagens com pesquisas”.⁴³ Como demonstra Daniel Piza,⁴⁴ os cadernos culturais tendem a ser os mais

⁴¹ GADINI, Sérgio Luiz. *A Cultura como Notícia no Jornalismo Brasileiro*. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003. 98 p. (Série Estudos; v.8). p. 52.

⁴² Idem, p. 53.

⁴³ BUITONI, Dulcília S. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Ática, 1986. p. 92.

lidos dos jornais e, portanto, um dos maiores alvos de anúncios e interesses industriais. Assim, há invariavelmente algum espaço para a voz do leitor, alguma crítica, algum humor e um balcão de anúncios nem sempre visível. E tudo em fina sintonia com a indústria, nem tanto com a população. É uma acusação que se baseia no fato de que o jornalismo deve dar conta dessas necessidades, mas que há (ou deveria haver) limites para o mercantilismo. Afinal, a cidadania excede, ou não se resume, ao consumo.

O excesso justamente ocorre, segundo Dulcília Buitoni, quando as publicações acabam por se parecer com “um catálogo de fabricantes entremeado aqui e ali com algum texto jornalístico”.⁴⁵ A propósito, por uma estratégia de mercado que visa adular o consumidor as próprias empresas anunciantes passaram a não se contentar apenas com a exposição nos jornais. Criaram as chamadas publicações *customizadas*, que são as revistas institucionais muitas vezes voltadas para a arte e a cultura, feitas com um texto mais elaborado, com publicidade indireta (na qual o fabricante-editor não aparece) e dirigidas a um público supostamente mais seletivo: os próprios consumidores do produto que edita a publicação.

É de se destacar que o jornalismo de serviço vem justamente atender a uma necessidade material inescapável, não tanto do leitor-consumidor, mas da empresa jornalística. Quem fracassa comercialmente, fracassa jornalisticamente. Aos diários impressos, mergulhados em profundas crises financeiras e superados pela televisão na captação de recursos, restou a conformação ao movimento pendular e oscilante do meio eletrônico:

“Assim como a Era do Rádio criou a demanda de revistas impressas que tematizavam a vida de astros do som e do rádio-teatro, a TV [na atualidade] passa a *agendar* as páginas da editoria de cultura com a programação do dia / semana, que merece comentário, crítica ou ilustração. É o efeito de serviço que o jornal impresso, por vezes, reivindica no interagendamento temático do campo cultural.” (Gadini, 2003:84)

Nada mais natural, portanto, que na contingência de escolher entre produtos bem elaborados e autônomos, ou “arremedos” de *releases* ligeiros provenientes dos meios eletrônicos e afins, os jornais impressos prefiram a segunda opção, provedora dos recursos e do interesse público que são indissociáveis e indispensáveis para a sobrevivência empresarial na competitiva cadeia produtiva de bens simbólicos. Talvez o

⁴⁴ Cf. PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

⁴⁵ Idem. p. 63.

serviço, na prerrogativa de auxiliar o cidadão-consumidor, beneficie principalmente o jornal, ao divulgar e direcionar a produção industrial de cultura.

Outro aspecto é que, como mercadoria, a informação já não se baseia *no interesse do leitor* para existir, mas unicamente na *viabilização comercial de sua própria existência*. Mas, como sempre acontece no capitalismo, o consumidor pára de comprar o produto que não lhe agrada ou satisfaz, fato que, aliado à disputa por anunciantes (na base do aumento de circulação) de seus tradicionais rivais, além da concorrência da televisão e da internet como fontes de informação diária, obriga os periódicos a abrir mão de estratégias de vendas (como brindes, coleções e demais agregados), legítimas e defensáveis, porém inteiramente estranhas ao jornalismo.

Mas o advento e a consolidação do *jornalismo de serviço* não encerram as perceptíveis transformações ocorridas no jornalismo cultural na passagem para o século XXI. As assessorias de imprensa e os *press releases* também figuram na equação que une cultura, arte, jornalismo e sociedade civil. Em princípio, consideraremos que o *release* “é um auxiliar em termos de informações concretas, horários, de nomes”, endereços, preços, programações etc. De serviço, portanto.

“[No] release, o cara aproveita e faz um levantamento – ‘Estreou a peça do Shakespeare’ – e diz quantas vezes aquela peça foi encenada, em que lugares, e manda para o jornal. Isso é bárbaro! Poupa muito trabalho para o crítico. O bom crítico o que faz? Aproveita aquilo, ‘ah, que ótimo’ e tal. Agora, nada substitui o trabalho de ver [a obra], para poder comentar.”⁴⁶

Novos modelos – Mesmo que de passagem, não podemos deixar de observar um interessante desdobramento: o *jornalismo cultural* pode ter enfim se transformado e diversificado, gerando derivativos como o *jornalismo de serviço*, tal como supomos, e deste para o *jornalismo de mercado, de fofocas e de celebridades*. Mesmo sem maior desenvolvimento nesta pesquisa, o aparecimento de outros subprodutos, ou subcategorias que sejam, tais como o *jornalismo de celebridades*, formato engendrado a reboque da cobertura de TV, esportes, vida social, política etc., indica o que se deu desde então na área, um tema aparentemente ainda sem avaliação conceitual disponível.

Em um primeiro ponto, o advento do *jornalismo de fofoca*, o tema tangencia a questão da divisão de trabalho por gêneros sexuais no jornalismo cultural, outrora nobre seara masculina (devido ao status que desfrutava) que incorporava mulheres apenas se

⁴⁶ GARCIA, Maria Cecília. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

escrevessem tão bem ou “igual a homem”. Isso ocorria porque, há décadas a cultura “séria” era assunto para homens nas redações e, aparentemente, a incipiente cobertura de TV, a reboque das novelas, e levandades em geral carregaria a pecha de *trabalho de mulher*. Por outro lado, permitam-nos o aparte, tal situação também embute o desprezo característico e talvez ainda hoje reinante no jornalismo também “sério” em relação à cobertura de cultura massiva –ademais “trivial, insignificante e desprezível”–, cada vez mais afinada com a produção televisiva e “infelizmente” predominante na cobertura.

Supomos que tal situação, entre outros fatores, seja uma rebarba do histórico discurso “dialético-materialista” de grande parte de nossa imprensa, viés político que submete a cultura à economia na contumaz abordagem sociológica de interpretação marxista que aqui se enraizou. Não há no momento, contudo, como se afirmar peremptoriamente esta suposição e nem é isso que nos importa.

Afora os impulsos da conjuntura, que se situa além de nossas intenções de análise, este descompasso temático e de gênero veio à tona em um recente caso de troca de acusações “entre homens” da cultura televisiva, jornalistas culturais de um lado e autores de novela de outro. Demonstrando o clima de animosidade reinante entre estas categorias profissionais, em meio a disparates pessoais e ameaças explícitas um certo autor global reclamava de uma crítica à sua novela e, num rompante revelador, perguntou ao jornalista: “Por que você odeia tanto as mulheres? Por que você faz um trabalho de mulher?”⁴⁷ O caso poderia ficar por isso mesmo, como mais um dos freqüentes ataques ao jornalismo cultural contemporâneo (Capítulo 2), na base do “acham que podem manipular a verdade a esse ponto, impunemente?”, mas não ficou.

Pois a jornalista Ana Maria Bahiana, ao tomar conhecimento da querela pública, espantou-se com a interrogativa repleta de valoração negativa (para a área jornalística e para as mulheres em geral) e interveio no duelo com um depoimento reflexivo baseado na sua própria experiência profissional.

“O uso da expressão ‘trabalho de mulher’ para definir tudo o que é trivial, insignificante e desprezível era muito usado quando comecei a trabalhar profissionalmente, três décadas atrás. Nesse tempo não tão remoto, jornalismo cultural era repleto de status, projeção e salários relativamente bons. Era, portanto, a província de homens. Durante um bom tempo, fui considerada um fantasma – certamente o pseudônimo de algum jornalista do sexo masculino impedido de

⁴⁷ CALMON, Antonio. Autor de novela se irrita com textos de jornalistas. *Comunique-se*, São Paulo, 03 dez. 2004. Acesso em 21 dez. 2004. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?Requery=N&idnot=19534&editoria=300>>.

trabalhar pelos rigores da censura. Claramente aquilo que eu fazia, do modo como eu o fazia, era trabalho de homem, não ‘de mulher’.”⁴⁸

De acordo com Ana Maria Bahiana, o caso de “trabalho de mulher” abriga duas compreensões. Como constatação, o retorno à *fofoca* no jornalismo cultural (feito majoritariamente por mulheres) que cobre áreas não-eruditas, a exemplo da época de auge dos suplementos femininos; como suposição, a necessidade de precaução para não se retornar ao preconceito reinante em outros períodos de nossa imprensa, quando as jornalistas dos tais suplementos femininos, à base da *fofoca*, adquiriam sucesso e popularidade, mas não o *respeito* profissional entre os pares.

Em tal panorama reside o primeiro ponto que queremos destacar: em um momento em que as mulheres teriam finalmente alcançado a sua devida projeção social e profissional –também na imprensa–, tal fato coincide com *uma guinada sensível do formato de jornalismo cultural*, tendo em vista que hoje há “mulheres em todas as esferas da vida pública e profissional, e curiosamente nossa cultura da celebridade reinstaurou a fofoca no centro do que já foi um dos setores mais nobres do jornalismo”, como afirma Bahiana.

“Esta pequena reflexão paralela oferece um breve insight em um aspecto intrigante do atual estado de coisas em boa parte do jornalismo cultural – teria ele voltado aos meados do século 20, quando a cobertura da produção cultural não-erudita resumia-se, com raras exceções, a fofoca? Louella Parsons, Hedda Hopper, Candinha. Poderosas, sim. Populares, sim. Mas dificilmente no topo da pirâmide da consideração, do respeito, do status profissional. Trabalho de mulher, num tempo em que, em muitos países, mulheres não votavam e precisavam da permissão do marido para abrir crediário.”⁴⁹

A interpretação possível é a de que um *novo* segmento do jornalismo cultural –o *estranho modo de fazer jornalismo* que cobre as *celebridades* e que agora ocupa o centro da “nobre” área da profissão– se tornou *fofoca* e, como tal, um “trabalho de mulher”, não obstante muitas vezes realizado por homens. Em seu âmago, está uma característica histórica que transcende o jornalismo e se expande por toda a sociedade dominada pela tela translúcida e hipnótica da televisão: a *cultura da celebridade*.

⁴⁸ BAHIANA, Ana Maria. Coisas de mulher. *Comunique-se*, São Paulo, 07 dez. 2004. Acesso em 21 dez. 2004. Disponível em:

<<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?op2=&op3=&editoria=300&idnot=19577>>.

⁴⁹ Idem.

“O vampirismo da vida alheia está longe de ser novidade no meio editorial. Mas é este ‘celebridismo’, com maior ou menor transparência, o que move o grosso da imprensa dita cultural destes dias e isso vale tanto para a mídia de circulação nacional como para veículos regionais de grande porte. A dissecação pública dos hábitos (saúde, alimentação, diversão, viagens, consumo) reafirma o falso compartilhamento de um falso glamour. Seria isso cultura?”⁵⁰

É um tema a ser desenvolvido com mais vagar e em outras circunstâncias, mas que proporciona o fio de raciocínio para um segundo e fundamental ponto. Este se encontra na definição “em andamento” das novas modalidades, que aparentemente vieram para ficar, senão como formatos ao menos como prática cultural, como sugerem os termos *jornalismo de serviço*, *jornalismo de mercado*, *jornalismo de celebridades*, *jornalismo corsário* e *jornalismo de formulário* (“feito da apropriação de idéias”, como nota Israel do Vale).⁵¹

No início de 2005, por exemplo, o termo *jornalismo de celebridades* podia ser lido no título do segundo texto da coluna dominical do ombudsman da *Folha*, Marcelo Beraba. Ele respondia aos leitores (“alguns”) que escreveram para a coluna reclamando do espaço excessivo destinado às *celebridades* e, com o argumento de que “nenhum jornal tem como escapar deste tipo de noticiário”, resumia sua opinião e deixava claro o impasse pressentido:

“O problema, na minha opinião, não é cobrir, mas é como cobrir. Jornais como a *Folha*, que se pretendem formadores de opinião mas estão sujeitos às pressões do mercado, ficam perdidos nestas horas. Não podem se render muito à curiosidade dos leitores para não parecerem frívolos; não podem ser críticos demais para não ficarem chatos. Acabam não satisfazendo os que querem fofoca nem os que querem reflexão.”⁵²

Provavelmente apenas para se ter uma segunda opinião, o ombudsman levou as reclamações para o colunista Marcelo Coelho que, em um *box* na mesma edição –sob a tarja “reflexão”–, também declarou achar “muito difícil, do ponto de vista jornalístico, ignorar o que acontece com as celebridades”. Para ele, sendo vítimas da espetacularização e da *plastificação* da política, as pessoas querem agora o “componente da

⁵⁰ VALE, Israel do. *Jornalismo Cultural e Uniformização do Gosto*. In: *Diversidade Cultural*, São Paulo, 2005. [Inédito].

⁵¹ “[O] conhecimento se dá (principalmente) por acúmulo. Para reunir um arcabouço minimamente sólido de parâmetros críticos e fontes confiáveis (elemento básico para se pensar no enriquecimento da abordagem), um jornalista precisa, mais do que de uma boa agenda, de alguns bons anos de atuação. Fator que a ‘rotatividade de motel’ de redação não tem permitido. O impacto disso é visível. Gera, no mais das vezes, um jornalismo sem riscos nem apostas, acovardado pela falta de instrumentos de avaliação”. Idem.

⁵² BERABA, Marcelo. *Jornalismo de celebridades*. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 27 fev. 2005. Ilustrada. p. A06.

verdade humana: mostrar os prazeres e as misérias” que não se ocultam. Evitar o “cinismo complacente” e o “deslumbramento” são as tarefas do *jornalista de celebridades* nesta empreitada, ciente que deve registrar os eventos com “frieza” já que o “tema celebridades é de fato decisivo em nossa época”.

Em síntese, retomando o tópico, o jornalismo cultural, como formato híbrido, gravita entre o gênero opinativo (crítica) e informativo (serviço). Como modelo contemporâneo que mais se desenvolve na área e ocupa espaços no jornal, o *jornalismo de serviço* sofre a pressão do mercado e acaba por se transformar em um mero guia, que trata o leitor como consumidor e não tem nenhum compromisso com a análise valorativa dos produtos que aborda. Sua larga margem de ação se desdobra em novos subformatos, como o *jornalismo de celebridades* e outros, atrelados umbilicalmente ao universo dos famosos, à programação da TV e à agenda de eventos do momento.

As alternativas a este processo, por enquanto, ainda são incertas, mas já indicam um caminho. “Como a imprensa deve tratar disso? Naturalmente, sem deslumbramento. Mas o que é o contrário do deslumbramento? O cinismo, a desmistificação, a crítica?”, pergunta Marcelo Coelho.⁵³ É o que todos querem saber. A ver.

⁵³ COELHO, Marcelo. Sem deslumbramento. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 27 fev. 2005. Ilustrada. p. A06.

CAPÍTULO 2 – A anunciada crise do jornalismo cultural

“A atividade crítica freqüentemente tem sido ela mesma objeto difuso de crítica – ou por estabelecer sólidas mediocridades no espaço jornalístico ou por se render ao varejo das resenhas, esse difícil soneto do espaço cultural com suas poucas linhas de informação e opinião, ou ainda por se encastelar nas fortalezas universitárias, em códigos especializados demais para o leitor comum.”

Cristóvão Tezza⁵⁴

A crise como momento de mudança

Como assinalado no início, um mal-estar atravessa o milênio: há uma crise (ou ao menos uma sensação de crise) no jornalismo cultural brasileiro. Apesar de continuar atraindo leitores e profissionais, ele já não é o mesmo, pois perdeu espaço, consistência, ousadia e influência, banalizando seu alcance e abdicando do debate de idéias.

De um modo formal:

“Sem temor de erro, a crítica de arte, tal como é e foi entendida até há pouco tempo, não é mais exercida no Brasil na imprensa diária. A mídia impressa favorece apenas a reportagem sobre eventos de artes visuais, mesmo que nos textos publicados possa estar implícita uma interpretação, uma visão subjetiva, crítica, de seu autor. A crítica de arte, porém, enquanto presença, diária ou semanal, foi excluída há anos da imprensa escrita, talvez como uma tendência internacional nesse sentido.”⁵⁵

De uma maneira mais prosaica, podemos inferir que a crítica foi relegada ao segundo plano, numa situação em que o próprio jornal, o editor e o jornalista vão dizer: “pô, para quê a gente vai fazer tanta análise sobre peças, sobre artes plásticas, sobre circo, faz aí uma coisa simplinha que todo mundo entenda”.⁵⁶ É então que o jornalista faz uma *resenha superficial da obra*, que dificilmente seria considerada como crítica.

Como indicador visível desta crise, sem entrar ainda em considerações sobre a sua qualidade, está a inanição de veículos e profissionais na imprensa especializada em cultura e o desaparecimento do *intelectual público*, com trânsito e influência nos meios de comunicação. Neste âmbito, devem ser considerados “o enxugamento das redações, a economia e da tentativa de jogar para fora da redação o trabalho que seria da redação”.

⁵⁴ TEZZA, Cristóvão. Bastidores culturais. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 27 fev. 2005. Mais!, p. 06.

⁵⁵ AMARAL, Aracy. Mundo da arte não tem mais como se indignar. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 04 jun. 2000. Caderno 2. p. D09.

⁵⁶ GARCIA, Maria Cecília. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

De acordo com Antonio F. Costella, ele próprio a síntese completa do artista, editor, educador e comunicador, a crise do jornalismo cultural é a mesma que a dos jornais: um problema essencialmente econômico. “Os jornais estão perdendo fôlego continuamente; daí para se utilizar os [modelos] que eles acham que ficam mais viáveis, para suportar as perdas (...), eles estão cada vez fazendo mais mal-feito o serviço deles, porque tem menos gente apta a fazer, acho que a base de tudo é isso”, afirma. A tecnologia incorporada pela imprensa e a concorrência tampouco servem de paliativos:

“Quer dizer, eles vêm sistematicamente despedindo gente. Está certo que houve coisas que simplificaram muito, é lógico, e o jornal não precisa ter aquele monte de linotipos, faz tudo rapidamente em computador. Mas por outro lado, você que tinha revisão, o jornal poderia sair melhor feito do que hoje com o corretor de texto. (...) Então, é uma crise mesmo! É incrível como, ou há coisas chatíssimas para se ler, ou há coisas totalmente inócuas, que você não precisa [de] ninguém [para] te dizer, que não precisa ler.”⁵⁷

Em termos de conteúdo, a afirmação é corroborada pelas opiniões dos próprios críticos, ao avaliarem de forma geral que nosso “jornalismo cultural –melhor dito, de *show business*– rendeu-se ao mais nefasto populismo, à cínica lógica do sucesso, ao culto ao *voyeurismo* e à bajulação de celebridades, quando poderia tentar ser um bastião iluminista, um fórum de idéias, uma vitrine para talentos sem trânsito fácil na indústria cultural”.⁵⁸ Em suma, a crítica de arte vem sendo distorcida no jornalismo. Como afirma Garcia, por uma lado, “teve seu espaço drasticamente reduzido. Por outro, perdeu o caráter de diálogo com o leitor e o artista para converter-se em comentário superficial sobre uma obra”⁵⁹ (*Figura 26 do Anexo 8*). A celeuma que o tema provoca no meio jornalístico e artístico, e não só no Brasil, vem à tona em uma investigação mais acurada.

“em todos os países há uma noção de ‘crise’ vigente. O jornalismo cultural, dizem os nostálgicos, já não é o mesmo. De fato, nomes como Robert Hughes hoje são mais escassos; revistas culturais ou intelectuais já não têm a mesma influência que tinham antes; críticos parecem definir cada vez menos o sucesso ou fracasso de uma obra ou evento; há na grande imprensa um forte domínio de assuntos como celebridades e um rebaixamento geral dos critérios de avaliação dos produtos. O jornalista cultural anda se sentindo pequeno demais diante do gigantismo dos empreen-

⁵⁷ COSTELLA, Antonio F. Entrevista concedida a Marcelo Januário. Campos do Jordão, 11 dez. 2004.

⁵⁸ AUGUSTO, Sérgio. Resistir à mesmice. *Carta Capital*, São Paulo, 23 jan. 2002. p. 54. Entrevista concedida a Maurício Stycer.

⁵⁹ GARCIA, Maria Cecília. *Reflexões sobre a Crítica Teatral nos Jornais*. Op. Cit. p. 11.

dimentos e dos ‘fenômenos’ de audiência. As publicações se concentraram mais e mais em repercutir o provável sucesso de massa de um lançamento e deixaram para canto as tentativas de resistência – ou então as converteram também em ‘atrações’ com ibope menor mas seguro.”⁶⁰

De fato, tal hipótese de crise internacional do jornalismo cultural, para além da dualidade *crítica versus resenha* –“Por que a crítica literária foi sendo gradativamente substituída pelas resenhas nos jornais de grande circulação?”– é reforçada e expandida por avaliações que, ao demonstrarem um declínio genérico no segmento, indicam as implicações globais que encerram a matéria. Ou então, como *dimensionar a perda causada pelo desaparecimento de críticos norteadores, que indicavam horizontes?*⁶¹

Há muitos aspectos envolvidos, inclusive o *saudosismo*, o que leva à quebra da unanimidade. A crise atinge o jornalismo como um todo, que inclui *crise de empregos, degenerescência dos cursos de comunicação e aviltamento das relações profissionais no âmbito das grandes empresas*. Para Jotabê Medeiros, a crise do texto e a crise ética ocorrem por dois fatores: a *foquização* das redações, a “utilização maciça de ‘focas’, para baratear a produção”, e o foco exagerado na indústria cultural: tudo contribui para que haja uma sensação de que “no passado era melhor”.

Mas, no passado, de acordo com Medeiros, também havia redações nas quais o jornalismo cultural era praticado “em compadrio, com panelinhas dominando a sua prática”. Mas as evidências de uma nova singularidade são gritantes: “Há deficiência na reportagem? Há deficiência na crítica hoje? Eu concordo. Perdemos grandes nomes da crítica (...), nomes que não foram repostos”.⁶²

O autor destas palavras, entretanto, afirma que é “preciso fazer uma distinção entre reportagem cultural, crítica, crônica [pois] esse conjunto de gêneros é que forma o jornalismo cultural”. Mesmo com essas ressalvas, as opiniões apontam para o mesmo cenário. Na América Latina, por exemplo, “como están concebidas en la actualidad, estas páginas se presentan como un modelo fatigado, agotado, que no satisface las necesidades de los lectores y que deja de lado planteamientos esenciales e inherentes a la ‘cultura’”; ou mesmo que, na Venezuela, se observa no jornalismo cultural vigente “poca claridad y eficacia para cubrir sus objetivos (si es que éstos han estado

⁶⁰ PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. Op. Cit. p. 31.

⁶¹ KASSAB, Álvaro; GOMES, Eustáquio. A crítica morreu? [Entrevista com Alcir Pécora, Moacir Amâncio e Paulo Franchetti]. *Jornal da Unicamp*, Edição 260, 02 ago. 2004. Acesso em 19 jan. 2005. Disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/agosto2004/ju260pag06.html>.

⁶² MEDEIROS, Jotabê. Entrevista concedida a Marcelo Januário, São Paulo, 14 dez. 2004.

especificamente definidos) y una tendencia hacia la parcialización y a la promoción de intereses que no coinciden con los intereses de los lectores”.⁶³

Tais características do cenário midiático venezuelano encontram equivalências nos diagnósticos locais, que observam que “tanto no caso dos produtos da cultura de massa quanto nos grandes momentos de cultura erudita que o jornalismo cultural tenta cobrir há muito pouco o que *ler* além do ‘guia’, porque não há muita coisa sobre o que *pensar*”.⁶⁴ Alguns autores, como Garcia, alargam a problemática, sugerindo que mudanças maiores eclodiram na contemporaneidade, pois a “crítica de arte nos jornais sucumbiu à mesma torrente que empurrou para o abismo a própria arte como experimentação, a busca incessante do conhecimento de si e do outro, do profundo, do complexo, do contraditório, porque só dessa maneira é possível ao homem reduzir suas incertezas diante do mundo” (Garcia, 2004:12). A hipotética crise –o *banimento da crítica*– não afetaria apenas o jornalismo especializado em cultura, mas também a crítica erudita especializada, ambos formatos afetados pelo caráter repetitivo e anódino da grande massa de textos críticos: “Se o universitário fica isolado, neutralizado, o jornalista fica reduzido a um técnico de comunicação” (Cf. Garcia, 2004).

A crítica pode contribuir para a formação do leitor, mas também guarda perigos, pois se “o texto vem em linguagem cifrada acabou-se o vínculo, se o texto é superficial e até leviano, deforma: o formador de opinião que não pensa nem tem condições de avaliar apropriadamente o que leu, presta um desserviço”.⁶⁵ As dificuldades enfrentadas tanto pela crítica jornalística, *ligeira e interesseira*, quanto pela crítica acadêmica, *defasada* em sua “atitude preferencial quanto ao presente [que] consiste numa constrangida suspensão do julgamento”, são assim resumidas em um recente debate – com o sugestivo título “A crítica morreu?” – pelo professor e escritor Alcir Pécora: “Entre outras conseqüências, no jornal, a principal foi a predominância do release, do marketing, da divulgação editorial ligeira e interesseira sobre a análise detida das obras e a reflexão aprofundada sobre temas literários. Na universidade, a principal conseqüência foi a dificuldade de se lidar com objetos contemporâneos”.⁶⁶

⁶³ BELLO LEÓN, Jaime; GONDELLA, Ana; QUIARO, María E. *En Busca de la Definición Perdida del Periodismo Cultural Diario: Entre la Modernidad y la Posmodernidad*. Caracas: Colección Canícula, 1996. p. 19.

⁶⁴ COELHO, Marcelo. *Jornalismo Cultural*. In: NESTROVSKI, Arthur (Editor). Et Al. *Um País Aberto - Reflexões Sobre a Folha de S.Paulo e o Jornalismo Contemporâneo*. [Cátedra de Jornalismo Octavio Frias de Oliveira]. São Paulo: Publifolha, 2003. p. 136.

⁶⁵ Cf. KASSAB, Álvaro; GOMES, Eustáquio. A crítica morreu? Op. Cit.

⁶⁶ Idem.

Quando o jornalismo cultural passou a privilegiar a *informação* em detrimento da *opinião* ocorreu uma defasagem em sua função crítica, que se refugiou na academia, criando uma diferença de ritmo que, com o tempo, se tornou *um vácuo de pensamento*.⁶⁷ O resultado prático deste processo de transformação pode ter sido um tedioso arremedo jornalístico, misto de comentário pseudocrítico com indicação de consumo e reiteração cultural, no “reconhecimento do familiar”. Em relação a este modelo, mesmo que muitas vezes desinteresse ao público, uma crítica produzida com linguagem técnica especializada poderia superar o “esquema de velhos discursos”, que formula banalidades com a justificativa de *comunicabilidade e compreensibilidade*.

“(...) a diminuição do espaço da crítica nos jornais também se pode atribuir ao desinteresse, para o público culto mas não especializado, do tipo de crítica acadêmica que acabou predominando no Brasil. Na minha opinião, o efeito imediato do convívio com os textos de crítica (...) brasileira contemporânea é o tédio. O tédio e a constatação da sua dificuldade em tratar e avaliar o que é coevo por parâmetros que não sejam a continuação do consagrado no passado, ou a promessa de consagração futura.”⁶⁸

Nem todos, entretanto concordam que haja uma queda qualitativa no texto jornalístico de cultura nas últimas décadas. Para estes, o que há é um *complexo da superficialidade*, distorção negativista que faz surgir monstruosidades jornalísticas para sanar os alegados problemas de falta de conteúdo nos textos do jornalismo cultural. Em uma opinião positiva e otimista que vai de encontro ao senso comum que aqui rastreamos, mesmo que hoje haja “um despreparo da crítica jornalística [visível na] imitação ou glosa descorada do discurso acadêmico”, sugere-se que “se há um tipo de texto que dê conta da matéria viva e que possa apontar caminhos ao criador, esse texto é a resenha e não a tese ou o artigo publicado em revista universitária”.⁶⁹ Os argumentos para isso residem na própria natureza da atividade, que seria objetiva, porém com “falhas” processuais decorrentes da pressa com que é realizada.

Mas não necessariamente *superficial*, pois, inversamente, o texto *profundo* pode apenas esconder deficiências de estilo. Na base da condenação ao jornalismo cultural estaria uma confusão em relação a essas características: a objetividade e a rapidez. “O texto jornalístico passa a ser visto como meramente superficial, confundindo-se o que ele tem de bom, que é a objetividade, com uma falha de resto presente no jornalismo por

⁶⁷ Cf. KASSAB, Álvaro; GOMES, Eustáquio. A crítica morreu? Op. Cit.

⁶⁸ Cf. KASSAB, Álvaro; GOMES, Eustáquio. A crítica morreu? Op. Cit.

⁶⁹ Idem.

causa da rapidez com que é feito. E o texto complicado pode passar por texto profundo, quando muitas vezes é apenas isto: mal escrito”. Teríamos, portanto, o diagnóstico psicanalítico de um *Complexo de Superficialidade*,⁷⁰ que atormenta os jornalistas a ponto de levá-los à tentativa de reação, ainda que sem “calibragem”, sem “ritmo” ou “seqüência” na abordagem crítica.

Com foco mais específico, em uma série de ensaios sobre o exercício do jornalismo cultural no Brasil, promovido nas páginas da revista *Bravo!*⁷¹ (segundo muitos, uma das raras publicações de qualidade do segmento), alguns críticos e jornalistas sugeriram que a excelência da informação, a análise e a crítica da produção literária, cinematográfica, musical, de artes plásticas, teatro e dança “perdeu parte de sua dimensão analítica e ganhou uma dimensão mais pragmática, de recomendação para o consumo, no estilo *vá ver* ou *fuja*”.⁷² O crítico Sérgio Augusto de Andrade, em artigo⁷³ neste debate, afirma não saber precisar quando tudo se alterou nem quem teve a idéia de equalizar todas as seções do jornal, empacotando-as em um mesmo “conjunto de regras, necessidades e urgências, que terminou por inibir a criatividade dos cadernos dedicados à cultura e a exigir deles obrigações antes exclusivas das editorias de cidade, política, economia e esporte”. Na academia, e fora dela, alguns estudos apontam sugestões:

“A reforma da *Folha de S.Paulo* implantada nos primeiros anos em que Otávio Frias Filho dirigiu a redação do jornal despolitizou o jornal e seu noticiário e impôs, pela força, um novo padrão de profissionalidade política. Tal padrão implicava num jornalismo mais fragmentário, mais solto, mais mercadológico. Enfim, um jornalismo incapaz de fornecer as indispensáveis explicações sobre os fenômenos em curso no país.”⁷⁴

Nas fontes, a *Ilustrada* figura como a *vanguarda* do novo modelo. Afinal, foi este caderno que deu “corda demais para a polêmica fácil”, que abriu espaço indevido para um para o tipo de crítico “que gosta de zombar da maneira como um artista se veste ou fala em vez de se concentrar no que ele faz”.⁷⁵ Foi o ponto de partida e o formato alastrou-se como, literalmente, uma moda.

⁷⁰ Cf. KASSAB, Álvaro; GOMES, Eustáquio. A crítica morreu? Op. Cit.

⁷¹ Cf. A Ética e a Prática. *Bravo*, São Paulo, Editora D'Ávila, ano 3, nº 37, 2000. p. 15-23. Ensaio.

⁷² FRIAS FILHO, *Bravo*, São Paulo, Editora D'Ávila, ano 3, nº 37, 2000. p. 16. Ensaio.

⁷³ ANDRADE, Sérgio Augusto de. A Lição dos Abacates. *Bravo!*, São Paulo, Editora D'Ávila, ano 3, nº 37, 2000. p. 22. Ensaio.

⁷⁴ GENTILLI, Victor. *Sistema Midiático e Crise do Jornalismo: dos anos 50 à Decadência Posterior a 80*. Tese de Doutorado, ECA/USP, São Paulo, 2002. p. 19.

⁷⁵ PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. Op. Cit. p. 89.

Nos anos 80, os grandes jornais brasileiros assumem de vez seu papel dentro da indústria. Todas as modificações que iriam ser implantadas a partir de então visam exclusivamente o leitor-consumidor de jornais.⁷⁶ As convulsões econômicas, tão frequentes sob o capitalismo, transformariam a cultura e a visão que se tem sobre ela. São muitas as consequências deste processo. O fato é que o debate cultural no Brasil, que sempre constituiu um campo de formação da identidade, mas também de *status*, migrou da polarização política das décadas de 60 e 70 e se tornou um “mínimo denominador comum da cultura massificada”.⁷⁷ Um novo padrão surgiu, afastando-se definitivamente da tradição da imprensa brasileira. Com o novo *padrão de profissionalidade*, o modelo único da imprensa diária brasileira, o uso da força tornou-se desnecessário, ao passo que houve uma “coincidência, no tempo histórico, com a implantação do sistema de informatização (...) o que induz a pensar que as consultorias agregadas ao pacote industrial ajudaram a difundir esse novo padrão de jornalismo”. O concorrente era a televisão, e o modelo inspirador o *USA Today*, que priorizava textos rápidos e curtos, imagens, infográficos e o *máximo de dispersão possível na leitura*.⁷⁸

O interesse do mercado parece ser mesmo o grande vilão da história, que a tudo transforma e a todos seduz. Os jornais se transformaram em mercadorias. E o modelo americano, mais especificamente o *USA Today*, um “lixo de jornal”, tornou-se seu laboratório paradigmático e sua fonte irradiadora. Um veículo que era, nas opiniões mais radicais, um “jornaleco de noticinhas resumidas feitas para quem não quer ler, para o telespectador”. Jornal publicado para não-leitores que, nestas circunstâncias, representa uma contradição, um verdadeiro *tiro no pé*.⁷⁹ Foi o ocaso da utopia da imprensa alternativa e o início de uma interação, em última instância e no nosso entendimento, de extremo dolo à liberdade imaginativa e ao comportamento ético dos jornalistas. De fato, como já foi dito, a cultura se tornou o novo nome da propaganda.⁸⁰ O *presente eterno espetacular*⁸¹ talvez seja a forma de correr contra o tempo e compensar o *descompromisso* lascivo do homem pós-industrial frente à história.

⁷⁶ Cf. SILVA, Wilsa Carla Freire da. *Cultura em Pauta: um Estudo Sobre o Jornalismo Cultural*. Dissertação de Mestrado, ECA/USP, 1997.

⁷⁷ SILVA, Fernando de Barros e. Fugindo das Ciladas. *Bravo!*, São Paulo, Editora D'Ávila, ano 3, nº 37, 2000. p. 22. Ensaio.

⁷⁸ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 19.

⁷⁹ Cf. KASSAB, Álvaro; GOMES, Eustáquio. A crítica morreu? Op. Cit.

⁸⁰ CRISTÓVÃO, Fernando A. Apud: CARVALHO, Olavo de. O Debate Impossível. *Bravo!*, São Paulo, Editora D'Ávila, ano 3, nº 37, 2000. p. 20. Ensaio.

⁸¹ “Sob todas as suas formas particulares, informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos, o espetáculo constitui o *modelo* presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e o seu corolário o consumo. Forma e conteúdo do espetáculo são identicamente a

“Os cadernos diários de cultura passaram, portanto, a ser grandes vitrines do mercado cultural onde se tem os objetos mas não a reflexão sobre eles e o contexto onde se encontram. Isto significa que apesar da importância dada à informação de atualidade, por outro lado, se estabelece a mesma carência existente no restante do jornal no que se refere à produção de matérias mais interpretativas, como as grandes reportagens. O caráter de guias de consumo fica claro através da segmentação não só em cadernos mas dentro das páginas de cultura: a música não se relaciona com o cinema, que não fala com o teatro que passa longe das artes plásticas. É uma espécie de colcha de retalhos, mas sem a costura final. A retórica que transparece dentro dos cadernos de cultura diários é a do espetáculo. Há cada vez menos espaços para a reflexão e leitura. Os textos são reduzidos forçando o repórter a escrever um estilo quase telegráfico.”⁸²

O fato é que as novas tecnologias de promoção e consumo invadiram as redações e alteraram para sempre a idéia de avaliação crítica que se construía no Brasil. A máxima jornalística deste modelo dispersante é que a massa não pede profundidade, não pede cultura, ela quer imagens e textos mais curtos.⁸³ Trata-se de uma mudança profunda, com múltiplas implicações. “O espetáculo se sobrepõe à notícia; o marketing se sobrepõe à política, o business se sobrepõe ao interesse público”.⁸⁴ Como compara Canclini, em vez da peregrinação religiosa, a excursão turística de massa, o objeto pelo *souvenir*, a exposição pelo *show*.⁸⁵ Na cultura, a nova ordem se manifesta seja “no tom de texto de pretensões ‘bem-humoradas’ (em que há mais metáforas que argumentos e subsídios)”, como, e isso nos interessa diretamente, no formato de *guia de consumo* (onde “vale a pena gastar o seu dinheiro”).⁸⁶ Também com a expansão do mercado de arte dos guetos de colecionadores para um público de massa, mais interessado no investimento do que em estética, se alteram as formas de avaliação da criação artística. Veículos embrulham informação e livre arbítrio junto à propaganda de objetos e produtos de luxo de todo tipo.⁸⁷ A opinião do crítico agrega valor ao produto. Em mais uma distorção, acontece então o surgimento do *jornalista de grife* que, a exemplo dos jogadores de futebol e seus clubes, já não se identificam com um único jornal, mas “oferecem seus serviços como PJs (Pessoas Jurídicas)”. Dessa forma, um atributo

justificação total das condições e dos fins do sistema existente”. DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*, Lisboa: Mobilis In Mobile, 1991. p. 10.

⁸² SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 151.

⁸³ SANTOS, Hamilton dos. Apud: SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 51.

⁸⁴ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 32.

⁸⁵ Cf. CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Edusp, 2000.

⁸⁶ Cf. VALE, Israel do. *Jornalismo Cultural e Uniformização do Gosto*. Op. Cit.

⁸⁷ Idem. p. 57.

necessário a qualquer jornalista passou a ser executado apenas “por essa minoria de jornalistas que passaram a oferecer suas colunas aos mais diversos jornais do país”.⁸⁸

A questão da discutida *crise de identidade do jornalismo brasileiro*, se informativo ou opinativo,⁸⁹ se esvaece quando se trata de cultura. A discussão sobre o que o jornalismo entende por cultural, se a posse de conhecimentos, no sentido (clássico) do saber quantitativo das Humanidades,⁹⁰ ou se a cultura de consumo, já não mais se coloca, pois a *informação como mercadoria* está definitivamente atrelada ao conceito de sucesso e demanda. Inaugura-se a era das celebridades instantâneas e dos acontecimentos calculados, onde o paradigma do acontecimento é o sucesso.⁹¹

Absolutamente tudo passa a fazer parte da cultura, enquanto jornais e revistas parecem assumir serem incapazes de enobrecer ou levar conhecimento às pessoas, ao menos através de suas páginas especializadas com grande circulação e penetração social, que *criam* a realidade que lhes interessam ao custo da abdicação de um sentido ético. Manipular os signos e torná-los independentes dos objetos, disponibilizando-os para o uso, é a chave da cultura contemporânea, uma sociedade de consumo essencialmente cultural, mesmo que *sem profundidade*.⁹²

Em que pese o caráter frio⁹³ e mesmo a posição de inferioridade das questões culturais na hierarquia das informações jornalísticas —sempre o primeiro setor a sofrer cortes— o discurso fragmentário,⁹⁴ descontextualizado e voltado especificamente ao leitor jovem tornou-se padrão para veículos influentes como a *Folha de S.Paulo*, que, contrariando sua própria história, apostou na euforia internacionalista,⁹⁵ na *infantilização* de seu noticiário e público-alvo e, aspecto um tanto polêmico, no individualismo extremado dos jornalistas. O individualismo, contudo, é de notório destaque na profissão, tendo em vista que historicamente não se pára um jornal com uma greve de jornalistas, como muitas vezes aconteceu com movimentos de gráficos. É mais fácil para estes, é claro, jogar uma ferramenta nas rotativas, mas de todo modo falta mesmo o

⁸⁸ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 34.

⁸⁹ Cf. SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit.

⁹⁰ Idem. p. 43.

⁹¹ Cf. SILVA, Fernando de Barros e. Op. Cit.

⁹² “No mundo contemporâneo, a transparência ‘comunicacional’ é uma condição básica, pois o progresso das sociedades passou a depender do fato de que *as mensagens que nela circulem sejam ricas em informações e fáceis de decodificar*, que é um pré-requisito na comercialização dos saberes”. Idem. p. 43.

⁹³ Idem.

⁹⁴ “A despeito de certas manifestações e intenções contestatórias e radicais da esquerda pós-moderna, o pós-modernismo torna-se caudatário do movimento de consolidação da hegemonia do pensamento conservador”. OLIVEIRA, João E. Evangelista de. *Política e Cultura Pós-moderna: Um Estudo dos Cadernos Culturais do Jornal Folha de S.Paulo*. Tese de Doutorado, ECA-USP, 2000. p. 112.

⁹⁵ Cf. SILVA, Fernando de Barros e. Op. Cit.

espírito de equipe aos jornalistas atuais. Era o espírito de equipe, dizem as testemunhas, que movia o jornalismo na década de 70. A prova está no fato que os jornais preservavam um certo espírito coletivo que “dispensava a assinatura na matéria” e tinham no compromisso público o seu “elemento mais forte”.⁹⁶

No caso específico da *Folha de S.Paulo*, depreendem-se da sua leitura atenciosa inúmeros textos pretensamente didáticos (*saiba como, saiba mais, quem é* etc.) que, ao tentar explicar os assuntos das matérias, os pasteurizam; além de trocadilhos espirituosos continuamente empregados, que tratam o leitor como *criança*. É venal sua tendência à conformação estrutural e estilística a uma suposta contemporaneidade, centrada na volátil concepção de cultura jovem. Evidencia o uso indiscriminado desta tática, que apela para “uma espécie de ultrademagogia, ultrapopulismo: o caderno cultural ‘finge’ que adora, cai de boca na cretinice do momento, quase fazendo uma imitação, um ventriloquismo, do público *teen* ao qual pretende se dirigir”.⁹⁷ Ademais, nos anos 80 e 90, o estilo *divertido* se tornou dominante no jornalismo brasileiro,⁹⁸ com sua “complacente aceitação do lixo cultural, sua mentalidade adolescente, a ignorância de muitos que o praticam”.⁹⁹ Acrescentando obstáculos a superar, por diversas vezes vimos a coluna do ombudsman da própria *Folha* apontar criticamente a insistência com que o jornal publicava matérias sobre determinado filme nacional, em diversos cadernos de uma mesma edição, por vários dias, sem qualquer pudor.

Mas há visões contrárias, que indicam outros pontos de percepção sobre este diário e que devemos levar em consideração:

“Sem uma fórmula jornalística acabada, a grande sacada da ‘FI’ foi a de aceitar o papel de se tornar o espelho de uma época em movimento. Junto com o processo de modernização da confecção do jornal –profissionalização da redação, informatização da produção e projeto gráfico alinhado com as tendências do *design* internacional–, o suplemento de artes e espetáculos da *Folha* incorporou à sua pauta o agudo processo de mudanças na produção e nos hábitos culturais. (...) a *‘Ilustrada’* passou a ser não só um veículo, mas também um interlocutor ativo no processo cultural.”¹⁰⁰

⁹⁶ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 214.

⁹⁷ É o que Alceu Amoroso Lima, em *O Jornalismo como Gênero Literário*, destaca como primeiro perigo que corre o jornalismo: a *facilidade*, entendida como a absorção pelo acontecimento, como conformismo (ordem moral) e mimetismo (ordem verbal), como imitação cínica do público com o abuso “da gíria, dos modismos, das frases de efeito, dos *slogans* da moda, para melhor ser lido e ouvido”. COELHO, Marcelo. In: NESTROVSKI, *Um País...* Op. Cit. p. 135.

⁹⁸ Cf. KUCINSKI, Bernardo. *A Síndrome da Antena Parabólica*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998. p. 76.

⁹⁹ AUGUSTO, Sérgio. *Resistir à Mesmice*. Op. Cit. p. 55.

¹⁰⁰ SUZUKI Jr., Matinas. O Grande Editor. In: NESTROVSKI, *Um País...* Cit. p. 141.

No entanto, o projeto disforme de hegemonia¹⁰¹ que perpassa esta superficialidade se legitima em escala planetária com pretensões de via única. Como salientado acima, o saber tornou-se a principal força de produção econômica enquanto o domínio de mercadoria informacional para a produção constitui o maior desafio na disputa global de poder. A produção e o controle do saber representam o mais importante ponto de estrangulamento para os países em desenvolvimento, que tendem a uma defasagem crescente em relação aos países desenvolvidos. Um novo campo de luta em torno das estratégias industriais, comerciais, militares e políticas se apresenta.¹⁰² A luta pelo domínio de informações substituiu a ancestral disputa por territórios.

Por outro lado, o simples esforço educacional e a democratização dos meios de comunicação (caso se tornassem, além de desejáveis, possíveis e prováveis) não garantem que estaremos avançando em direção a um meio social mais equilibrado ou dinâmico. A falta de informações sobre consumo cultural nos países latino-americanos, por exemplo, é um serviço que a cultura oficial presta à hegemonia. “Conhecemos as intenções das políticas modernizadoras, mas há pouquíssimos estudos a respeito de sua recepção”, constata Canclini. “Nem as instituições nem a mídia costumam averiguar quais os padrões de percepção e compreensão a partir dos quais seus públicos se relacionam com os bens culturais; menos ainda, que efeitos em sua conduta cotidiana e em sua cultura política”.¹⁰³ Se nosso jornalismo cultural é um espelho muito pouco lisonjeiro de nossa cultura,¹⁰⁴ se ele perdeu “sua capacidade de entender e compreender o que acontece— capacidade que tinha (ou pelo menos buscava ter) entre 1950 e 1980—, embora nem sempre pudesse ou fosse capaz de explicar à sociedade o que acontecia” (Gentilli, 2002:35), é porque tem mantido sua energia apenas como objetos para consumo rápido, *fast food* do conhecimento ou efemeridades espetaculares, e não como espaço de verdadeira realização social e política.

Hoje, há mais interesse na visualidade da paginação que na textualidade. As novas gerações, talvez até por uma falha na formação educacional (que privilegia a política), “minimizam o valor da cultura e se mostram despreparadas para escrever sobre temas culturais. E quando escrevem o fazem apenas sobre temas da cultura

¹⁰¹ “A legitimidade do gosto (...) avaliada a partir da esfera de bens restritos, que serve inclusive como escala para a mensuração simbólica dos produtos da indústria cultural. (...) seria difícil aplicarmos este modelo à sociedade brasileira, devido à precariedade da própria idéia de hegemonia cultural existente entre nós”. Cf. ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

¹⁰² Idem.

¹⁰³ Cf. CANCLINI, Op. Cit.

¹⁰⁴ ANDRADE, Sérgio Augusto de. Op. Cit. p. 22.

pop”.¹⁰⁵ E são essas novas gerações que assumiram o espaço vago nas redações. A profissão de crítico segue sem regulamentação e qualquer um, literalmente, faz crítica. Alguns críticos, como declara Clóvis Garcia, se registram como jornalistas para não ter problemas “Eu me recusei, justamente para mostrar a diferença entre o jornalista e o crítico”, afirma.¹⁰⁶

Assim, a vitalidade da cultura que pulsa nas multidões, diriam alguns, contrasta com a aridez anunciada dos críticos e especialistas que, entrincheirados em suas rotativas pós-industriais, desconstroem o pouco que se conquistou de cultura *como identidade nacional* e anunciam continuamente a recriação da roda. “Tem sido observado que a cada geração a vida intelectual no Brasil parece recomeçar do zero”,¹⁰⁷ escreveu o crítico Roberto Schwarz em conhecido e superado ensaio sobre a descontinuidade da reflexão e do pensamento no país. De todo modo, a crítica parece ser impelida sempre a se voltar sobre si mesma e o intelectual a redefinir-se e a reinventar sua área de atuação. Assim, um fotógrafo com trânsito pelo documentarismo como Thomaz Farkas acredita que estamos apenas começando a evoluir e que se trata de uma questão de escolha: “a crítica, [seja] musical, fotográfica, cinematográfica, ela evoluiu agora, está evoluindo e revelando bons críticos, mas isso está vindo agora, nós estamos tendo críticas boas, tem jornalismo bom; agora você tem de escolher o jornal que lê, os artigos que você vai ler, mas é a *sua* escolha”.¹⁰⁸

O jornalismo é o que os jornalistas fazem dele. Ou, melhor, o que lhe confere sentido é o seu uso. O meio não é o mero reflexo mecânico de sua natureza tecnológica, mas a expressão do uso social que lhe confere a comunidade.¹⁰⁹ Sob a perspectiva de nosso objeto, seja “o *Projeto Folha*, seja o projeto de Navarra,¹¹⁰ que encontrou em *O Estado de S.Paulo* seu porta-voz, ambos eram projetos que rompiam com esse modo de fazer jornalismo voltado para a qualidade editorial, o interesse público e a sociedade brasileira”. Todos os demais órgãos seguem “a trilha da *Ilustrada* no que se refere aos cadernos de cultura e aceitam o mercado cultural como definidor de seu espaço”, onde

¹⁰⁵ Cf. MARQUES DE MELO, José. Cultura, jornalismo e o mercado em rotação. Op. Cit.

¹⁰⁶ GARCIA, Clóvis. *A Crítica é uma Criação Artística*. In: GARCIA, Maria Cecília. Op. Cit. p. 298-299.

¹⁰⁷ SCHWARZ, Roberto. *Que Horas São?* São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p. 30.

¹⁰⁸ FARKAS, Thomaz. Thomaz Farkas, civilizador. *Revista PJ:Br – Jornalismo Brasileiro*, São Paulo, 10 ago. 2004. Acesso em 10 dez. 2004. Entrevista concedida a Marcelo Januário. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/prof/josemarques/arquivos/entrevistas4_a.htm>.

¹⁰⁹ Cf. SERRANO, Martín. Apud: ALSINA, Miquel Rodrigo. *La Construcción de la Noticia*. Barcelona: Ed. Paidós, 1989.

¹¹⁰ “Ao trocar o parque gráfico, muitos [jornais] ganhavam, como brinde, da Universidade de Navarra, ligada umbilicalmente à Opus Dei, um novo projeto gráfico editorial”. GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 217.

passa a ser notícia tudo que estivesse dentro das agendas culturais.¹¹¹ A mudança é patente, criando uma nova profissão. Entretanto, os críticos do atual modelo são estigmatizados como *reclamadores do jornalismo cultural*, saudosistas ou anacrônicos. Como explica Gentilli, do ponto de vista das redações, o ingresso de novos profissionais *não viciados* nos procedimentos do passado e a saída da geração mais velha dos cargos de comando, que ocorre em bloco no período, induz os novos jovens jornalistas à produção de “uma profissão completamente diferente daquela anterior”.¹¹²

Vetores – Sempre amparado nos documentos, indicam os desdobramentos deste assunto no novo milênio (e expõem a falta de opções ou reações do mercado rumo ao redimensionamento da atividade jornalística cultural no Brasil) aspectos como o reflexo passivo e inconsciente das editoriais de nossos grandes veículos aos *ventos do norte*, o nivelamento (por baixo) da linguagem, o condicionamento das vendas de exemplares a objetos estranhos ao jornalismo, a promoção explícita de produtos culturais nas páginas dos jornais ou mesmo a sujeição econômica aos patrocinadores. Como escreve Sant'anna, os veículos de comunicação começaram a “emprestar o chamado ‘apoio’ a uma série de eventos, exposições e conferências ao mesmo tempo em que co-editam dicionários e lançam livros e CDs junto com suas edições”. O crescimento das ações, interferências e prestação de serviços são visíveis, até exageradas, restando saber se o jornal vende *por seu conteúdo ou pelos seus penduricalhos culturais*.¹¹³

O conteúdo, esta é a verdade, parece não importar mais a ninguém, ao menos dentro das redações. Novamente, o imperativo de que uma empresa fracassada financeiramente é um jornal fracassado jornalisticamente. Para além das pretensões intelectuais, a atividade não tem cumprido suas obrigações jornalísticas:

“No momento atual, o jornalismo cultural não tem conseguido realizar essa função [de editar, hierarquizar, comentar, analisar] com clareza e eficácia, por variados motivos que serão vistos. Mas o primeiro e principal deles tem a ver com esse mesmo debate sobre os critérios para avaliar uma produção cultural que é cada vez mais numerosa e diversificada e economicamente relevante. Trata-se das polarizações grosseiras a que ele tem sido submetido. O jornalismo cultural pode sofrer crises de identidade frequentes, e é bom que sofra –até porque, como na arte, a condição moderna é

¹¹¹ SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 79.

¹¹² GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 35.

¹¹³ SANT'ANNA, Affonso Romano de. Paradigmas do Jornalismo Cultural no Brasil. *Publicações*, Banco do Brasil, [s/r], [s/d]. Acesso em 21 fev. 2005. Disponível em: <http://www.bb.com.br/appbb/portal/bb/si/pbcs/rsm/Affonso_Romano.jsp>.

‘crítica’, isto é, envolve sinais de crise, é instável, cíclica, plural–, mas as dicotomias fáceis só lhe têm feito mal.”¹¹⁴

A missão jornalística de fato tem sofrido danos no novo quadro. Como já nos anos 50 alertava Alceu Amoroso Lima: “Sempre que se reduzir o meio (a palavra) a um simples instrumento de transmissão, deixará de ser jornalismo para ser apenas *publicidade* ou propaganda, ou noticiário, ou anúncio”.¹¹⁵ Quase meio século se passou e realmente nos deparamos com um jornalismo cultural que “se confunde muito mais com o serviço e com a propaganda do que com algum tipo de matéria crítica ou jornalística. Ou seja, não é só na escolha do tema, mas é também no tratamento do tema, que o mercado prevalece e impõe sua norma.”¹¹⁶ Talvez tenhamos, de algum modo ainda incerto, de reformular a prática para resgatá-la do marasmo burocrático que a nova ordem econômica impõe à atividade. Para revitalizar a crítica, “tirando-a do achismo e do parasitismo”,¹¹⁷ não faltam as prescrições, como a de Daniel Piza, que prescrevem o uso de palavras menos óbvias, a fuga do lugar-comum, descrições e argumentos bem amarrados, humor, ironia, lirismo, metáforas, trocadilhos e mudanças de andamento, além da diversificação dos gêneros.

A demanda do leitor por análises é crescente. Isto estimula a necessidade de se buscar vias para melhor preparar os profissionais quanto à formação em cultura geral, à recuperação da auto-estima e confiança na importância de seu trabalho, a expansão dos espaços para a discussão crítica e a reflexão das implicações sociais dos movimentos artísticos. Face ao fim da abordagem tradicional que geralmente definia cultura em pares opostos, como erudito e popular, ou frente ao avanço da fusão entre cultura e sociedade de consumo, torna-se premente a necessidade de a imprensa ter um espaço dedicado ao livre debate de idéias, de estímulo cultural, que também ofereça ao leitor um serviço de lazer e entretenimento.¹¹⁸

É preciso que os dados sejam sempre colocados em perspectiva. Autores como Daniel Piza ressaltam que um dos maiores problemas do jornalismo cultural contemporâneo está justamente nas oposições esquemáticas, nos *falsos dilemas* entre “entretenimento versus erudição”, “nacional versus internacional”, “regional versus central”, “jornalista versus acadêmico”, “reportagem versus crítica” e demais binômios.

¹¹⁴ PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. Op. Cit. p. 45.

¹¹⁵ LIMA, Alceu Amoroso. *O Jornalismo como Gênero Literário*. São Paulo: Edusp, 2003. p. 38.

¹¹⁶ COELHO, Marcelo. *Jornalismo Cultural*. In: NESTROVSKI, *Um País...* Op. Cit. p. 135.

¹¹⁷ PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. Op. Cit. p. 137.

¹¹⁸ SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 32.

O resgate da definição perdida – A publicidade e o consumismo, amparados pela concentração e polarização de renda, se tornam a ideologia das sociedades neoliberais e preenchem o vazio ideológico do *pensamento único*. A construção de uma atividade crítica nos grandes meios impressos de comunicação esbarra no imenso poder de barganha das empresas e na iminência do desemprego que inibem os jornalistas, na onisciência da mídia que bloqueia a veiculação de manifestações autênticas e autônomas, na competição desenfreada que abole escrúpulos profissionais e anula o espírito ético de grupo, na lei do furo que *queima* assuntos e protagonistas, no *presentismo*¹¹⁹ adolescente que delega gerações inteiras à lata do lixo da história.

A busca por eficiência, excelência ou eficácia é um princípio altamente positivo e desejável, “desde que não se transformem em panacéias, em fins definidos por si mesmos ou por escalas quantitativas, indiferentes aos contextos em que são aplicados, às pessoas e aos recursos envolvidos ou a critérios quantitativos que mantenham compromissos com valores éticos, sociais ou ambientais”.¹²⁰ Os desdobramentos deste processo *concorrencial* não se encerram com a obstrução da atividade crítica. Implicam em outros aspectos de ressonância coletiva, como a descentralização do poder de decidir o que é cultura e a necessidade de estímulo a políticas públicas que fomentem o debate e o advento de percepções estéticas comunitárias, possibilidade ainda não explorada em nossa sociedade. Também a língua, plastificada e comprimida, sofre com o novo modelo, perdendo seu vigor e abrangência junto às pontuações e expressões extintas.

A crise de identidade do *jornalismo cultural* resulta na sua inevitável descaracterização, ao menos enquanto reflexão crítica. A capitulação já é perceptível. As opções, ambíguas, sugerem que ao jornalismo cultural de papel restaria a função de uma espécie de *grande editor do mundo*. Como afirma Matinas Suzuki Jr., “caberia a ele priorizar e hierarquizar as manifestações artísticas mais importantes, identificar tendências, analisar fenômenos de grande criatividade e de coragem de ousar no contrafluxo do *status quo* artístico”.¹²¹ Frente ao sentimento sem utopias, acena-se também com uma postura combativa do próprio profissional, como se unicamente nele se encerrasse o problema. A conclusão de estudos desenvolvidos na Venezuela destaca, em livre tradução, que o jornalista cultural deve abandonar sua posição complacente

¹¹⁹ Idem, p. 41.

¹²⁰ Ibidem.

¹²¹ SUZUKI JR., Matinas. Op. Cit. p. 141.

com a submissão mercantilista do jornalismo, para se situar em um plano mais combativo, uma vez que tem a possibilidade em mãos de *trazer de volta sua definição perdida*, “el hilo de la razón cultural”.¹²²

Porém, como defendemos nesta dissertação, o tema envolve aspectos muito mais amplos, que têm posto em curso a substituição ou sobreposição do *jornalismo cultural* por um formato de *jornalismo de serviço*, pautado em comentários, ligeiro, sem obrigações com a crítica ou com a honestidade intelectual, agendado apenas pelo *show business*. É, de fato, um tema espinhoso, pois como qualquer debate mais aprofundado, convergirá para o papel da imprensa na perpetuação dos dilemas que abalam a cultura e a sociedade. E os caminhos passam pela ética: A diversidade cedeu espaço para um tipo de “concurso permanente de misses (em todas as áreas), cujo lado mais visível é o fã-clubismo dos textos”, e o debate cedeu lugar “ao adesismo e à bajulação”.¹²³

A crise de identidade do jornalismo cultural, talvez um fenômeno de proporções planetárias, pode ser resumida na ausência de reflexão e na predominância de uma postura de aceitação passiva dos rumos e desvios da cultura e na submissão profissional às imposições do mercado. No limite, um desastre ético e profissional. Mas, intensificam-se as dúvidas: se o jornalismo cultural já não é o mesmo, como e porquê decaiu? Se a cultura está viva, onde está a crítica? E, principalmente, se *todos* reclamam do jornalismo de cultura, quem é que o faz?

Ouviremos agora o *coro dos descontentes*.

Os “reclamadores do jornalismo cultural”

Como adiantamos, observa-se a ocorrência acentuada de análises negativas quanto à atividade do jornalismo cultural brasileiro, sobre seu declínio crítico e indefinição conceitual e até mesmo sobre sua especificidade enquanto segmento opinativo. Os mais diversos segmentos da sociedade se manifestam e reivindicam autoridade sobre as práticas do jornalismo cultural, indicando a fragilidade que este possui como campo autônomo e especializado. Uma pesquisa sistemática pela rede mundial de computadores é suficiente para detectar o interesse despertado pelo tema e formar um mosaico de juízos, radiografando a opinião pública.

¹²² BELLO LEÓN, Jaime; GONDELLA, Ana; QUIARO, María E. Op. Cit. (*Opinión sobre el periodismo cultural. Encuentro con Eduardo Subirats*). p. 152.

¹²³ VALE, Israel do. *Jornalismo Cultural e Uniformização do Gosto*. Op. Cit.

O principal componente do debate pode ser classificado como, para usar as palavras de Marcelo Coelho,¹²⁴ o *reclamador do jornalismo cultural*. São jornalistas, professores, críticos, intelectuais, editores, *publishers*, pesquisadores, diagramadores, artistas e outros profissionais, incluindo leitores, que se manifestam, em sua maioria pela internet, mas também em revistas especializadas, livros e eventos, sobre o que nós chamaremos de *empobrecimento do jornalismo cultural*. Diluído na era pós-industrial em novas funções e obrigações, que o transformaram alternadamente em “guia de consumo”, “roteiro de eventos”, “jornalismo de serviço” e semelhantes (*Figuras 41 e 43 do Anexo 12*), a atualidade do jornalismo cultural abriga um fenômeno ainda não sistematizado pela academia, mas amplamente observado tanto em São Paulo como em todo o país e no mundo. Fenômeno esse a todo o momento diagnosticado, apontado e aconselhado com as devidas prescrições e receitas infalíveis para a superação da *crise*.

Nestes textos disseminados pela rede e pelas páginas impressas, tem-se a clara percepção da insatisfação dos diversos segmentos da sociedade com a atividade dos jornalistas culturais dos jornais impressos de grande escala. Infindáveis e contundentes críticas brotam por todos os lados, ao mesmo tempo em que os jovens estudantes de jornalismo são estimulados a ingressar no segmento, atraídos pelo mito do profissional “*bon vivant*” (alimentado pela mídia e já bem documentado por Daniel Piza),¹²⁵ e dezenas de palestras, colóquios e cursos de especialização são dedicados ao tema no país e fora dele.

Às opiniões de profissionais juntam-se observações dos leitores que, com a popularização de novos meios de interação trazida pela comunicação digital, se anexam aos próprios textos originais. Constatamos que, em geral, tais comentários provêm de profissionais de comunicação, mais interessados e sensíveis à problemática que envolve o segmento. Assim, os *Comentários dos Leitores*, à semelhança das seções de cartas e painéis do leitor institucionalizados pelos veículos impressos, com a crucial diferença de serem vinculados e referentes a cada texto isoladamente criando um diálogo em tempo real entre autor e leitor e entre os próprios leitores, constituem uma rica fonte de documentos que, à semelhança de *weblogs*, se expandem a cada dia com réplicas e tréplicas sobre o assunto principal publicado, como, no caso em questão, os rumos do jornalismo cultural brasileiro.

¹²⁴ COELHO, Marcelo. *Jornalismo Cultural*. In: NESTROVSKI, *Um País...* Op. Cit. p. 137.

¹²⁵ Cf. PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. Op. Cit.

A técnica de compilação, construindo um painel polifônico público (narrativa integralmente elaborada a partir das opiniões veiculadas), pode apresentar-se aleatória ou mesmo imprecisa, mas, ao mergulharmos no *risco de tentar o cruzamento de discussões*, temos em mente que jornalismo cultural, em si mesmo, é um conceito *híbrido*, que exige “uma dose de interdisciplinaridade, ou de improviso”.¹²⁶

Com base ética, quase todos os argumentos condenatórios parecem reclamar de *irresponsabilidade, oportunismo, soberbia, arrogância* – “quase todos os jornalistas pensam que pertencem a uma espécie de classe superior da sociedade. Uns se acham mais bonitos, outros mais inteligentes, a maioria pensa ser bastante poderosa”¹²⁷ – *desídia, sectarismo, ignorância e deslealdade* dos jornalistas culturais. Notamos o esforço por se definir o campo e sua função sócio-cultural, como ocorre com os textos que consideram que “à mídia escrita, sobretudo, caberia então a tarefa de assinar um compromisso com a qualidade, a inteligência e a criatividade” e possuir como paradigma clássico a tarefa de “servir ao leitor, e ao leitor deve[r] satisfação e satisfações”.¹²⁸ Em um segmento entendido como, grosso modo, “os segundos cadernos dos jornais diários, dedicados à área de artes e espetáculos, e os suplementos semanais dos mesmos jornais”,¹²⁹ a crítica deveria, pois, “calcar-se numa concepção de verdade - considerando-se sempre a força da personalidade e o peso da cultura sobre o cidadão (consciência política)”.¹³⁰ A questão passa a ser então como agradar um público tão plural como é o público contemporâneo, um verdadeiro desafio sendo o universo cultural de um leitor de jornal *ao mesmo tempo vasto e limitado, sofisticado e simples, exigente e displicente*.¹³¹

O modelo ideal seria aquele que acredita na *força do texto* e “investe na ‘inteligência do leitor’, não receia deixar em segundo plano o jornalismo de agenda (ou seja, aquele cujas pautas são ditadas por eventos e lançamentos do dia ou da semana) e

¹²⁶ COELHO, Marcelo. Como discutir jornalismo cultural? *Cáspes Libero*, São Paulo, 26 fev. 2002. Acesso em 16 fev. 2004. Disponível em: <<http://biondi.fcl.com.br/facasper/jornalismo/artigos/noticia.cfm?secao=12&codigo=2>>.

¹²⁷ MANZANO, Rodrigo. O decálogo do desencanto. *Portal Imprensa*, São Paulo, 07 abr. 2005. Acesso em 07 abr. 2005. Disponível em: <<http://www1.uol.com.br/imprensa>>.

¹²⁸ Cf. BAHIANA, Ana Maria. Jornalismo cultural: quem paga? *Digestivo Cultural*, Los Angeles, 17 nov. 2003. Acesso em 24 fev. 2003. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=74>>.

¹²⁹ Cf. COUTO, José Geraldo. Jornalismo Cultural em crise. *Banco do Brasil*, São Paulo, 24 nov. 1995. Acesso em 13 fev. 2004. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/appbb/portal/bb/si/pbcs/rsm/JoseGeraldo.jsp>>.

¹³⁰ Cf. LANYI, José Paulo. Críticas desprezíveis. *Portal Comunique-se*, São Paulo, 17 set. 2003. Acesso em 15 dez. 2003. Disponível em:

<<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?op2=1&op3=2&editoria=240&idnot=11754>>.

¹³¹ Cf. ZAPPA, Regina. Jornalismo cultural e auto-estima. *Biblioteca Virtual do Estudante Brasileiro*, [s/r], [s/d]. Acesso em 12 fev. 2004. Disponível em:

<<http://www.bibvirt.futuro.usp.br/textos/humanas/portugues/interpoesia/zappa.html>>.

não se entregou, como os demais, ‘ao frenesi do furo’”.¹³² Ser capaz de oferecer “matérias que colocam a produção cultural num contexto mais amplo e mais rico”,¹³³ e ter “a capacidade de ir além do ‘agendismo’ – ou seja, o cacoete de refletir o óbvio”.¹³⁴ Com autocrítica, paixão e paciência,¹³⁵ o jornalista cultural “presta ao seu leitor um serviço precioso – no melhor dos mundos, ele o ajuda a pensar, a analisar, a bem ver e bem ouvir, a não ser um consumidor passivo”;¹³⁶ sua missão é fornecer “argumentos e informações para que o leitor tire suas próprias conclusões, um trabalho de cooperação e não ditadura de opiniões”,¹³⁷ além de se “acautelar contra a conclusão fácil, contra as deduções e os julgamentos sumários dos artigos, comentários e entrevistas”.¹³⁸ A superficialidade, o agendismo e o tom relatorial são também sintomas evidentes: “A mera existência desses fatos e elementos –as estréias, lançamentos e inaugurações– não deixa de ter valor: nas seções de serviço e agenda. Para merecer a atenção cada vez mais fugidia do leitor, fora desses espaços, o bom jornalismo de cultura deve buscar os comos e porquês, o contexto, a tendência, o contraste, a consequência”, avalia Ana Maria Bahiana.¹³⁹

A preparação intelectual é fundamental, pois o profissional sabe que crítica não é uma questão de opinião, que exige uma série de conceitos, muitos deles científicos. “E o que temos é que a maior parte dos críticos ainda trabalha na base do achismo”.¹⁴⁰ Há quem, clamando as obrigações do jornalismo enquanto comunicação social, tenha posicionamento diferenciado face à questão: No jornalismo cultural, o serviço deve vir sempre em primeiro lugar; a opinião “deve ter seu espaço sim, para criticar a obra, sempre em retrancas separadas dos demais textos. (...) Opinião, deixemos para depois. Nem todos os nossos leitores são intelectuais como achamos que nós somos”.¹⁴¹

Essa visão, aliás, é mais comum do que aparenta.

“A crítica é uma das coisas que mais levam pessoas a serem jornalistas. Sabe o ator que não deu certo, o músico que não

¹³² Cf. AUGUSTO, Sérgio. O frenesi do furo. *Bravo!*, São Paulo, 10 out. 2000. Acesso em 12 fev. 2004. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=4>>.

¹³³ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O bom jornalismo cultural. *Portal Comunique-se*, São Paulo, 17 jun. 2003. Acesso em 15 dez. 2003. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br>>.

¹³⁴ Idem.

¹³⁵ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O que é um bom crítico? *Portal Comunique-se*, São Paulo, 29 set. 2003. Acesso em 15 dez. 2003. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br>>.

¹³⁶ Idem.

¹³⁷ Idem. (Comentário de Marcelo Cardoso Gama). 25 set. 2003.

¹³⁸ Cf. LANYI, José Paulo. Críticas desprezíveis. Op. Cit.

¹³⁹ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O bom jornalismo cultural. Op. Cit.

¹⁴⁰ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O que é um bom crítico? Op. Cit. (Comentário de Léo Bueno). 23 set. 2003.

¹⁴¹ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O bom jornalismo cultural Op. Cit. (Comentário de Marcelo Oliveira). 18 jun. 2003.

se arranjou, o pintor que não conseguia encontrar as cores certas? Viraram críticos. Mas os críticos bons mesmo, os melhores, são aqueles cujo ofício primitivo foi reportar, não criticar. Porque aprenderam, antes de mais nada, a ver como se dá a engrenagem de seu objeto de estudo antes de se meterem a sabichões sobre ele.”¹⁴²

A adequação da linguagem merece atenção, pois a crítica de formação acadêmica “tem disciplina e treinamento próprios”. Aprende-se crítica em escolas, como a qualquer técnica. Porém, “crítico com esse tipo de formação, num veículo de massa, seria certamente embasadíssimo (mas) mataria de tédio seus leitores”.¹⁴³ O formato do jornalismo cultural, como seu conceito, é bastante discutível. Por um lado, é “essa seção dos jornais que traz a programação cultural das cidades deveria dedicar-se (ou restringir-se) ao entretenimento. Falar das peças de teatro e filmes. Descrever e analisar exposições de artes plásticas. Trazer para o leitor o mundo da televisão. Apresentar crítica”.¹⁴⁴ Por outro lado, alguns veículos assumem um viés acadêmico, com muitos colaboradores intelectuais; outros se voltam para a cultura de massa, criando um culto às celebridades; e há mesmo os que são produzidos quase que exclusivamente com matéria de segunda mão, de agências de notícias, em um tratamento secundário à cultura.¹⁴⁵ No final, não obstante, o “jornal acaba tendo a função de filtro, de seleção das milhares de opções disponíveis em termos de cultura, lazer e entretenimento”,¹⁴⁶ que trabalha as informações para “inseri-las criticamente no contexto histórico-cultural que as fundamenta e que dá sentido” e tentar torná-las mais *acessíveis ao homem comum*.¹⁴⁷

De fato, muitos modelos são idealizados, indicando a falta de referência predominante e a contradição aguda surgida entre tantas possibilidades. Há também um paralelismo, pois quando o jornalismo “se confunde com a cultura que cobre, produz elementos que irão se incorporar ao próprio tecido cultural”.¹⁴⁸ Nesta linha, “o jornalismo cultural é a cultura em movimento. Ele é, ou deveria ser, na sua essência, a tradução da sociedade que está refletida nas artes e na produção cultural”;¹⁴⁹ no entanto

¹⁴² Cf. LANYI, José Paulo. Críticas desprezíveis. Op. Cit. (Comentário de Léo Bueno). 18 set. 2003.

¹⁴³ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O bom jornalismo cultural. Op. Cit.

¹⁴⁴ Cf. ZAPPA, Regina. Jornalismo cultural e auto-estima. Op. Cit.

¹⁴⁵ Cf. IORE, Andy. Jornalismo cultural. *Supers*, Maringá, 10 jan. 2002. Acesso em 12 dez. 2003. Disponível em: <<http://www.supers.com.br/variedades/tcc-jor-cultural.htm>>.

¹⁴⁶ Cf. CURRLIN, Danielle. Jornalismo Cultural é pauta na Estácio. *Estácio de Sá*, Florianópolis, 25 fev. 2004. Acesso em 25 fev. 2004. Disponível em:

<<http://estacio.stelapublish.stela.ufsc.br/stelapublish/Portal/conteudo/161003E.html>>.

¹⁴⁷ Cf. COUTO, José Geraldo. Jornalismo Cultural em crise. Op. Cit.

¹⁴⁸ Cf. BAHIANA, Ana Maria. Jornalismo cultural: quem paga? Op. Cit.

¹⁴⁹ Cf. ZAPPA, Regina. Jornalismo cultural e auto-estima. Op. Cit.

algo ocorre que se torna “deplorável constatar que os cadernos culturais vêm perdendo seu importante papel de retratar, fomentar e reconhecer as múltiplas manifestações da cultura e do conhecimento”.¹⁵⁰

Sem hesitação, opina-se que a transformação se deu pela “acelerada transformação do mercado de produtos culturais e a não menos rápida modernização dos grandes jornais brasileiros. No novo contexto criado a partir desse conjunto de mudanças, o jornalismo cultural ainda não encontrou o seu espaço e a sua voz”.¹⁵¹ Como não “se trata, como freqüentemente se diz, de falta de espaço para a cultura nos jornais”,¹⁵² nos aproximamos das hipóteses desta pesquisa, ao observamos que “o jornalismo cultural praticado nesses órgãos passa hoje por uma profunda crise”¹⁵³ e que o jornalismo cultural encontra-se “contaminado por um jornalismo de agenda, confundindo-se muito com o marketing e rendendo-se à dependência da indústria cultural”¹⁵⁴ (*Figuras 48 e 49 do Anexo 14*), fatores corroborados por sua “evidente manipulação por gente estranha ao ofício”.¹⁵⁵

O fato de não haver publicações semanais dedicadas especificamente à programação de eventos culturais, levou os jornais diários a tentar suprir a lacuna publicando uma extensa lista de eventos.¹⁵⁶ Aqui se vislumbra o que chamamos de *jornalismo de serviço*: “Boa parte das páginas dos segundos cadernos é tomada, portanto, por essa cobertura extensiva da programação”¹⁵⁷ (*Figuras 20 a 22 do Anexo 7*). Gera-se um *olhar superficial* no jornalismo cultural, onde o resultado mais imediato dessa “opção pela extensão, em detrimento da profundidade, é a substituição da crítica propriamente dita pela resenha”¹⁵⁸ e o sacrifício da *análise abalizada* da obra, de como ela “utiliza a linguagem que lhe é própria para atingir determinados fins estéticos, éticos ou sociais”.¹⁵⁹

Especificamente, também as relações entre jornalismo e marketing, “canais há muito indistintos nestas paragens”,¹⁶⁰ colocam em dúvida se “o caderno de cultura pauta

¹⁵⁰ Cf. MIRANDA, Lula. A fogueira das vaidades. *Agência Carta Maior*, São Paulo, 14 mai. 2003. Acesso em 15 jul. 2003. Disponível em: <http://agenciartamaior.uol.com.br/agencia.asp?coluna=visualiza_arte&id=785>.

¹⁵¹ Cf. COUTO, José Geraldo. *Jornalismo Cultural em crise*. Op. Cit.

¹⁵² Idem.

¹⁵³ Ibidem.

¹⁵⁴ Cf. SCHNEIDER, Greice. Alternativa à pasmaceira. (Ao menos uma delas). *Claque*, Salvador, 28 jan. 2002. Acesso em 13 dez. 2003. Disponível em: <<http://www.claque.com.br/greice/grli012802.htm>>.

¹⁵⁵ Cf. AUGUSTO, Sérgio. *O frenesi do furo*. Op. Cit.

¹⁵⁶ Cf. COUTO, José Geraldo. *Jornalismo Cultural em crise*. Op. Cit.

¹⁵⁷ Idem.

¹⁵⁸ Ibidem.

¹⁵⁹ Ibidem.

¹⁶⁰ Cf. AUGUSTO, Sérgio. *O frenesi do furo*. Op. Cit.

o que realmente é bom para o público ou o que é bom para o faturamento”.¹⁶¹ Percebe-se que há uma “relação ambígua entre o crítico e o produtor cultural cuja obra ele deve analisar” e uma “relação um tanto promíscua com os departamentos de marketing das empresas de cultura e/ou promotoras de eventos”.¹⁶² “Os jornalistas”, escreve Rodrigo Manzano, “estão cada vez mais deslumbrados com a inteligência operacional dos departamentos de marketing das grandes empresas”.¹⁶³

Na tensão econômica entre o jornalismo e a publicidade, as páginas dos cadernos, principalmente as capas, foram ano a ano perdendo textos e ganhando anúncios (*Figuras 12 a 15 do Anexo 5*), a tal ponto que muitas vezes não há texto algum, senão apenas a manchete. A lógica da publicidade, que quer o máximo investindo o mínimo em troca, é um aspecto que muito desagrade aos leitores, que reagem negativamente quando os jornais mandam todo dia “um caderno que tem na primeira página *inteira* [um] anúncio, [restando] só uma manchete em cima”.¹⁶⁴

Mesmo com a legitimidade empresarial de tal procedimento, com o papel cada vez mais caro e o espaço cada vez mais ocupado pela publicidade, e da banalização de seu uso nos jornais atuais, há ainda quem os aponte com estranhamento. Para Luís Antônio Giron, é um fato que talvez escandalizasse anos atrás, mas que hoje “virou coisa do dia-a-dia, virou cotidiano, o espaço todo loteado para a publicidade, tudo ali tem um valor muito grande”.¹⁶⁵

O dilema para o profissional é descobrir como cobrir a indústria cultural sem reproduzir mecanicamente seus valores e sem desprezar quem não está inserido nessa engrenagem.¹⁶⁶ Daí a necessidade de um *combate sistemático*, que envolva não apenas o debate sobre formação profissional e intelectual dos jornalistas, mas também a relação com as assessorias de imprensa, a influência dos departamentos de marketing e o próprio ambiente interno das redações.¹⁶⁷ A indústria cultural, à qual a imprensa se escravizou, passou a ser o *editor virtual* dos segundos cadernos, na medida em que “são eles (editores de livros, produtores de discos e shows etc.) que, com a desculpa de que

¹⁶¹ Cf. BAGGIO, Adriana. Jornalismo cultural: da futilidade à prioridade. *Digestivo Cultural*, São Paulo, 04 dez. 2003. Acesso em 12 jan. 2004. Disponível em:

<<http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=1233>>.

¹⁶² Cf. COUTO, José Geraldo. Jornalismo Cultural em crise. Op. Cit.

¹⁶³ Cf. MANZANO, Rodrigo. Op. Cit.

¹⁶⁴ COSTELLA, Antonio F. Entrevista concedida a Marcelo Januário. Op. Cit.

¹⁶⁵ GIRON, Luís Antônio. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 30 nov. 2004, Bienal/ABECOM/ECA. [Transcrição].

¹⁶⁶ Cf. RIZZO, Sérgio. Jornalismo Cultural. *Cáspes Libero*, São Paulo, 10 nov. 2000. Acesso em 20 fev. 2004. Disponível em: <<http://biondi.fcl.com.br/facasper/jornalismo/entrevistas/noticia.cfm?secao=2&codigo=13>>.

¹⁶⁷ Cf. COUTO, José Geraldo. Jornalismo Cultural em crise. Op. Cit.

não querem privilegiar este ou aquele veículo, determinam em que dia tal e qual espetáculo ou artefato cultural deve ser coberto ou resenhado na mídia impressa”.¹⁶⁸

Em tal conjuntura, as críticas à falta de qualidade dos cadernos e despreparo dos jornalistas são abundantes. Na maior parte, elas decretam a crise do setor ao constatar que “há bastante tempo os jornais brasileiros, infelizmente, perderam a medida na elaboração de seus suplementos culturais semanais”, acometidos por uma esqualidez cultural que transforma em *tarefa inútil ler esses cadernos*.¹⁶⁹

Isto porque “o atual jornalismo cultural vive uma fase complicada, pois está baseado em releases de assessorias de imprensa”¹⁷⁰ e o “espaço para a crítica, o estímulo e divulgação de novos talentos já praticamente inexistem”.¹⁷¹ Alienada, “para a imprensa cultural, o colapso econômico simplesmente não existe”,¹⁷² e é de “se espantar o grau de conformismo e de desinformação a que podem chegar os profissionais da imprensa cultural de todo o país”,¹⁷³ em uma “adesão acrítica à mais rasteira mistificação”.¹⁷⁴ Para alguns, quando o tema é a “capitulação dos segundos cadernos aos aspectos mais superficiais, frívolos e emburrecedores da indústria cultural, sobretudo da televisão”,¹⁷⁵ foi na *Folha de S.Paulo* que “essa ‘revolução’ começou, uns 15 anos atrás”,¹⁷⁶ exatamente com o “culto ao furo, à primeira mão, à exclusividade, que na maioria dos segundos cadernos vicejou”.

Mas outros veículos iniciaram conjuntamente (ou até antes) a transformação de suas editorias de cultura, como exemplifica Affonso Romano de Sant’Anna ao narrar sua experiência na revista *Veja* na metade dos anos 70:

“Queriam-me enquanto escritor, mas queriam-me escrevendo como um jornalista comum. Por sorte, eu tinha uma formação jornalística. Mas o texto começou a ser menos meu e mais redacional ocasionando alguns conflitos e mal entendidos. Argumentava-se que a revista tinha que ser ‘entendida pela dona de casa de Botucatu’, razão pela qual toda vez que se escrevia o nome de um autor, por mais conhecido, tinha-se que explicar o que ele fazia, etc. (...). Com isto, evidentemente ia-se afastando da crítica tal como era entendida anteriormente, para se chegar num texto inodoro, incolor e insípido. Ou seja, caminhava-se para a

¹⁶⁸ Cf. AUGUSTO, Sérgio. O frenesi do furo. Op. Cit.

¹⁶⁹ Cf. MIRANDA, Lula. A fogueira das vaidades. Op. Cit.

¹⁷⁰ Cf. CURRLIN, Danielle. Jornalismo Cultural é pauta na Estácio. Op. Cit.

¹⁷¹ Cf. MIRANDA, Lula. A fogueira das vaidades. Op. Cit.

¹⁷² Cf. FRED 04. Jornalismo Cultural em Crise. *Sambanoise*, Recife, 23 ago. 2000. Acesso em 12 fev. 2004. Disponível em: <<http://www.sambanoise.hpg.ig.com.br/jorncrise.html>>.

¹⁷³ Idem.

¹⁷⁴ Cf. COUTO, José Geraldo. Jornalismo Cultural em crise. Op. Cit.

¹⁷⁵ Idem.

¹⁷⁶ AUGUSTO, Sérgio. O frenesi do furo. Op. Cit. p. 18.

morte do crítico, o que se verificou quando jornalistas, ainda que talentosos, começaram a assinar as críticas.”¹⁷⁷

A *morte do crítico* se desenhava a pleno vapor. Neste quadro, os editores de cultura e amenidades já não se preocupam mais em dar bem um assunto em seus cadernos; sua única e obsessiva preocupação é dar antes o que quer que seja, é furar o concorrente.¹⁷⁸ Assim, quando passam a “avaliar o desempenho dos segundos cadernos, dentro dos mesmos critérios utilizados nas outras editorias –ou seja, rapidez, quantidade de informações, furos–, os jornais deformam irremediavelmente sua cobertura cultural”¹⁷⁹ e “os editores e seus subordinados trabalham num clima de permanente paranóia, receosos de serem furados pelos concorrentes”¹⁸⁰ enquanto escrevem “extensas, e quase sempre laudatórias, reportagens a que hoje qualquer bobagem tem direito”.¹⁸¹ E o *autodeslumbramento pernóstico* se transforma em colunas assinadas. O uso dos cadernos, esqueléticos e com textos minúsculos, passa a ser um problema com a emergência de, por exemplo, uma *superpopulação de colunas*. “O que tem de gente que ‘se acha’ colunista não é fácil”, comenta Israel do Vale, mas quantas pessoas têm informação realmente relevante e uma visão original dos fatos, “dentro dos imperativos de um jornal diário?!”¹⁸²

Como se vê, em parte a responsabilidade também aparece na desqualificação dos redatores, que “dizem asneiras absurdas, cometem erros crassos, avaliações equivocadas”,¹⁸³ na indiferença mordaz onde falta “provocação, inteligência, maturidade, disposição para comprar briga, irreverência, autonomia, idealismo, responsabilidade, visão crítica, sensibilidade, poesia, compromisso com a sociedade”.¹⁸⁴ Uma explicação possível é que com as redações microscópicas e estressadas que temos, o profissional se torna crítico, muitas vezes, porque é o que está “mais próximo da pilha de Cds ou convites que o moto-boy acabou de entregar”.¹⁸⁵

O veredicto final é que se tornou quase impossível confiar nos cadernos de cultura dos jornais brasileiros. Os textos são considerados fraquíssimos, como que

¹⁷⁷ Cf. SANT'ANNA, Affonso Romano de. *Paradigmas do Jornalismo Cultural no Brasil*. Op. Cit.

¹⁷⁸ Idem.

¹⁷⁹ Cf. COUTO, José Geraldo. *Jornalismo Cultural em crise*. Op. Cit.

¹⁸⁰ AUGUSTO, Sérgio. *O frenesi do furo*. Op. Cit. p. 18.

¹⁸¹ Idem.

¹⁸² VALE, Israel do. Entrevista concedida a Marcelo Januário. São Paulo, 14 dez. 2004.

¹⁸³ Cf. TOLEDO, Fernando. *Agenda do Samba & Choro*, São Paulo, 17 set. 2002. Acesso em 05 jan. 2004. Disponível em: <<http://www.samba-choro.com.br/s-c/tribuna/samba-choro.0209/0798.html>>.

¹⁸⁴ Idem.

¹⁸⁵ Cf. BAHIANA, Ana Maria. *O que é um bom crítico?* Op. Cit.

“escritos por uma molecada deslumbrada e ignorante”,¹⁸⁶ incapaz de ousadia ou criatividade. Um jornalismo pobre e a reboque da indústria do entretenimento cuja principal responsabilidade está, atente, no *próprio jornalista* e em seu propalado despreparo intelectual, que assolou as redações de uns anos para cá. “O caderno de cultura é, dentro do jornal, o espaço onde mais se pode –e se deve– ousar. O problema é que criou-se o senso comum de que jornalismo cultural deve servir para indicar programas de índio para a semana. *Vivemos uma das piores crises de criatividade da história do jornalismo*”.¹⁸⁷

Deslumbrados, sem criatividade, covardes ou ignorantes, alguns jornalistas são profissionalmente temidos, já que uma crítica pode ser maliciosa de forma avassaladora e, ainda assim, imune às cobranças da Justiça;¹⁸⁸ o fato é que muitos jornalistas culturais são descritos como “os cínicos, os hipócritas, os incendiários e os oportunistas (que) sabem muito bem o que estão fazendo” e estão sempre prontos “a ditar incongruências e a reivindicar atenção pública à custa da honra alheia”.¹⁸⁹ A arrogância dos jornalistas culturais e críticos é retificada, sendo aclamados como “verdadeiros *chato-boys*”,¹⁹⁰ “quase todos baseados no ‘eu-achismo’ pretensioso e redundante de críticos despreparados e, quase sempre, parciais e rancorosos”,¹⁹¹ ou mesmo como meros “vendedores de produtos culturais”.¹⁹²

Mesmo os artistas se pronunciam sobre a questão da agressividade dos jornalistas culturais. Personagem de famosas polêmicas com jornalistas, o músico Caetano Veloso destaca que “um sintoma da vulgarização do aspecto comercial do jornal é a transformação de jornalistas, que assinam o nome, em personagens que procuram caricaturar-se para ver se se tornam figuras populares”. Para ele, que se diz vítima do jornalismo cultural, dá-se muita ênfase a uma suposta agressividade dos apreciadores, mesmo que forçada, apenas para levantar polêmica e colocar o jornal no papel de (e aí o artista não perdoa) *estrela do acontecimento*.¹⁹³

Completando o quadro, o profissional também é visto como privilegiado: “Vira e mexe ouço algum repórter dizer que jornalismo cultural é moleza. É moleza como está

¹⁸⁶ Cf. AUGUSTO, Sérgio. O frenesi do furo. Op. Cit. (Comentário de Eduardo Carvalho). 22 abr. 2002.

¹⁸⁷ Cf. TOLEDO, Fernando. Op. Cit.

¹⁸⁸ Cf. LANYI, José Paulo. Críticas desprezíveis. Op. Cit.

¹⁸⁹ Idem.

¹⁹⁰ Cf. MIRANDA, Lula. A fogueira das vaidades. Op. Cit.

¹⁹¹ Idem.

¹⁹² Ibidem.

¹⁹³ Cf. VELOSO, Caetano. O jornalismo em debate. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, 11 dez. 2000. Acesso em 19 jan. 2004. Entrevista concedida a Geneton Moraes Neto. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd201220002.htm>>.

sendo feito, mas a verdade é que pouca gente é capacitada para escrever sobre música, cinema, literatura, artes plásticas, teatro. Não é tão simples quanto parece”.¹⁹⁴ Tais imagens contribuem para “o negativismo, que cerca a profissão de jornalista cultural (...) relegado [a] um desempenho quase que decorativo”.¹⁹⁵ Os textos sobre arte e cultura convivem com informações consideradas fúteis, como colunas sociais e horóscopo. E mesmo os anúncios se referem às “futilidades consumistas, como shoppings, lojas de decoração, moda”.¹⁹⁶

Outros fatores para a crise incluem o vedetismo –pois um crítico pode se transformar num superstar também¹⁹⁷– o *pesquisismo*, atual costume de retrospectos que “parece culto, mas é tão preguiçoso quanto o agendismo”,¹⁹⁸ e a arrogância, uma deformação comum no universo jornalístico: a inteligência e o conhecimento preponderam sobre a razão e a verdade.¹⁹⁹ Sua imagem de soberba transparece entre os pares e “existe tanta atenção envolvida nisso que, uma hora, vamos precisar criar a figura do crítico de críticos”.²⁰⁰ Mas também há a grife e o valor industrial no renome do crítico. “O poder do jornalismo de cultura é de ação lenta, homeopática. Há que se construir uma marca, uma assinatura, até que ela tenha autoridade suficiente para ser o formador de opinião que, finalmente, agregará algum valor ao conteúdo”.²⁰¹ Atualmente, com o grande esforço para que as classes médias concentrem cada vez mais a atenção nas chamadas *questões culturais*,²⁰² a saída para a crise pela qual passa o jornalismo impresso pode estar na aparentemente óbvia valorização do caderno de cultura e dos profissionais que nele trabalham.²⁰³

Avançando para o terreno institucional, uma relação com a academia pode ser positiva quando “da Universidade se extraem novas idéias e com ela se estabelecem diálogos fundamentais que vão alimentar debates e artigos de interesse geral”,²⁰⁴ mas também crítica quando impera “a desmedida erudição e o tratamento ‘acadêmico’ dado aos temas – considerando-se, é claro, que um jornal não seria o fórum mais correto para

¹⁹⁴ Cf. TOLEDO, Fernando. Op. Cit.

¹⁹⁵ Cf. RACHEL, Ana. Olhos de Ressaca. *Consciência.Net*, São Paulo, 22 nov. 2003. Acesso em 10 jan. 2004. Disponível em: <<http://www.consciencia.net/2003/12/12/rachel1.html>>.

¹⁹⁶ Cf. BAGGIO, Adriana. Jornalismo cultural: da futilidade à prioridade. Op. Cit.

¹⁹⁷ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O que é um bom crítico? Op. Cit. (Comentário de Léo Bueno). 23 set. 2003.

¹⁹⁸ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O bom jornalismo cultural. Op. Cit.

¹⁹⁹ Cf. LANYI, José Paulo. Críticas desprezíveis. Op. Cit.

²⁰⁰ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O que é um bom crítico? Op. Cit.

²⁰¹ Cf. BAHIANA, Ana Maria. Jornalismo cultural: quem paga? Op. Cit.

²⁰² Cf. FRED 04. Jornalismo Cultural em Crise. Op. Cit.

²⁰³ Cf. CURRLIN, Danielle. Jornalismo Cultural é pauta na Estácio. Op. Cit.

²⁰⁴ Cf. ZAPPA, Regina. Jornalismo cultural e auto-estima. Op. Cit.

tertúlias acadêmicas”.²⁰⁵ Reclama-se da resenha superficialíssima, mas também do “texto exageradamente pretensioso, escrito por algum acadêmico alienado”.²⁰⁶ Invocam, ao final, o meio termo entre a superficialidade e a profundidade como o *ideal* a ser atingido pelo jornalista cultural.

“Os intelectuais, estudiosos, acadêmicos e escritores, que não têm onde expressar suas pesquisas e reflexões, a não ser no âmbito da universidade, buscam muitas vezes, com sofreguidão, essas páginas. Ocorre que nem sempre eles se dão conta do veículo para o qual estão escrevendo, nem do público a que este se destina, e escrevem sem nenhuma preocupação com a inteligibilidade de seu texto e de suas idéias. Pelo contrário, como eu já disse, parecem defender com unhas e dentes sua seara contra os bárbaros da cultura de massa. Em síntese, temos, de um lado, uma cobertura jornalística cotidiana a reforçar de modo acrítico e redundante a produção da cultura de massa. De outro, uma reflexão erudita acessível a poucos, normalmente já convencidos – ou convertidos.”²⁰⁷

Mesmo para os *bárbaros da cultura de massa*, não se pode fazer jornalismo cultural sem discutir cultura. Os motivos da crise podem ter origens mais complexas, pois se, como tudo indica, “a academia e os suplementos culturais estão encurralados em sua própria mediocridade”,²⁰⁸ somente a cultura, como terceiro elemento, poderia revitalizá-los. Por isso não podemos considerar a cultura como o problema e aceitar as proposições de que o “jornalismo cultural sempre tenta, mas não pode tirar leite de pedra” e que “sem manifestação cultural que preste não pode haver jornalismo cultural que nos satisfaça”.²⁰⁹ Este argumento, de certa forma, também está nas entrelinhas do que afirma Sérgio Miceli sobre a total impossibilidade de se criar um suplemento literário em nossos dias: a centralidade da vida cultural não está mais na literatura, mas na indústria cultural; assim, a “hierarquia das disciplinas, dos interesses, das demandas, mudou completamente”; e seria impossível fazer um caderno literário porque a atual produção literária ficcional e poética não sustentaria o interesse do jornal. “Juntar isso à crítica literária que sai também não dá”,²¹⁰ sentencia Miceli.

²⁰⁵ Cf. MIRANDA, Lula. A fogueira das vaidades. Op. Cit.

²⁰⁶ Cf. AUGUSTO, Sérgio. O frenesi do furo. Op. Cit.

²⁰⁷ Cf. COUTO, José Geraldo. Jornalismo Cultural em crise. Op. Cit.

²⁰⁸ Cf. MIRANDA, Lula. A fogueira das vaidades. Op. Cit.

²⁰⁹ Cf. RESENDE, Beatriz. Apontamentos de Crítica Cultural. *Aeroplano Editora*, [s/r], [s/d]. Acesso em 14 fev. 2004. Disponível em: <http://www.aeroplanoeditora.com.br/sala_apontamentosdecritica_entrevista.html>.

²¹⁰ MICELI, Sérgio. Artistas, burgueses, negócios e modernismos. *Trópico*. São Paulo, [s/d]. Acesso em 19 jan. 2005. Entrevista concedida a Flavio Moura. Disponível em: <<http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/1662,1.shl>>.

Pois parece ocorrer justamente o contrário. Sair do trivial do *agendismo*, como sustenta Ana Maria Bahiana, é uma urgente necessidade,²¹¹ e para isso é preciso refletir sobre os rumos que as culturas brasileiras andam tomando,²¹² pois, mesmo com a perene e insidiosa sensação de estagnação, elas não cessam de se manifestar.

Afinal, o olhar opulento pode entrar em hibernação, mas jamais seu objeto.

²¹¹ Cf. BAHIANA, Ana Maria. O bom jornalismo cultural. Op. Cit.

²¹² Idem. (Comentário de Arão de Azevedo Souza).

CAPÍTULO 3 – A cultura na imprensa brasileira

“A empresa crítica converge, assim, para a questão da memória e do esquecimento, na luta para tirar do silêncio um passado que a história oficial não conta.”

Walter Benjamin

Surgimento e desenvolvimento da crítica cultural no Brasil

Este é um capítulo referencial. Parte da constatação de que não há um ponto de partida para o surgimento do jornalismo cultural no Brasil. À semelhança do desenvolvimento da imprensa em outros países, durante o século XIX os jornais brasileiros privilegiaram a política em suas páginas, deixando em segundo plano a cobertura de cultura. Foi apenas no início do século XX que a cultura passou de fato a ser tratada como notícia e a ganhar espaço permanente nos diários.

Um dos trabalhos que tratam do campo cultural brasileiro como pauta e interesse jornalístico é o estudo relativamente recente (2003) de Sérgio Luiz Gadini,²¹³ que identifica o crescimento do consumo e crítica cultural a partir dos anos 30 do século passado, estimulado pela urbanização do país, pela alfabetização e pelo fortalecimento da esfera pública. Antes disso, as transformações sociais do final do dezenove já acarretaram novas idéias e hábitos no país (principalmente no Rio de Janeiro, então Capital Federal), e a imprensa, que até então se confundia com a literatura (“fase da boêmia”), se estabiliza e passa a ser o centro de discussão cultural no irromper do século XX. Paralelamente ao crescimento das áreas urbanas e à divisão do trabalho causados pelo fim da escravidão e pela imigração massiva, os jornais passam a separar graficamente o material noticioso das colaborações literárias, surgindo assim as primeiras críticas de rodapé da história do jornalismo brasileiro.

Com características como a luta no campo, a exclusão das classes subalternas e um meio marcado pela transição da escravidão e pelo analfabetismo, de meados até o final do século XIX a cultura letrada era muito restrita e a imprensa ainda não era um instrumento de hegemonia. Mas, de acordo com Gadini, é justamente nas últimas décadas daquele século que começaram a se formar os cadernos específicos nos periódicos, que seriam o embrião do jornalismo cultural contemporâneo.

²¹³ Cf. GADINI, Sérgio Luiz. Op. Cit.

“Possivelmente ancorados no folhetim-novelesco, os periódicos começam a criar *suplementos* mais sistemáticos –mês, quinzena ou semana, dependendo da própria periodicidade dos mesmos – para veicular produções literárias basicamente em forma de poesia, contos ou novelas... Buscando, assim, comple(men)tar as edições jornalísticas, ainda muito dependentes do binômio economia / política.”²¹⁴

Com a ampliação do mercado, a profissionalização da propaganda e a explosão jornalística vivida no período, o novo filão se organiza como as demais editorias, em termos de rotina produtiva e edição do setor cultural, com destaque para a utilização da ilustração e da linguagem fotográfica, que ajudam a consolidar a imprensa de variedades ao, inclusive, atingirem também o público analfabeto. Industrialmente, também a introdução de rotativas, linotipos e bobinas de papel, além do formato *standard*, dão o impulso necessário para a decolagem do moderno jornalismo no início do século XX. Mesmo que lentamente, o jornalismo ganha então uma feição empresarial, com novos processos de trabalho e estilos de redação, além de desgarrar-se dos compromissos políticos que o marcaram até a República e de abrir grande espaço para *publicidade* e *serviços*, como já foi demonstrado pelo trabalho de N. Werneck e W. Martins, entre outros estudiosos.

Até o surgimento da reportagem e da crônica, inovação ocorrida no início do século XX possivelmente com João do Rio (1881-1921) –pseudônimo de João Paulo Emílio Cristóvão dos Santos Coelho Barreto–, o jornalismo era pautado por telegramas oficiais, ensaios políticos e textos jornalísticos romanceados e adjetivados. Aos poucos, a imprensa se profissionaliza e encontra seu novo estilo investigativo, um olhar interessado essencialmente nos eventos da cidade e das populações. Nos anos 20, com o advento do rádio e a diversificação dos investimentos possibilitada pela indústria cafeeira, a demanda por informações culturais cresce, acompanhada por uma liberdade de produção do texto (Gadini, 2003:30).

Neste decênio ocorrem manifestações culturais importantes como a Semana de Arte Moderna (1922), além do surgimento da Escola Nova, movimento de renovação do ensino exposto no *Manifesto dos Pioneiros*. No final do decênio, ocorrem mudanças na organização das empresas, na apresentação das mensagens e na relação com a publicidade. A tradição do jornalismo brasileiro até então (e desde seus primórdios) era

²¹⁴ Idem. p. 18.

de combate, de crítica e de opinião, modelo de influência francesa que convivia com o jornalismo popular, com espaço para a crônica, o folhetim e os *fait divers*.

A industrialização da cultura – Na década de 30, a era industrialista e o processo de transformação da cultura em bem de consumo têm início. Surgem as primeiras universidades, a música se desenvolve com o rádio valvulado (início da Era do Rádio) e a gravação de discos. De fato, “o país só começa a forjar um fortalecimento dos setores mais esclarecidos que buscam informação, lazer e cultura a partir dos anos 30, quando a urbanização se fortalece e passa a criar demandas por novos espaços públicos”.²¹⁵ O consumo musical e a radionovela, aliás, estimulam o crescimento do público leitor, ávido em conhecer detalhes da vida de seus ídolos. Em 1937, o Estado Novo varguista cria o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), que centralizaria o controle dos órgãos de comunicação. Já neste ponto da vida nacional, o rádio era o grande veículo integrador da cultura (especialmente a *Rádio Nacional*, no Rio de Janeiro), com destaque para *A Hora do Brasil*, programa oficial criado em 1935.

No Brasil, diferentemente de outros países, os suplementos surgem como sinônimo de lazer, como *complemento* leve e compensatório ao noticiário com matérias de peso, apêndices inteligentes da informação utilitária, mais séria e necessária nos afazeres da semana. Para Gadini, a raiz do suplemento está no *emprego do tempo burguês*, uma vez que a “notícia que transmite a ação ocupa o burguês durante os dias de trabalho, enquanto a matéria literária que reclama o tempo da contemplação o envolve durante os dias de lazer”.²¹⁶

Quem escreve nos cadernos são jornalistas, intelectuais e colaboradores do próprio jornal ou de outros veículos da imprensa (Travancas, 2000:39). Como intelectuais entenda-se uma ampla gama de profissionais, como professores, universitários, acadêmicos, escritores, cientistas sociais, filósofos, psicanalistas, artistas plásticos e até políticos. Lentamente, com a aproximação de escritores e jornais, tem início uma colaboração mais assídua daqueles em periódicos especializados em crítica cultural, criando-se um circuito onde as expressões artísticas se legitimam e ganham maior espaço na imprensa.

Porém, apenas após o final da Segunda Guerra Mundial é que a condição básica para o crescimento de uma cultura popular de massa, que é a existência de uma

²¹⁵ Idem. p. 34.

²¹⁶ SANTIAGO, Silviano. Apud: TRAVANCAS, Isabel. *O Livro no Jornal*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001. p. 38.

sociedade urbano-industrial, se consolida. Até 1946 nenhum jornal do país ultrapassava os 200 mil exemplares diários nas tiragens, quadro que começa a mudar a partir de então. Outro fator decisivo, segundo Gadini (2003:36), foi a expansão dos setores livreiros, mesmo que tímida no início dos anos 40, e a instalação da indústria do cinema, com a fundação de estúdios como a *Atlântida* em 1941 e da *Vera Cruz*, em 1949. A partir de então, a vida cultural nacional começa enfim a agitar-se, com a fundação do Museu de Arte de São Paulo (MASP) em 1947, do Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM), do Teatro Brasileiro de Comédia (TBC) e da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), todos em 1948, da TV Tupi em 1950 e da Bienal de Artes de São Paulo em 1951, ano também da criação da primeira escola de propaganda, a “Escolinha” do Museu de Arte de São Paulo (MASP), depois Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), e da introdução de formatos como a fotonovela.

Fatores como a rápida urbanização, industrialização, desenvolvimento dos sistemas rodoviários e o surgimento de espaços urbanos de sociabilidade também contribuem para o fortalecimento da esfera cultural e a criação de produtos jornalísticos no setor. Nesta altura são lançadas publicações como a revista *Fundamentos*, que congrega intelectuais como Monteiro Lobato (diretor), Caio Prado Júnior e Graciliano Ramos. Também neste período, diários como a *Folha de S.Paulo* dão um passo à frente na conformação capitalista, ao promover mudanças como o Programa de Ação para as Folhas (1948), que coloca em destaque a empresa em relação às publicações. Nesta altura, quando a vida intelectual e política giravam em torno das redações dos grandes jornais, o jornalismo deixava sua fase *literária* para adentrar na fase *empresarial*.

Sob a égide do nacional-popular, durante os anos 50 (“tempos de JK”) —época em que foi criada a Lei de Imprensa (1953)— o desenvolvimento da área cultural passa a acompanhar as profundas transformações estruturais que ocorriam no país no período, com a crescente evolução da produção livreira, discográfica, jornalística, publicitária e televisiva. O crescimento do rádio e da televisão leva os jornais impressos a buscar soluções novas para ampliar o número de leitores. Com a profissionalização das relações produtivas, desenvolvem produtos dirigidos para atender aos novos perfis de público, serviços e atividades de consumo que surgem no país. Há também aspectos políticos e educacionais importantes no desenvolvimento do setor: Nos anos 50, afirma Gadini, embora estivesse em fase de consolidação das incipientes reformas gráficas e editoriais em curso, o jornalismo cultural vai ser espaço e também condição de

manifestações culturais e políticas, ao mesmo tempo em que possibilitaram a formação de “novos e importantes intelectuais no país”.²¹⁷

A partir dos anos 60, alguns suplementos convivem com os novos cadernos diários da editoria de cultura que vão sendo criados nos principais jornais do país. Mais à frente, nos anos 60 e 70, o mercado cultural procura ser mais diferenciado e profissional, conforme o público consumidor aumenta e a produção dispara em todos os setores, incrementando a veiculação de serviços, consumo e divulgação. “Isso, contudo, não garante o desenvolvimento de maior sensibilidade estética, espírito crítico e nem mesmo opções de consumo no mercado cultural”, ressalta Gadini.²¹⁸

É quando começa a se gerar um sentimento saudosista (os bons “velhos tempos”) dos antigos suplementos, considerados pelos seus contemporâneos como mais consistentes e criativos, em uma avaliação que em grande parte embasaria a avaliação negativa e a condenação generalizada do modelo de jornalismo cultural que presenciamos na virada do milênio. Esta constatação, coincidentemente ou não, se dá ao mesmo tempo em que a cultura se torna um tema imprescindível no jornalismo impresso brasileiro. Em seu estudo, no entanto, Gadini conclui que o surgimento dos cadernos culturais dos diários brasileiros não aconteceu de um momento para outro, ou mesmo simultaneamente em todos os jornais; mas que a formação dos cadernos “registra variações de tempo e reflete a situação das empresas de comunicação, entre outros fatores que envolvem um período compreendido entre o surgimento dos primeiros cadernos diários voltados ao campo cultural, a partir do final da década de 50, passa pela ampliação do setor e, de algum modo, se consolida com a criação de novos cadernos ao longo dos anos 70 e 80, chegando aos anos 90 sendo uma prática editorial em quase todos os jornais brasileiros de médio e grande portes” (Gadini, 1993: 82).

O espaço da cultura no jornalismo brasileiro

Assim, traçar um inventário sobre a introdução de cadernos e suplementos culturais no jornalismo brasileiro requer um esforço de pesquisa que, pela sua amplitude e abrangência, foge totalmente aos propósitos desta dissertação. Porém, em linhas gerais e como forma de localização histórica, podemos resgatar algumas das experiências que consolidaram a cobertura jornalística especializada em cultura nos periódicos nacionais.

²¹⁷ GADINI, Sérgio Luiz. Op. Cit. p. 80.

²¹⁸ Idem. p. 39.

Como já frisado, nosso objetivo investigativo não reside no inventário exaustivo da trajetória do jornalismo cultural brasileiro (e mesmo paulistano) ou de suas particularidades técnicas enquanto gênero jornalístico híbrido. Quanto à evolução histórica dos veículos no início do século XX pode-se consultar, por exemplo, a obra de Nelson Werneck Sodré. Neste registro parcial, compilamos os títulos de algumas publicações nos primórdios do jornalismo cultural brasileiro, que devem constar em qualquer antologia histórica a ser publicada. É impressionante observar o ritmo como ano após ano e em todo o país apareciam novos títulos impressos, mesmo que de curta duração, como ocorria na maior parte. Como acima destaca Gadini, tal ritmo seria mantido pelo século XX afora e se intensificaria no seu final, com a proliferação temática acentuada, com a segmentação do mercado e, curiosamente, com o advento da internet e do universo cibernético, o chamado ciberespaço. Quer fosse sobre cultura ou temas gerais, arte ou política, acadêmicas ou cômicas, progressistas ou reacionárias, grandes ou marginais, tablóide ou revista, de uma forma ou de outra todas elas desenvolveram a crítica em suas páginas.

A maior característica do início do desenvolvimento moderno das letras está na impossibilidade dos literatos ganharem a vida *fazendo literatura em livro* e, como solução material, acabarem atuando nas páginas do papel-jornal. “Os homens de letras buscavam encontrar no jornal o que não encontravam no livro: notoriedade, em primeiro lugar; um pouco de dinheiro, se possível”.²¹⁹ Portanto, a literatura fazia escala pela imprensa, talvez contribuindo para que esta continuasse sem encontrar uma linguagem específica, insistindo nas expressões de *literatice vulgar*.

Assim, com uma “linguagem de baixa literatice”, como mostra Nelson Werneck Sodré, os jornais publicaram em suas páginas, entre o final do dezenove e início do vinte, algumas centenas de autores, a maior parte deles hoje completamente esquecida, “sepultados pela areia do olvido”. No geral, como aparentemente aconteceria quase um século depois, predominavam na literatura e no jornal (então feitos praticamente pelas mesmas pessoas) os *traços decadentistas importados*. Enquanto o “bovarismo imperial” dos últimos anos do século XIX foi marcado pela alienação *inconsciente*, pela imitação e importação dos modelos europeus, um fim de época marcado pelo diletantismo e pelo amadorismo, o cosmopolitismo republicano que se seguiu adotaria de forma *consciente*

²¹⁹ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1966. p. 334.

as modas e idéias alienígenas, resultando em uma prática literária artificial, “deslumbrada no simples verbalismo” enquanto presa a *bizantinos* problemas estéticos.

Um dos primeiros periódicos a tratar de questões culturais, mesmo que somente como expressão literária, foi o *Jornal do Commercio*, diário fundado em 1827 e que adotou o temário (política, economia e variedades) característico dos jornais europeus. O seu caderno *Folhetim* (1838) é considerado por especialistas como um dos primeiros suplementos culturais do país. Já na segunda metade do dezenove, como registrado por Werneck Sodré, dentre os jornais que dão destaque às letras alinham-se, principalmente, o *Diário Mercantil*, de São Paulo, *Novidades* (1887), *Correio do Povo* (1891) e *A Imprensa*, nos anos finais daquele século. Na *Gazeta de Notícias*, em seu precursor suplemento literário, havia seções como “Binóculo” (Figueiredo Pimentel) e “Cartas” (Max Nordau), além dos folhetins e de colaboradores como Olavo Bilac, Pedro Rabelo e Guimarães Passos. Em *O País* (1884), com a “tradicional coluna do canto da primeira página, no alto e à esquerda”, apareciam “Microcosmos” (Carlos de Laet) e “A Semana” (Oscar Lopes). Também colaboravam neste periódico outros nomes como Olavo Bilac, Artur Azevedo, Oliveira Viana, Eduardo Salomonde e Abner Mourão, e autores de folhetins como Carlos Dias Fernandes, com *Os Cangaceiros* no “clássico rodapé”. Muitos desses autores escreviam para vários jornais simultaneamente.

O *Jornal do Brasil*, fundado simultaneamente com a Constituição republicana em 1891, publicava autores como Severiano de Rezende (crônicas), Afonso Celso e Batista Júnior (artigos). Em *Imprensa*, havia o artigo político de Alcindo Guanabara e nomes como Sousa Bandeira, José do Patrocínio Filho e Afonso Costa; Na *Tribuna* escreviam Gastão Bousquet, Xavier Pinheiro e Fábio Luz; também *A Gazeta* e *Diário de Pernambuco* publicam literatos e temas afins. As seções permanentes e assinadas já apareciam no período com, por exemplo, “Ver, Ouvir e Contar” (Jaime Séguier), “Dominicais” (João Luso) e “Dia-a-Dia” (Constâncio Alves) do *Jornal do Comércio*; “Crônica Literária” (Medeiros e Albuquerque) e “Antiquilhas e Memórias do Rio de Janeiro” (Vieira Fazenda) em *A Notícia*, que também contava com as crônicas de João do Rio; “A Semana Literária” (Urbano Duarte, Escragnolle Dória, Araripe Júnior e José Veríssimo) e a coluna sobre o Rio de Janeiro antigo (Melo Moraes Filho) –depois reunida no volume “Fatos e Memórias”– no *Correio da Manhã*, que também contava com a colaboração de Artur Azevedo (contos), José Veríssimo (crítica literária), Heráclito Graça e Cândido Lago (gramática).

O *Correio da Manhã*, aliás, foi um dos jornais que já surgiram com seções fixas dedicadas à cultura, sendo seguido por um número cada vez maior de publicações. Neste diário, as seções especializadas em cultura, como *Letras de Artes e Teatro*, o acompanhariam desde a fundação em 1901 até seu epílogo em 1974. No início, eram oito páginas semanais acrescidas de mais quatro aos domingos, que incluíam trabalhos literários e notas científicas. No início da década de 10, o *Correio da Manhã* passou a publicar diariamente (e com chamadas na primeira página) seções sobre teatro, música e cinema. No interregno, segundo Werneck Sodré, com o fim do jornalismo “boêmio” provocado pela “generalização de relações capitalistas”, várias alterações se introduzem lentamente, como a substituição do folhetim pelo colunismo e pela reportagem, a troca do artigo político pela entrevista, o predomínio da informação sobre a doutrinação e a promoção de temas antes secundários (policiais, esportivos e mundanos) ao foco do noticiário. A maior mudança para os escritores, que passaram a escrever “menos colaborações assinadas sobre assuntos de interesse restrito”, estava na *objetividade* da redação de reportagens, entrevistas e notícias.

Nos primeiros tempos, este novo formato teve no jornalista, cronista, contista e teatrólogo João do Rio seu maior expoente. Sua seção “Cinematógrafo”, publicada a partir de 1905 na *Gazeta de Notícias*, já trazia a nova faceta do jornalismo brasileiro, na qual o jornal passa a “caracterizar-se definitivamente como imprensa”.

“As colaborações literárias, aliás, começam a ser separadas, na paginação dos jornais: constituem matéria à parte, pois o jornal não pretende mais ser, todo ele, literário. Aparecem seções de crítica em rodapé, e o esboço do que, mais tarde, serão os famigerados suplementos literários. Divisão de matéria, sem dúvida, mas intimamente ligada à tardia divisão do trabalho, que começa a impor as suas inexoráveis normas.” (Werneck Sodré, 1966:340)

Sob este novo perfil, o *Correio do Povo*, do Rio Grande do Sul, que cobria a cultura desde a sua fundação no final do século XIX, apenas em 30 de setembro de 1967 lançaria seu *Caderno de Sábado*, com acentuado enfoque literário e contendo críticas sobre as mais variadas manifestações artísticas. Nele escreveram quase simultaneamente autores como Mário Quintana, Clarice Lispector e Paulo Ronai. Muito antes, o jornal *A Notícia*, de Santa Catarina, já em 1928 editava uma página de cinema e trazia notas literárias. O *Diário de São Paulo* (do grupo *Diários Associados*) lançou um suplemento literário em 24 de novembro de 1946, dirigido por Geraldo Ferraz e com colaboração de Patrícia Galvão, Tarsila do Amaral, Lívio Abramo e outros. Neste suplemento, onde

Luis Martins assinava a *Coluna de Arte*, pela primeira vez são publicados no Brasil autores como André Breton, James Joyce, Marcel Proust e Jean Cocteau.

Ressalte-se que alguns cadernos, como o *Suplemento Literário* do *Diário de Notícias*, um dos mais importantes periódicos da época criado em 1946 e editado por Raul Lima, formavam uma verdadeira frente anticomunista, levando para a arena cultural o debate político predominante no período. No entanto, desde 1930 o *Diário de Notícias* publicava um suplemento de variedades, com colaboradores como Sérgio Buarque de Holanda (contos), Aluísio Rocha (música) e Rubens do Amaral Portela (arquitetura e urbanismo), além da coluna *Correntes Cruzadas*, assinada por Afrânio Coutinho, que era a tribuna de onde o crítico defendia suas idéias sobre o exercício da crítica literária, conforme acompanhamos no Capítulo 1. Nos anos 40, o jornal *A Manhã* editava os suplementos *Autores e livros* (1941-1945), *Pensamento da América* (1942) e *Letras e Artes* (1948-1953). A maior parte dos suplementos era dirigida por escritores:

“esses suplementos (eram) dirigidos por escritores, a exemplo de *O Jornal* editado por Valdemar Cavalcanti, o *Correio de Manhã*, por José Condé e o caso excepcional do *Jornal do Brasil*, que através de Reinaldo Jardim trouxe para o *Suplemento Dominical* do *Jornal do Brasil* um punhado de jovens talentos, todos em torno dos 30 anos, que ao mesmo tempo em que aprofundaram a reforma textual e gráfica do jornalismo brasileiro, causaram um verdadeiro cisma ou terremoto na literatura brasileira, ao provocarem o debate em torno das novas vanguardas.”²²⁰

Em Minas Gerais, o “celeiro de jornalistas” da época, jornais menores como o *Diário Mercantil* (do grupo dos *Associados*) e a *Gazeta Comercial*, além outros maiores como *Estado de Minas* (que inaugurou em 1956 a seção *Letras e Artes* em sua edição dominical), *Diário de Minas*, *O Diário* e *Folha de Minas*, já tinham suplementos culturais na década de 50. Em São Paulo, o suplemento de alcance nacional de *O Estado de S. Paulo* era capitaneado por Décio Almeida Prado, Antonio Candido e Paulo Emílio Salles Gomes, e abria espaço para escritores e jornalistas de todo o país.

Em 1958, no auge dos suplementos culturais, apesar de dedicar apenas de duas a três páginas para a cultura e sem chamadas de capa, o jornal *Correio Paulistano* (fundado em 1854) trazia textos de Carlos Drummond de Andrade (música, literatura e outros temas), Sérgio Viotti (teatro), Egas Muniz (arte), Ciro dos Anjos (crônica) e Afrânio Coutinho (literatura). Sua seção cultural, que em fins da década de 50 já trazia a

²²⁰ Cf. SANT'ANNA, Affonso Romano de. *Paradigmas do Jornalismo Cultural no Brasil*. Op. Cit.

programação de TV, destacava temas como cinema, teatro, rádio, coluna social e música. Aos domingos, a literatura era destaque, com uma coluna intitulada *Últimos Livros*, além de notas sobre poesia, crônicas e mercado editorial. Nos anos 60, o *Correio Paulistano* incorporou nomes como Otto Maria Carpeaux (literatura) e Walter Rocha (cinema). Também surgiu no período o *Suplemento Literário* do *Diário Oficial de Minas Gerais*, editado por Murilo Rubião e imitado em outros veículos e paragens. Em 1967, o *Caderno de Sábado* começou a ser encartado no *Correio do Povo* do Rio Grande do Sul, resistindo até 1981.

Outros jornais de orientação mais popular também desenvolveram espaços específicos para a cultura. O *Diário Popular* seguia a mesma linha dos grandes periódicos, reservando de duas a três páginas para os assuntos culturais entre o primeiro e o segundo caderno. Este espaço aumentava aos domingos, com seções como *Teatro do Cotidiano*, *Roteiro de Livros* e *Escolha seu Programa*, além de páginas publicitárias como *Roteiro das Livrarias* e colunas sociais (Gadini, 1993:77). Com uma linha editorial baseada na informação e serviço, o jornal *Última Hora* reservava duas páginas da edição paulista para material sobre cultura, incluindo roteiros de cinema, teatro, programação de rádio e televisão, coluna social, variedades, críticas de teatro, palavras cruzadas e horóscopo.

Já na contemporaneidade, pelo Brasil afora se encontram: *Pensar*, de *O Estado de Minas* em Minas Gerais; *Cultural*, do jornal *A Tarde* da Bahia; *Letras e Artes*, do jornal *União* da Paraíba; *O Popular*, do Ceará; *O Povo* em Goiás; *Gazeta do Povo* no Paraná; e alguns outros. Uma experiência recente de sucesso no jornalismo cultural brasileiro foi o caderno *Leitura de Fim de Semana* da *Gazeta Mercantil* que, a partir de 1994 trazia em seis páginas em formato *standard* traduções de artigos de publicações internacionais, colunas de economia e matérias sobre leilões e livros de negócios. Entre seus colaboradores constavam Sonia Nolasco, Daniel Piza, Pepe Escobar, Gabriel Priolli, Luís Antônio Giron, Ivan Lessa e outros. Depois de crescer de 12 para 14 e finalmente 24 páginas, e passar por várias mudanças e aquisições na equipe, o caderno viveu o auge de popularidade ao mesmo tempo em que via o aumento das pressões para se tornar mais *comercial*. Com as mudanças, novas áreas passaram a ter cobertura e diversos anúncios publicitários começaram a aparecer em suas páginas, ao passo que a desorganização administrativa levava rapidamente ao afastamento de colaboradores, à decadência e à descaracterização do caderno.

Como principal ponto comum que unia estas experiências, e que alguns dos atuais cadernos procuram resgatar, está o fato de que, quase sempre, estes cadernos eram associados ao intelectual, procurando atender aos interesses do homem urbano. De acordo com Affonso Romano de Sant'Anna,²²¹ as funções dos suplementos do período áureo eram “o debate, a exposição de idéias e a formação cultural” e todos possuíam algumas características em comum, a saber: 1. eram dirigidos por escritores e não por jornalistas e comunicólogos; 2. publicavam poemas e contos; 3. publicavam críticas e ensaios (e não resenhas); 4. centravam-se sobretudo na literatura brasileira; 5. apoiavam-se basicamente em textos, com pouco espaço para fotos e ilustrações e 6. havia pelo menos um “grande crítico” responsável pela chamada “crítica de rodapé”.

“Isto era uma tradição desde o tempo em que nos anos 20 Alceu Amoroso Lima em *O Jornal* era o arauto do modernismo. Por sua vez, Álvaro Lins, que reuniu suas críticas em uma dezena de volumes exercia esse papel no *Correio da Manhã*. E nos anos 60 a seção de crítica aí era um revezamento semanal entre Fausto Cunha e Fábio Lucas. Pelo *Diário de Notícias* passaram nessa função Mário de Andrade, Sérgio Buarque de Holanda e Guilherme Figueiredo.”²²²

Dentre os fatores que levaram às transformações, para Affonso Romano de Sant'Anna, estão a crise do papel, que elevou o preço do produto e o *ímpeto renovador*, que estimulou as reformas estilísticas e a adoção do modelo de *review* da imprensa americana, que já analisamos neste trabalho. Os cadernos culturais diminuíram ou mesmo pararam de publicar contos e poemas e houve o início das constantes alterações da forma, até hoje em vigor.

As publicações – Das publicações (a maioria no formato *revista*) com temas culturais e assemelhados, com base principalmente nas pesquisas de N. Werneck Sodré, S. L. Gadini e R. Antelo, registram-se ainda no século XIX: *Variedades* ou *Ensaio de Literatura* (1812), *O Patriota* (1813), *O Beija-Flor* (1830), *O Amigo das Letras* (1830), *Revista Brasiliense* (1836), *Minerva Brasiliense* (1843), *Ostensor Brasileiro* (1845), *O Americano* (1847), *A Marmota* (1849), *Guanabara* (1849), *Jornal das Senhoras* (1852), *Revista Bibliográfica do Correio Mercantil* (1854), *Revista Popular* (1859), *Revista Dramática* (1860), *O Mequetrefe* (1875), *Mosquito* (1876), *A Semana* (1885), *Vida*

²²¹ Idem.

²²² Ibidem.

Moderna (1886), *Revista Sul-americana* (1889), *O Album* (1892), *A Cigarra* (1895), *Cenáculo* (1895) e *Galáxia* (1897).

As raízes acadêmicas da crítica jornalística também podem ser investigadas em publicações vinculadas aos cursos de Direito, como as paulistas *Revista da Sociedade Filomática* (1833), *Revista Mensal do Ensaio Filosófico Paulistano* (1851-1864), *Ensaio Literários do Ateneu Paulistano* (1852-1860), *Revista da Academia de São Paulo* (1859), *Revista da Associação Recreio Instrutivo* (1861-1862), *Revista Mensal do Instituto Científico* (1862-1863), as pernambucanas *O Progresso* (1846-1848), *Ateneu Pernambucano* (1856-1863), *Ensaio Filosófico Pernambucano* (1856-1860) e *Ensaio Literário* (1864-1865), as baianas *As Variedades* ou *Ensaio de Literatura* (1812), *O Ateneu* (1849-1850) e *O Domingo* (1856-1875) e as gaúchas *O Guaíba* (1856-1858), *Arcádia* (1859-1870) e *Parthenon Literário* (1869-1879). As revistas ilustradas marcam também o início da fase da fotografia, “libertada a ilustração das limitações da litografia e da xilogravura”.

Das transformações sofridas pelo jornalismo no início do século XX decorre “a proliferação de revistas ilustradas que ocorre a partir daí”. Os homens de letras saem dos jornais e se refugiam nas revistas, principalmente literárias, “um pouco mundanas e, algumas, críticas”, mas ainda presas à “literatura superficial” e ao “ambiente falso”, que ignorava o país em sua atitude pretensamente *cosmopolita*.

Sua *mediocridade* correspondia à fase “em que as oligarquias dominavam amplamente o país”, pois até a segunda década do século, como ressalta Werneck Sodré, o “ambiente literário era apagado, monótono, pobre, com o decadentismo simbolista ainda em voga, e um teor de mundanismo que marcava as criações pela superficialidade”. Como vemos, a marca da *superficialidade* vem de longe.

“As revistas ilustradas, aparecendo na fase em que imprensa e literatura se confundiam e como que separando, ou esboçando a separação entre as duas atividades, submeteram-se, inicialmente, ao domínio da alienação cultural então vigente, buscando emancipar-se depois, ao se tornarem principalmente mundanas, e até femininas umas, e principalmente críticas outras. Salvou-as, sem a menor dúvida, a arte da caricatura, que teve, nessa época, grandes nomes a praticá-la e a dar-lhe um sentido, um conteúdo e uma qualidade de execução, uma forma, insuperáveis. É o grande, profundo e significativo aspecto que apresentam. Limitadas à literatice, teriam sido inócuas e não teriam alcançado a penetração relativa que alcançaram.” (Werneck Sodré, 1966:346)

Assim, dentre muitas outras menos conhecidas, na primeira metade do século XX temos: *Revista da Semana* (1900), primeiro periódico ilustrado com fotografias, *Pallium* (1900), *A Rua do Ouvidor* (1900), *Nova Cruzada* (1901), *Rosa-Cruz* (1901), *Ilustração Brasileira* (1901), *Arcádia Acadêmica* (1901), *Horus* (1902), *O Minarete* (1903), *O Malho* (1902), *O Tagarela* (1902), *A Avenida* (1903), *Kosmos* (1904), que marca a evolução das artes gráficas no Brasil, separando o desenho da fotografia, *Renascença* (1904), *Os Anais* (1904), *A Musa* (1905), *Figuras e Figurões* (1905), *Revista Nova* (1907), *Fon Fon* (1907), *A Vida Moderna* (1907), *Floreal* (1907), fundada pelo escritor Lima Barreto (1881-1922), *A Careta* (1908), a mais expressiva do período e que contava com as ilustrações “inconfundíveis” de J. Carlos (1884-1950), *O Degas* (1908), *O Avança* (1908), *Revista Americana* (1909), *O Albor* (1911), *O Gato* (1911), *O Pirralho* (1911), dirigido por Oswald de Andrade e que publicava o humorismo de Juó Bananère, pseudônimo de Alexandre Marcondes Machado (1892-1933), *A Cigarra* (1913), homônima da anterior, *A Caricatura* (1913), *Revista do Brasil* (1916), *Panoplia* (1917), *Paratodos* (1919), *Novela Semanal* (1921), *A Ordem* (1921), *Klaxon* (1922), *Novíssima* (1923), *Estética* (1924), *A Revista* (1925), *O Cruzeiro* (1928), *Verde* (1928), *Revista de Antropofagia* (1928), *Flaminação* (1928), *Arco e Flexa* (1928), *Madrugada* (1928), *Leite Criolo* (1929), *Revista do Globo* (1929), *Movimento Brasileiro* (1929), *Revista Nova* (1931), *Boletim de Ariel* (1931), *Espírito Novo* (1931), *Rumo* (1932), *Revista Acadêmica* (1933), *Revista Contemporânea* (1933), *Lanterna Verde* (1934), *Revista do Arquivo Municipal* (1935), *Diretrizes* (1938), *Dom Casmurro* (1938), *Cadernos da Hora Presente* (1939), *Clima* (1941), *Leitura* (1942), *Literatura* (1946), *Joaquim* (1946), *Edifício* (1947), *Revista Brasileira de Poesia* (1947), *Cultura* (1948), *Atlântico* (1948), *Orfeu* (1948) e *Sul* (1949). Entre as publicações sobre as quais não temos as referências temporais estão: *A Tebaida*, *Vera Cruz*, *Máscara*, *Delenda Cartago*, *Meridional*, *Cromo*, *Ateneida*, *Breviário*, *Turris Ebúrnea*, *Acácia*, *Victrix*, *A Avenida*, *D. Quixote* e *Fim de Semana*.

Na segunda metade do século XX: *Revista Branca* (1950), *Anhembi* (1950), *Suplemento Literário* (1956), *Práxis* (1962), *Invenção* (1962), *Tempo Brasileiro* (1962), *Revista Civilização Brasileira* (1965), *Realidade* (1966), *O Pasquim* (1969), *Argumento* (1973), *Escrita* (1975), *Almanaque* (1976), *José* (1976), *Oitenta* (1979), *Novos Estudos* (1981), *Arte em Revista* (1981), *Lua Nova* (1984), *34 Letras* (1989), *Cult* (1997), *Bravo* (1997), *Agulha* (2000), *Preá* (2003), *ABBA* (2004) e também *Bondinho*, *Rolling Stone*, *Opinião*, *General*, *Resgate*, *Uapê* além de uma infinidade de outros títulos, mais ou

menos efêmeros e editados por clubes, editoras, empresas, organizações, fundações e instituições. Comprovando a migração das publicações para novos suportes, principalmente sob o poderoso impacto da mídia eletrônica, já na virada do milênio é a tendência literária, mas também sobre temas específicos e cultura geral, que novamente se acentua: *Inimigo Rumor, Teresa, Medusa, Azougue, Babel, Veredas, Revista Museu, Rabisco, Etcetera, Paralelos, Falaê, Labyrinthus, Mnemocine, Só Cultura!, Blocos, Reforme, Fraude, Burburinho, Contracampo, Estação Virtual, Nave da Palavra, Fluxo, Argumento, Arteplastica, A Arte da Palavra, Inquice* e incontáveis outras que, majoritariamente na forma alternativa e independente de sítios eletrônicos, abrigam a crítica acadêmica e jornalística sobre arte e cultura em suas páginas. Entretanto, considerados incipientes, estes novos canais de comunicação e crítica cultural *online* ainda estão se formatando e sua avaliação sistemática apenas se inicia na academia.

Os suplementos literários nos anos 50

Na década de 50 os suplementos literários e culturais ganharam espaço, com o desenvolvimento da indústria nacional, o advento da televisão e o auge das manifestações artísticas como o teatro, o rádio, a música e o cinema. Fato notório, os anos 50 são apontados por estudiosos como o momento de inflexão de um modelo de jornalismo, personificado nos suplementos literários que, a partir de reformas nas redações e mudanças na apresentação da notícia, deixavam então de ser o espaço da crítica e do debate de idéias “para se tornar o que são hoje, resenhadores dos novos lançamentos editoriais”.²²³ Foi naquela década que quase todos os grandes diários brasileiros criaram seus suplementos literários, mas já em 1953 era possível ler no *Diário de Notícias* um texto de Heráclito Sales sobre a diminuição dos cadernos literários intitulado “Da decadência dos suplementos literários”, conforme descrito em estudo de Alzira Alves de Abreu.²²⁴ Na reestruturação dos anos 50 muitos jornais, como *O Jornal* e o *Diário Carioca*, reduziam os espaços por falta de papel ou por estabilidade financeira, enquanto outros, como *O Estado de S. Paulo* (em 1953) e *Jornal do Brasil* (em 1956), criavam ou ampliavam seus suplementos.

Voltados para a vida familiar, na origem de muitos suplementos estão os suplementos femininos, visto que as mulheres é que consumiam habitualmente a

²²³ ABREU, Alzira Alves de. (Org.) Et. Al. *A Imprensa em Transição: o Jornalismo Brasileiro nos Anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996. p. 10.

²²⁴ Idem. p. 20.

mistura de receitas culinárias, moda, assuntos infantis e poesia que eles traziam. Editados nos finais de semana, os suplementos eram vistos como *superficiais*, sem importância, destinados ao lazer. Na estrutura irregular das seções, destacavam-se os lançamentos editoriais, com ênfase na literatura (anterior à mídia massiva). A maioria dos suplementos semanais dos anos 50 circulava aos sábados, com o objetivo de atingir maior faixa de público, e davam reconhecido destaque para a crítica e para o debate sobre os lançamentos de produtos culturais.

Os suplementos eram espaços especializados, sendo dirigidos a um público específico bem delimitado, e os temas restritos não buscavam atingir um grande número de pessoas. Os jornais eram lidos por multidões, enquanto os suplementos atingiam grupos menores. De acordo com a análise de Abreu (1993:26), os colaboradores habituais destes suplementos eram intelectuais escritores, distribuidores de cultura, poetas, ensaístas, críticos, historiadores e jornalistas. Segundo esta autora, a “forte presença desse tipo de intelectual está ligada ao fato de que os suplementos se voltavam quase exclusivamente para a literatura, a história, a arte, a música, o cinema e o teatro, em detrimento da política e da economia”. Esta característica enquadra tais suplementos no perfil de jornalismo cultural que aqui empregamos, com a distinção na linguagem mais precisa utilizada pelos jornalistas em comparação ao texto de linguagem literária, mais criativa, ambígua e metafórica empregada pelos escritores. A procura da imprensa pelo intelectual explica-se pela impossibilidade de sobrevivência deste apenas com a publicação de seus escritos, o que os levava a combinar empregos fixos (geralmente públicos) com a colaboração em diversos jornais para garantir o sustento.

Além do que, escrever nos jornais era uma forma de legitimação intelectual e de inserção dos mais jovens no mundo literário. A crítica jornalística de então contava com nomes do porte de Antonio Candido, Tristão de Athayde, Otto Maria Carpeaux, Mário de Andrade, Ledo Ivo, Cecília Meirelles, Carlos Drummond de Andrade, Brito Broca, Sérgio Buarque de Hollanda, Nelson Werneck Sodré e outros. Os suplementos absorviam também intelectuais que estavam fora da academia, como ocorreu com os folcloristas e regionalistas, por exemplo, e intelectuais voltados para a modernização social, estrato engajado em programas, ideologias e projetos de transformação. Já os cientistas estavam ausentes nos suplementos, devido à linguagem acadêmica altamente especializada e ao fato de que divulgavam suas idéias entre os pares, em veículos da área, congressos, seminários e laboratórios.

Quanto aos temas, Abreu (1993:33) destaca a presença das inovações culturais em um período de crescente desenvolvimento industrial, apesar da persistente permanência dos temas dominantes nas décadas de 30 e 40, tendo a construção da nacionalidade como mote. Foi o apogeu do *design* e do concretismo nas artes plásticas, que já estavam em sintonia com os novos tempos, rompendo com as antigas linguagens e impondo novas formas de expressão artística que serviam de introdução às vanguardas culturais e a uma visão cosmopolita das artes. Assim, estas áreas apareciam tanto no discurso crítico quanto no próprio formato dos suplementos, marcadamente na apresentação gráfico-visual dos cadernos. As demais áreas como cinema, teatro, literatura e poesia assumiriam forte acento político, que dominaria a turbulenta década de 60. O saber científico também começa a marcar presença nas participações de pesquisadores e professores universitários (principalmente da USP), que resenhavam lançamentos da área de ciências humanas, mas não levaram para os suplementos os temas dominantes na academia.

Na pesquisa de Abreu (1993:34), a temática dos suplementos foi sistematizada em grandes grupos predominantes, com destaque para o literário (majoritário, divulgando poesias, crônicas, ensaios e crítica literária), folclore (incluindo história) e temas políticos sobre o nacional-desenvolvimentismo (em menor escala). Como auge deste modelo, tema destacado no Capítulo 1, um intenso debate sobre conteúdo e método da crítica literária teve destaque nos suplementos, com a participação dos mais significativos críticos culturais do período como Tristão de Athayde, Antonio Candido, Afrânio Coutinho e Otto Maria Carpeaux, para citar apenas os mais conhecidos. “Esse debate pode ser tomado como expressão de uma nova orientação que começava a se impor no tratamento de determinadas questões culturais, um esforço para divulgar uma nova metodologia de análise, mas que na verdade não cabia nas páginas dos jornais, por ser um debate que se fazia na universidade e em círculos mais restritos”,²²⁵ escreve.

À parte desta discussão, no final da década de 50 as novas técnicas de produção e de administração foram introduzidas e a nova linguagem que delas surgiu dava prioridade à notícia em detrimento da opinião. Nesta época, ocorre o aparecimento do *profissional de imprensa*, saído das faculdades de filosofia e jornalismo e que se dedicava integralmente à atividade profissional.

²²⁵ Idem. p. 36.

A conclusão de Abreu (1993:58) a respeito do declínio dos suplementos culturais dos anos 50 ilustra uma situação que está, no nosso entender, na gênese do debate sobre a crise da crítica no novo milênio. Para ela, os suplementos deixaram de ser o espaço privilegiado de veiculação da crítica ao perderem a função de analistas da qualidade (forma e conteúdo), transformando-se em simples divulgadores de lançamentos. “Os intelectuais, escritores, poetas e artistas foram cedendo lugar ao jornalista profissional, especializado em resenhar obras recém-editadas”, finaliza.²²⁶

O embate crítico entre jornalistas e acadêmicos

Como vimos, os antecedentes do atual debate sobre a crise da crítica brasileira remontam ao surgimento da própria crítica moderna no país. Com a criação das escolas de filosofia nos anos 40, os jornalistas, que até então dominavam o comentário sobre cultura nos veículos, viram-se confrontados com um novo oponente: o crítico universitário. Por outro lado, com um mercado editorial crescente, o país assistia à consolidação da indústria cultural, com os conseqüentes efeitos de superação da crítica pela promoção e pela preponderância da análise afirmativa sobre a argumentação.

O crítico moderno brasileiro nascia então de uma hibridação de cronista, jornalista, professor, teórico, ensaísta e *scholar*. Até então, durante as décadas de 40 e 50, a “crítica de rodapé”, feita por jornalistas não-especializados, tinha por meio privilegiado o jornal, e oscilava entre a crônica e o noticiário, empregando uma eloquência persuasiva e, em vista do incremento do ritmo industrial da imprensa, adaptada aos novos padrões do mercado do entretenimento, enfatizando a leitura fácil e a redundância, a publicidade e a polêmica. Essencialmente híbridos, e por muito tempo de natureza mista, os suplementos culturais no Brasil veiculavam poemas, ficções, páginas de memória e, eventualmente, alguma crítica, sem critério de seleção verdadeiramente literários. Na opinião de Annamaria da Rocha Jatobá, “predominava a ‘crítica’ de favor, na qual o elogio fácil de hoje compra o encômio de amanhã”.²²⁷

Mas o conflito quanto ao exercício da crítica já existia, apesar do meio (o jornal) e do espaço comuns (pés de página, colunas e suplementos) que todos compartilhavam. Os críticos-jornalistas defendiam o impressionismo, o autodidatismo, a resenha como exibição de estilo e o personalismo. Os novos críticos-professores, oriundos das

²²⁶ Idem. p. 58.

²²⁷ JATOBÁ, Annamaria da Rocha. *Leituras Jornalística e Estética do Suplemento Cultural Contexto*. Dissertação de Mestrado, ECA/USP, São Paulo, 1989. p. 21.

faculdades de filosofia do Rio de Janeiro e de São Paulo, defendiam a especialização, o antipersonalismo e a pesquisa acadêmica. Dois modelos de crítica se debatiam e apareciam lado a lado nos periódicos, em uma disputa que engendraria os novos critérios para o jornalismo cultural brasileiro.

Como descreve a pesquisadora Flora Süssekind:

“(…) em sintonia com as primeiras gerações de formandos das faculdades de Filosofia criadas nos anos 30, percebe-se em meados da década de 40 [uma] tensão cada vez mais evidente entre um modelo de crítico pautado na imagem do ‘homem de letras’, do bacharel, e cuja reflexão, sob a forma de resenhas, tinha como veículo privilegiado o jornal; e um outro modelo, ligado à ‘especialização acadêmica’, o crítico universitário, cujas formas de expressão dominantes seriam o livro e a cátedra.”²²⁸

O poder artístico vinculava-se definitivamente à presença constante nas páginas de jornal e às polêmicas freqüentes entre os dois modelos de crítica. Neste aspecto, o jornalista-cronista, geralmente um intelectual sem especialidade que dominava o jornalismo literário, cedia espaço para o crítico-universitário, ademais resultado da expansão universitária ocorrida no final dos anos 40, mas em gestação desde os anos 20 e 30, e que expressava um novo pensamento de classe média, pretensamente laico e moderno. A antiga hierarquia estimulou esta diversificação da formação que, no entanto, se voltaria contra ela com um pensamento radical de pequena burguesia. Esta geração tornou-se essencialmente uma geração de críticos, que contesta o caráter impressionista, de cunho anedótico e biográfico, empregado pela imprensa no trato com a literatura e as artes em geral. Foi com o parecimento das universidades, nas quais a *apreciação* passou a ser ensinada e praticada com mais rigor, que o velho tipo de suplemento entrou em obsolescência e foi desaparecendo. Um hiato bastante longo então se deu, durante o qual, como explica Jatobá, praticamente “não havia suplementos literários na imprensa brasileira”.²²⁹

Neste embate, novas normas passaram a regular o exercício da crítica, baseado agora nos critérios universitários de competência e especialização. Entre as polêmicas que marcaram a época nas páginas dos jornais, está a oposição entre Antonio Candido e Oswald de Andrade, de onde emergiu o notório epíteto de *chato-boys* cunhado por Oswald para desqualificar o grupo de Candido, acusando-o de hermetismo no tocante à

²²⁸ SÜSSEKIND, Flora. *Papéis Colados*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1993. p. 13.

²²⁹ JATOBÁ, Annamaria da Rocha. Op. Cit. p. 21.

diferença da linguagem e aos métodos de análise. Diferenças estas que iriam derrubar o anedotário, o generalismo e o personalismo até então vigentes, tirando poder dos antigos cronistas, e finalmente iriam delimitar o novo campo da produção crítica (a partir de então mais retraída e especializada) e da própria arte.

O principal resultado dessas transformações foi a substituição do jornal pela universidade como centro da cultura e do crítico impressionista pelo crítico universitário, introdutor de uma análise técnica e modernizadora. Opunha-se também ao privilégio na análise da personalidade do autor e ao biografismo, predominando a ênfase na obra. Com isso, ocorreu a profissionalização do crítico, que não mais poderia desenvolver discursos *amadores e enciclopédicos* sobre a arte. Mesmo dentro deste novo modelo subsistiam diferenças, como a concepção de crítica como gênero de criação em oposição à idéia de reflexão intelectual, debate que perdurou durante toda a década de 50 e que chegou, inclusive, a analisar o jornalismo como gênero literário, tese trabalhada por Antonio Olinto e Alceu Amoroso Lima e em parte vista anteriormente.

É fato que autores como Silviano Santiago responsabilizam a campanha contra os *não-especialistas*, que foi movida por Afrânio Coutinho e que via a crítica como restrita ao debate universitário, por esvaziar a grande imprensa de uma crítica mais atuante, resultando numa situação em que, como afirma Ledo Ivo, a crítica desapareceu dos jornais cedendo lugar a uma *literatura de resenhas*.²³⁰ Os críticos de rodapé entraram assim em fase de superação. Com a intervenção do Estado, os quadros da intelectualidade passaram de uma formação humanística-jurídica para a tecnocracia política e a delimitação à universidade como local propício para a análise, aprendizado e difusão da crítica entrava em sintonia com o desenvolvimentismo dominante e com a tecnologização crescente, em um momento de significativas mudanças e diversificação na estrutura produtiva do país.

A sociedade de consumo começa a se formar, com a diversificação da produção cultural e estruturação da indústria de massa, e o conseqüente desenvolvimento do teatro, do cinema, do rádio, da televisão, do disco, da publicidade e das editoras. A imprensa, que até os anos 40 dependia do Estado, passa a depender exclusivamente dos anunciantes. Não à toa, como já citado, no mesmo ano de 1951 surgem a primeira escola de propaganda do país e a Associação Brasileira de Agências de Publicidade.

²³⁰ ABREU, Alzira Alves de. Op. Cit. p. 36.

As reformas dos jornais – Com os novos recursos, na passagem dos anos 40 para os anos 50 foram criados jornais como a *Última Hora* (1951), pioneiro na segmentação da cobertura jornalística, e *Tribuna da Imprensa* (1949), que buscaram novas técnicas de apresentação gráfica e inovações na cobertura e na linguagem jornalísticas. Muitas inovações do período foram trazidas dos Estados Unidos por jornalistas como Danton Jobim, Samuel Wainer e, especialmente, Pompeu de Souza, que, ao reformar o *Diário Carioca* em 1951, introduziu de forma pioneira o *lide* –no qual a exposição do fato antecede a exposição do contexto– e o copidesque no jornalismo brasileiro. Nilson Lage destaca que o “arcaico” *Diário Carioca* era um “jornal pequeno, essencialmente político e com pouquíssimos anúncios, pertencente a um empreiteiro de obras públicas (...) que o utilizava principalmente como alavanca para seus negócios em áreas governamentais”.

Talvez a história da modernização técnica editorial da imprensa brasileira ainda não tenha sido contada inteiramente, mas com certeza, quando for, será apontada como a que praticamente (re)modelou o jornalismo que seria feito nas próximas décadas.

“No caso específico do *Diário Carioca*, a reforma editorial, conduzida por Danton Jobim e Pompeu de Souza na década de 50, consistiu não apenas da introdução da técnica do lead, mas também de uma série de inovações que correspondiam à modernização do idioma escrito. O *Diário* incorporou formas de escrever –escolhas léxicas e gramaticais– difundidas a partir da Semana de Arte Moderna de 1922 por autores que objetivavam aproximar o texto literário da fala brasileira. Por exemplo: dizer que alguém mora ‘na rua X’ e não ‘à rua X’, limitar o tratamento cerimonioso, eliminar do texto palavras em desuso (como edil ou alcaide) e formas gramaticais em extinção no idioma, como as mesóclises, os realizar-se-á, os far-se-ia ou os da-me-lo-iam.”²³¹

Também após experiência na imprensa norte-americana, no final da década de 50 o jornalista Alberto Dines faria a reforma do *Jornal do Brasil*. Com o novo modelo, que privilegiava a informação e a notícia, separando o comentário pessoal da transmissão objetiva e impessoal, a opinião (e logo a crítica) perdeu espaço. Outra mudança do período é a substituição na capa do noticiário internacional, até então uma tradição do jornalismo nacional, por manchetes nacionais e chamadas para os temas gerais contidos na edição. A reforma do texto jornalístico resultou de um processo cumulativo, sendo que o “lead decorre da maneira como as pessoas contam umas às

²³¹ LAGE, Nilson. Comentários à dissertação “*O Estado de S.Paulo* (1942-1972), uma contribuição à história das técnicas jornalísticas”, de Liriam Sponholz. *Curso de Jornalismo*, Santa Catarina, UFSC, [s/d]. Acesso em 21 fev. 2005. Disponível em: <<http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/lage-estado.html>>.

outras [os] episódios pontuais a que assistiram, começando pelo mais relevante, com o objetivo evidente de atrair a atenção do interlocutor”, com destaca Nilson Lage.²³²

No entanto, a influência norte-americana nas reformas dos projetos gráficos do período –que incluíram também a renovação da *estética do fotojornalismo*, com novidades tecnológicas como as fotografias com câmaras de disparadores rápidos e filmes de alta sensibilidade– é um ponto questionado por alguns, como o próprio Lage, para quem a diagramação introduzida no *Jornal do Brasil* antecipou-se à reformulação gráfica da maioria dos jornais dos Estados Unidos, sendo uma obra de Amílcar de Castro, sob inspiração de Mondrian via teóricos de design, que parte da *divisão do retângulo em massas cinzentas retangulares*.²³³

Entre os jornais que introduziram inovações técnicas e/ou passaram por reestruturações empresariais neste período estão o *Correio da Manhã*, *O Globo* (onde Nelson Rodrigues moveu campanha feroz contra os “idiotas da objetividade” do copidesque), *Diário Carioca*, *Folha da Manhã*, *Diário de Notícias* (diário de cunho conservador que em 1950 chegou a ter uma tiragem de 100 mil exemplares), *O Jornal* e *Jornal do Brasil*. Este último, a partir de 1956 promove uma profunda reforma gráfica e editorial, com o aumento do noticiário e a adoção da fotografia na primeira página dentre outras inovações. Alguns anos depois, em 1959, este jornal criaria o *Caderno B*, dedicado à cobertura de cultura e que seria um dos pioneiros do jornalismo cultural brasileiro impresso, ao “forjar a tradição de agrupar as matérias de arte, cultura e variedades em um caderno separado do primeiro” (Gadini, 2003:60).

É curioso notar que jornais de caráter mais *conservador* como *O Globo* e o *Estadão* não se renderam de todo às reformas, pois associavam “as novas técnicas do jornalismo, não à influência americana –(...) sempre positiva– mas a um avanço do pensamento nacionalista, de esquerda, sobre redutos tradicionalmente conservadores da imprensa”. O que se temia, como afirma Gadini (2003), era a “transferência de poder à redação, sumariada no copy desk, que lia e podia alterar todas as matérias em nome da qualidade editorial”.

Em 1962, quando Alberto Dines assume a direção editorial do *JB*, são criadas diversas editorias setorializadas e o *Caderno B* ganha circulação diária, enquanto o *Suplemento Dominical* passa a circular aos sábados. Nos anos 70, o *JB* contava com colaboradores como José Ramos Tinhorão (MPB), Cleusa Maria (cinema) e Suzana

²³² Idem.

²³³ Ibidem.

Braga (dança). O suplemento *Livro* tratava aos sábados de literatura, com colaboradores como Moacir Seliar, Muniz Sodré e Marcos Vilaverde.

Muitos jornais tradicionais também fecharam as portas no decorrer do processo, em grande parte graças à elevação do custo do papel, como o *Diário Carioca* (1928-1965), o *Correio da Manhã* (1901-1974), *O Jornal* (1919-1974) e o *Diário de Notícias* (1930-1976), além da decadência irreversível de jornais como *Última Hora* (1951-1991). Em um efeito cíclico, com a profissionalização das redações a qualidade do jornal aumentou e também a sua circulação; porém, como neste processo os jornais passaram a obter a quase totalidade de suas receitas dos anúncios, criou-se a necessidade de aumento contínuo de circulação, agora a maior arma de *sedução*.

A legitimação do discurso – Nas décadas de 60 e 70 as coisas mudariam novamente. No meio tempo, houvera uma aproximação entre a crítica universitária e os jornais; mas ocorre então a redução do espaço jornalístico para os críticos-professores, com simultânea retração da circulação em livro da produção acadêmica. À semelhança do processo (nos EUA) descrito por Jacoby²³⁴ em *Os Últimos Intelectuais*, também aqui se assiste ao confinamento dos acadêmicos ao *campus* universitário. A colaboração dos críticos universitários, outrora vencedores na disputa pela legitimação do discurso, agora era desprezada pelo meio jornalístico, cujos quadros internos não aceitavam os suplementos e encaravam os críticos-professores como oponentes, combatendo-os ao ponto do desaparecimento. Pela ótica de Cristóvão Tezza, no mundo acadêmico brasileiro dos anos 70 houve um “retraimento em que a universidade, sob o sopro tardio da poderosa ilusão formalista, se viu vítima de uma alma tecnocrática, com foros de ciência exata, que esterilizou boa parte da nossa crítica”. Por isso, tornou-se necessário resistir ao *elogio da estupidez*, para Tezza cada vez mais freqüente, que não vê utilidade em *altos estudos* e nem mesmo “diferencia entre Shakespeare e a novela das oito”.²³⁵

Por outro lado, a nova configuração no jornalismo cultural se aproxima de seu estágio no fim-de-século marcada pelo signo da *domesticação*: as seções se transformaram em *classificados dos lançamentos*, e os suplementos simplesmente desapareceram, deixando uma lacuna onde antes estavam os *veículos mistos*, um híbrido ausente entre “o colunismo e a revista literária, e que, em alguns momentos, cumpriram

²³⁴ JACOBY, Russell. *Os Últimos Intelectuais*. São Paulo: Edusp, 1990.

²³⁵ TEZZA, Cristóvão. Bastidores culturais. Op. Cit. p. 06.

importante papel de difusão cultural no país”, nas palavras de Sússekind.²³⁶ Neste novo modelo, não mais haveria espaço para experiências como o “Suplemento Literário” do *Jornal do Brasil*, que sob a direção de Reinaldo Jardim abrigara no fim dos anos 50 colaboradores como Ferreira Gullar, os irmãos Campos e Décio Pignatari.

A regulamentação da profissão de jornalista em outubro de 1969 contribuiu para esse cenário de novas transformações. Também o modelo norte-americano de jornalismo adotado nas redações nos anos 60 era contrário à linguagem dos acadêmicos, taxando-a de hermética e incompreensível (a extinção do *Jornal de Resenhas da Folha de S.Paulo* em 2004 evidencia que esta percepção continua viva), além de questionar a própria lógica da mídia massiva, agora mais próxima da adjetivação que da argumentação analítica dos críticos universitários.

O jornalismo entra na era da espetacularização mirando o *leitor médio*, para muitos uma invenção manipulada pela grande imprensa, e a *linguagem jornalística*, em oposição à cientifização obsessiva da crítica acadêmica que, de fato, tornara-se impregnada de jargões e tecnicismos. Temos uma pista das origens do modelo, que nasceu com objetivos bem específicos e claros:

“Pelo início dos anos 70, o *JB* resolveu publicar um suplemento cuja missão principal fosse acompanhar o movimento editorial do país. Não veicula poemas, contos, memórias, mas apenas notícias e apreciações jornalísticas sobre livros que se estão publicando. (...) A intenção, ao fazer um suplemento de características bem jornalísticas, é contribuir para ampliar o mercado editorial. (...) No tipo de suplemento introduzido aqui pelo *JB*, a apreciação do livro é feita através da resenha, um artigo rápido no qual se expõe o conteúdo do livro e se emite uma primeira opinião sobre ele. Condição essencial é que esse artigo seja escrito em linguagem clara, direta, a fim de alcançar/influenciar a escolha de leitura de milhares de pessoas.”²³⁷

Paradoxalmente, foi neste mesmo período, no início dos anos 70, que ocorreu uma grande expansão da rede universitária no país e que um novo elemento se incorporou ao quadro: o crítico-teórico. Com a crítica universitária perdendo espaço no final da década de 60, este novo elemento suscitaria a auto-reflexão e a intervenção direta na vida cultural. O crítico-teórico volta-se sobre a própria linguagem e combate os representantes tardios do impressionismo crítico em publicações como *Opinião*, *Cadernos de Opinião*, *Almanaque e Argumento*. Este modelo é representado por

²³⁶ SÜSSEKIND, Flora. Op. Cit. p. 27.

²³⁷ JATOBÁ, Annamaria da Rocha. Op. Cit. p. 22.

professores universitários como Roberto Schwarz, Silviano Santiago, Davi Arrigucci Jr., e Heloísa Buarque de Hollanda. E por intelectuais como Augusto de Campos, José Paulo Paes, Sebastião Uchoa Leite e José Guilherme Merquior.

A partir dos anos 70 a aversão à reflexão teórica se dissemina, e tem início a “ampliação do número de matérias à beira do *release* promocional e para a significativa redução do espaço para a reflexão crítica na imprensa”.²³⁸ A opção pela não-teoria e pela desqualificação da erudição torna-se patente nos anos 80 quando o crescente mercado editorial (*Figuras 39 e 40 do Anexo 12*), ao invés de estimular, bloqueia a reflexão ao (de forma óbvia, na visão empresarial) investir mais na venda que na análise de seus produtos. Pelo mesmo motivo, com a nova ampliação do espaço jornalístico proporcionado pelo crescimento do mercado, o tratamento da obra de arte se dá então por resenhas e notícias de cunho eminentemente comercial. O não-especialista volta a ganhar espaço e o embate novamente se configura, agora por trás de instituições, seja o jornal e a academia, a imprensa e a universidade.

Vimos, assim, como as fases do jornalismo cultural brasileiro interagem no tempo e se sucedem no espaço. Em resumo, sem rigidez teórica, o desenvolvimento da área na história da imprensa começou com a fase dos *críticos-jornalistas*, jornalistas de redação, bacharéis, cronistas e escritores muitas vezes com formação artística; posteriormente, com a crítica teórica assistiu-se ao advento dos *críticos-professores* e dos acadêmicos, que utilizavam bases científicas com divulgação restrita; por fim, com implantação das escolas de jornalismo, foi a vez do *crítico-especialista*, jornalista com formação técnica, sem vivência artística, mas que busca unir o discernimento técnico do perito (sem exagero) com o gosto pela reportagem que caracterizava a velha guarda do jornalismo (sem brilhantismo). Fases e protagonistas se confundem e o resultado histórico, o *crítico não-especialista*, não é exatamente uma síntese dos outros modelos.

²³⁸ SÜSSEKIND, Flora. Op. Cit. p. 32.

CAPÍTULO 4 – O contexto de transformações

*“Dos anos 50 para cá, o que teria mudado?
A arte, os críticos, os jornais, o público?”*
Maria Alice Milliet²³⁹

Imprensa e capitalismo: a mercadoria simbólica

Em um momento anterior à eclosão da revolução micoeletrônica, o professor Ciro Marcondes Filho foi um dos intelectuais empenhados em desenvolver pesquisas acadêmicas sistemáticas para encontrar a raiz do processo jornalístico na estrutura da sociedade capitalista. Nas conclusões de suas explorações das *engrenagens que regem as relações produtivas* é notória a constatação de que a atividade jornalística nasceu no núcleo da lógica do modo de produção capitalista, sendo, entretanto, também distinto dele. A atividade jornalística, conclui, só existe “transformando informações em mercadorias e colocando-as, transformadas, alteradas, às vezes mutiladas segundo as orientações ideológico-políticas de seus artífices, à venda”.²⁴⁰ Sendo *estruturalmente montada como empresa capitalista*, a atividade jornalística desaparece com a supressão das condições de sobrevivência do capital.

De forma análoga, a contradição entre os objetivos jornalísticos e econômicos também foi investigada pelo Coletivo de Autores “Imprensa”, grupo alemão de intelectuais empenhados justamente na pesquisa sobre as relações entre imprensa e capitalismo. Para este coletivo, em uma visão hoje questionada e, para muitos, superada, na empresa de jornais e revistas “a propaganda se coloca como produção *de* necessidades antes da produção *segundo* necessidades do leitor” (Marcondes Filho, 1984:49). A apresentação jornalística de anúncios publicitários, alquimia realizada com a mistura da parte estritamente publicitária com a redacional, é muito eficaz na descaracterização do caráter dos anúncios, iludindo o leitor quanto à natureza dos textos ao vender publicidade por jornalismo, persuasão por informação.

À parte a discussão da pertinência teórica destes conceitos, nos interessa o modelo explicativo que oferecem. Nele, os conteúdos são veiculados de acordo com a posição e a função dos órgãos de imprensa na produção geral de mercadorias, sendo que

²³⁹ MILLIET, Maria Alice. Notícias ‘quentes’ esfriam análises. *O Estado de S.Paulo*, 04 jun. 2000. Caderno 2. p. D09.

²⁴⁰ MARCONDES FILHO, Ciro. (Org.). *Imprensa e Capitalismo*. São Paulo: Kairós, 1984. p. 22.

eles próprios assumem dupla forma de mercadoria, no universo do anunciante e também no do leitor. Para o editor e para o dono do jornal, a contradição entre o interesse informativo-comunicativo e o interesse econômico privado resolve-se como um problema *puramente calculatório*: “o valor de uso comunicativo da mercadoria jornal interessa-lhe apenas à medida que este se mostra imprescindível como suporte do valor econômico de troca de seu produto, para poder trocar seus jornais (inclusive seu espaço publicitário) por dinheiro e com isto, finalmente, em contrapartida, poder valorizar seu capital investido nos meios de difusão” (Marcondes Filho, 1984:47).

O leitor passa a ser *desprezado* quando todos os grandes veículos editam conteúdos muito semelhantes. Ou quando passa a ser tratado unicamente como comprador de jornal. Comprador, aliás, a quem é jogada a culpa pela péssima situação em que (invariavelmente) se encontra a imprensa, ao impingir-lhe uma *falta de nível* merecedora do que lhe é servido; o ciclo se fecha quando se sugere que este leitor, *que merece a imprensa que tem*, será oportuna e definitivamente educado e esclarecido pelos próprios jornais, detentores de um conhecimento não aproveitado. Esta atitude, comprova a bibliografia, “desdenha o povo e (...) coloca o comportamento do leitor, negativamente avaliado, como constante antropológica” (Marcondes Filho, 1984:133).

Nesta relação de forças, o jornalista, em que pese sua formação deficiente ou mesmo complacente, padece de uma *liberdade passiva* e não tem qualquer controle sobre a orientação política e econômica das reportagens e dos textos-anúncios, sendo que, como qualquer outro trabalhador assalariado, oferece sua força de trabalho e responde ao proprietário do jornal, continuamente ameaçado pelo desemprego.

Enfaticamente, imprensa e capitalismo vivem em um ambiente no qual *quem falha economicamente está também jornalisticamente liquidado*. O desenvolvimento técnico aprofundou esta conexão, colocando definitivamente o valor de troca acima do valor de uso. “A ‘nova apresentação periódica’ da aparência do valor de uso, a agilidade formal, o colorido e a diversidade (...) servem somente ao objetivo de realizar o valor de troca em forma de dinheiro, sem melhorar o valor de uso para o leitor”, conclui o Coletivo.²⁴¹

A cultura da destruição – Uma vez repassada brevemente a íntima relação existente entre imprensa e capitalismo, podemos observar os aspectos gerais da

²⁴¹ Coletivo de Autores “IMPRENSA”. *O conteúdo dos jornais e os leitores*. In: MARCONDES FILHO, Ciro. (Org.). Op. Cit. p. 111.

conjuntura em que este arranjo se atualiza na contemporaneidade. Analistas como Manuel Castells, por exemplo, fornecem dados preciosos para o entendimento e a localização temporal das transformações aqui focalizadas.

Vejamos alguns pontos que nos interessam diretamente para tentar compreender como o jornalismo cultural se tornou o *pária da comunicação massiva*. Em resumo, o estudo sociológico de Castells discorre sobre o impacto do *informacionalismo* nas sociedades pós-industriais, transformação que, na visão unificada e não-catastrofista do autor, inclui o surgimento da *sociedade em rede*, uma nova estrutura social dominante entendida como um conjunto de nós interconectados em tempo real e acompanhada de uma economia informacional global, assim como de uma nova cultura da virtualidade real, onde as aparências se transformam na experiência.

O ponto que nos interessa é quando o pensador espanhol ressalta que, no início desse processo de transformação, “a estruturação econômica dos anos 80 induziu a várias estratégias reorganizacionais nas empresas comerciais” (Castells, 2000:174). Isto significa que a aceleração da transformação tecnológica se deu conjuntamente com o processo de reestruturação capitalista. Visando o aumento da produtividade e da competitividade “no novo paradigma tecnológico e na nova economia global”, buscou-se redefinir os processos de trabalho e as práticas de emprego, com inovações como o modelo de *produção enxuta*, que possibilitariam a economia de mão-de-obra ao automatizar os trabalhos, eliminar tarefas e suprimir várias camadas administrativas.

A vanguarda deste processo foi localizada no método japonês de gerenciamento, que, utilizando modelos de redes e sistemas de subcontratação, aboliu a função de trabalhadores profissionais especializados para torná-los especialistas multifuncionais. Seu impacto na *Galáxia de Comunicação* foi automático, já que o “conceito de cultura de massa, originário da sociedade de massa, foi expressão direta do sistema de mídia resultante do controle da nova tecnologia de comunicação eletrônica exercido por governos e oligopólios empresariais” (Castells, 2000:356), embora os efeitos diretos no jornalismo, aparentemente, não sejam os mesmos em todos os lugares.

Assim, ao menos em alguns países, os jornais e revistas se especializaram no “aprofundamento de conteúdos ou enfoque de sua audiência, apesar de se manter atentos no fornecimento de informações estratégicas ao meio televisivo dominante” (Castells, 2000:356). Aqui, aparentemente, restou apenas a estratégia.

O *modelo enxuto* dependia majoritariamente da economia da mão-de-obra, resultado da combinação de fatores como automação, controle computadorizado de

trabalhadores, redução da produção e terceirização do trabalho. Ao utilizar-se trabalhadores temporários e empregados de meio-expediente, a mão-de-obra fixa e volumosa tornou-se dispensável e substituível, em claro contraste com a era industrial que predominou durante os séculos XIX e XX. Poderíamos acrescentar que, aparentemente, um dos efeitos mais visíveis destas mudanças foi o esvaziamento dos movimentos sindicais de trabalhadores, assim como a submissão ainda maior dos empregados às empresas contratantes. A reformulação dos parques gráficos e a reestruturação organizacional dos principais jornais brasileiros no período se enquadram perfeitamente nestas transformações. A *concorrência econômica global* força redefinições permanentes de produtos, processos, mercados e insumos: “inclusive capital e informação”, avalia Castells, sem esquecer de destacar que *permanentemente* o “espírito empresarial de acumulação e o renovado apelo do consumismo estão impulsionando formas culturais nas organizações do informacionalismo”.²⁴²

A cultura do efêmero (Brand, 2000) se apodera da *empresa em rede*, com as decisões econômicas estratégicas, experiências e interesses se alternando conforme as necessidades surjam e se sucedam, adaptando-se aos ambientes de apoio e às estruturas do mercado. Mediado pelo computador e pelas ferramentas tecnológicas, o *espírito do informacionalismo* torna-se uma “cultura da destruição”, virtual e multifacetada, com uma geometria variável que contrasta com a rigidez dos códigos culturais estanques e é composta de muitas *culturas, valores e projetos que passam pelas mentes e informam as estratégias dos vários participantes das redes*.

Como resultado desta nova cultura empresarial que transformou os processos de trabalho, ocorreu a valorização relativa das profissões mais claramente informacionais, administradores e técnicos, mas também *o maior destaque aos serviços relacionados à administração de capitais que aos serviços ligados à produção*. Baseada na flexibilidade e na atuação em rede, em termos econômicos a concorrência global promoveu uma corrida tecnológica e administrativa entre as empresas em todo o mundo. No campo social, sob o novo sistema eletrônico de comunicação ocorreram mutações em culturas inteiras, atingidas pelo progresso da tecnologia da computação e pela utilização em larga escala de suas aplicações. Assim, como a comunicação determina a cultura, Castells constata que “nossos sistemas de crenças e códigos

²⁴² CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (Volume 1). p. 214-216.

historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo”.²⁴³

Transplantando tais considerações para o universo jornalístico, podemos inferir paralelismos com este quadro que se mostrem reveladores ou sugestivos, como aparentam ser o ciclo interminável de demissões em massa que assolou a imprensa brasileira desde então, a perda de controle da qualidade dos serviços terceirizados, a subordinação completa dos produtores aos administradores do jornal, a perda irreversível de profissionais gabaritados para escrever sobre cultura, o próprio desvirtuamento da noção de cultura, a ausência de contato com a realidade das ruas, os vícios na linguagem provocados (não só) pelo uso do computador, a capitulação do noticiário à agenda industrial internacional etc.

Se esta é uma situação transitória e ainda mal resolvida no Brasil, situado na periferia do capitalismo, as perspectivas de desenvolvimento do novo sistema de comunicação eletrônica trazem alento e otimismo para as expressões culturais (senão ainda para a sua cobertura jornalística impressa), ao menos na ótica analítica de Castells, que o caracteriza como uma *integração em rede digitalizada de múltiplos modos de comunicação*, com grande capacidade de inclusão e abrangência de todas as expressões culturais (Cf. Castells, 2000). Mas há um porém:

“(…) todas as espécies de mensagens do novo tipo de sociedade funcionam em um modo binário: presença / ausência no sistema multimídia de comunicação. Só a presença nesse sistema integrado permite a comunicabilidade e a socialização da mensagem. Todas as outras mensagens são reduzidas à imaginação individual ou às subculturas resultantes de contato pessoal, cada vez mais marginalizadas. (...) No entanto, não quer dizer que haja homogeneização das expressões culturais e domínio completo de códigos por alguns emissores centrais. É precisamente devido a sua diversificação, multimodalidade e versatilidade que o novo sistema de comunicação é capaz de abraçar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais. Mas o preço a ser pago pela inclusão no sistema é a adaptação a sua lógica, a sua linguagem, a seus pontos de entrada, a sua codificação e decodificação.”²⁴⁴

Segundo Castells, o novo sistema de comunicação eletrônica é versátil, expressa os conflitos sociais e integra as formas de expressão. Mas, no que pese o potencial

²⁴³ Idem. p. 354.

²⁴⁴ Idem. p. 396-397.

polifônico da multimídia, até agora o maior feito do novo meio, é de se imaginar no que implicará a ressalta feita por Castells –“o preço a ser pago pela inclusão”– quando ele cita a necessidade de adaptação à lógica e à linguagem neste novo sistema de comunicação integrada, condição *sine qua non* para que tal integração ocorra. Também é incômoda a idéia de *mensagem binária excludente*, onde o que não está em circulação nos meios praticamente não tem existência coletiva, abrindo mais um território fértil para a já abissal marginalização econômica mundial.

Mas, pensando bem, sob outros modelos isso já ocorre, e há um bom tempo. Conforme Martín-Barbero, o próprio jornal impresso é um exemplo de atividade que, como a retórica na Antigüidade, impõe a unifomização, acaba com as idéias e faz com que “cada qual pense só o que lhe fazem pensar”. Ele é o *maior expoente da civilização moderna*, mas ao mesmo tempo é a *expressão mais acabada da morte da cultura*.

Em suma, a inevitável constatação é que a fragmentação da unidade do saber também ocorre nas páginas do jornal, incapacitando o homem de orientar a própria história pela crescente submissão intelectual “à quantidade, ao dinheiro e à política”.²⁴⁵

Arte, massa e mercado: a legitimação da técnica

Com as transformações tecnológicas em ritmo vertiginoso após o advento da revolução digital, os movimentos culturais se sucederam atrelados ao surgimento de novos equipamentos audiovisuais, satélites, unidades portáteis de transmissão, formatos de reprodução, técnicas de captação e jogos de mediação, que em grande parte substituem os tradicionais suportes impressos de circulação da informação.

Ao mesmo tempo, o jornalismo especializado se pautou por estas novas linguagens e criou um espaço de descrição e debate cultural que, por sua vez, incita ao aparecimento cíclico de novas experiências, discursos e manifestações sociais de relevo. No entanto, o jornalismo cultural brasileiro contemporâneo (entendido como informação, análise e crítica da produção artístico-cultural) aparentemente não supre a demanda por discursos culturais da sociedade pós-industrial, resultando na debilidade ou mesmo inexistência de veículos impressos específicos de divulgação, cada vez mais fragmentada em publicações digitais polifônicas que, como os impressos, em grande parte substituem a dimensão analítica em prol de uma dimensão pragmática, orientada para o consumo.

²⁴⁵ MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op. Cit. p. 68.

As origens desta situação possuem diversas explicações. Em termos específicos e relativos à imprensa, podemos inicialmente retroceder ao período militar, quando os jornalistas *de esquerda* ficaram sem espaço no campo político e no campo cultural, migrando para áreas como a literatura, de onde poderiam militar em defesa da liberdade de expressão política, pelos direitos humanos e pela abertura de espaços culturais. Com a censura e a falta de espaço para ação política, o poder estatal controlava então praticamente toda a produção cultural, quadro que só se alteraria com a proximidade do fim do regime militar. Nesse ponto ocorreu uma dissensão. É quando o avanço da indústria cultural, acompanhada da modernização acelerada dos parques gráficos, gera outra realidade na abordagem jornalística, que passa a explorar novos produtos e formatos na cobertura cultural. Mesmo assim, dispersos e agônicos, ainda sobreviviam naquele período alguns espaços para a crítica autoral de qualidade.

Alguns estudos sugerem que, após a redemocratização, esse quadro inverteu-se, e o profissional de imprensa tornou-se indiferente, resultando em um empobrecimento intelectual e profissional que afetam profundamente a vida pública nacional e, mesmo a par do desenvolvimento das condições de consumo, a própria esfera do campo cultural, tanto na produção como na cobertura jornalística. Entretanto, com relação ao conhecimento, nas gerações que viveram sob o jugo da repressão havia decerto um componente a mais, e de suma importância, como observado por Teixeira Coelho, ao alegar que o abandono da crença hegemônica até os anos 60 de que “era possível a cada tanto efetuar cortes epistemológicos nas e com as estéticas, assim como no pensamento sociológico ou filosófico, e que nos faziam esperar, a intervalos regulares, por rupturas profundas nos modos de representação e cognição”. O certo é que já ninguém mais espera por rupturas e que as artes, em permanente transformação, procedem por “telescopagens e desdobramentos, muito mais do que por saltos e afastamentos”.²⁴⁶

O fim do tratamento jornalístico – Com a perda da unidade na arte e no saber, perdeu-se junto a crença na ruptura, calou-se o empenho na interferência possível nos vínculos e na renovação das práticas. No meio do caminho, o jornalismo cultural passou por uma transição, na qual muitos enxergaram a *extinção da crítica e do texto de qualidade*. Julgamentos à parte, o que podemos apreender, como afirma Gadini (2003), é que a área certamente guarda as marcas das novas demandas industriais, da

²⁴⁶ TEIXEIRA COELHO, José. Nem pior nem melhor, avaliação agora é diferente. *O Estado de S.Paulo*, 04 jun. 2000. Caderno 2. p. D08.

segmentação do mercado e dos novos hábitos (e vícios) da lógica de produção contemporânea. Ao se comparar o período anterior à modernização dos parques gráficos nos anos 70, quando há um *tratamento jornalístico* ou, ao menos, um “ambiente de reflexão mais consistente (ou, quem sabe, um modo literário de discutir a cultura) para se pensar/falar da própria vida social” (Gadini, 2003:88), com o que veio depois, fica claro que houve uma queda qualitativa acentuada. O jornalismo cultural deixou de ser o palco para o “intercâmbio cultural entre a própria *intelligentsia* brasileira”, que possibilitava ao leitor/comsumidor pensar também através da mídia (em forma de interlocuções) (Gadini, 2003:88).

Deste modo, a partir dos anos 80 com o crescimento do mercado televisivo irrompem no jornalismo tendências imagéticas e estratégias de conquista de mercado com coleções e prêmios estranhos ao jornalismo. A crítica literária (outrora central na produção brasileira) cede espaço para outros (sub)setores da cultura como a música, o cinema e a televisão no imaginário e no cotidiano dos leitores e consumidores dos serviços culturais. Novos temas surgem e exigem espaços e modelos próprios de abordagem, atrelados ao entretenimento e ao lazer mais do que à reflexão e ao conhecimento.

“A reconhecida hegemonia que a crítica cultural conseguia nas páginas dos suplementos culturais já não podia então ser simplesmente deslocada para os cadernos diários, pois era preciso conciliar numa mesma editoria as variedades, as colunas sociais, as críticas e a cobertura propriamente jornalística do campo cultural. (...) A cobertura jornalística da cultura vai adquirindo outras roupagens, como a prioridade da lógica de serviços e das atividades e produtos mais voltados ao lazer e entretenimento, agendado em grande medida pela presença do meio televisivo. Os cadernos culturais vão, assim, tornando-se espaços onde se integram várias abordagens e enfoques de um amplo universo formado pela integração da mídia, arte, moda e cultura.” (Gadini, 2003:90)

Assim, no vácuo do embate crítico de idéias ainda residualmente presente na década de 80 eclodiu a *euforia internacionalista*²⁴⁷ das editorias dos grandes jornais e a conseqüente pulverização da cultura em guetos de consumo. O jornalismo cultural passou a submeter-se a um mesmo conjunto de regras, necessidades e urgências que outras linhas editoriais. Esse processo culminou na inibição da criatividade e independência dos cadernos e veículos dedicados à cultura –esvaziando uns e fulmi-

²⁴⁷ Cf. SILVA, Fernando de Barros e. Fugindo das Ciladas. Op. Cit.

nando outros–, a partir da exigência de obrigações antes exclusivas das editorias e órgãos com enfoque em cidades, política, economia, esporte e, cada vez mais, ainda que de forma discutível, em publicidade e técnicas mercadológicas.

Um dos poucos trabalhos acadêmicos existentes no Brasil sobre o tema, o estudo de Wilsa Carla Freire da Silva –*Cultura em Pauta*– conclui que o “jornalismo de serviço passou a ser a tônica principal dos cadernos de cultura”, com a consequência direta que os “cadernos diários de cultura passaram, portanto, a ser grandes vitrines do mercado cultural onde se tem os objetos mas não a reflexão sobre eles e o contexto onde se encontram”. Em termos práticos, segundo Silva, *há cada vez menos espaços para a reflexão e leitura e os textos são reduzidos forçando o repórter a escrever em um estilo quase telegráfico*.²⁴⁸ Outro aspecto do quadro, que citamos de passagem, é a posição marginal que a área ocupa nos estudos avançados do jornalismo, fato demonstrado pela incipiente e limitada atenção que desperta nos educadores, uma vez que dentro da literatura brasileira sobre jornalismo, o jornalismo cultural “não entra nas seções que explicam as técnicas de captação e redação das informações, como se não fizesse parte do jornalismo”.²⁴⁹

Logo, se trata de um *corpo duplamente estranho*, tanto à academia como ao mercado jornalístico, sempre apto a cortes e demissões e encarado como *leviano e desimportante* (próprio do tratamento dado no país à *cultura*, enquanto esfera de atuação política). Cultura, como lembrou um ministro, não é apenas um vaso na janela.

Novo modelo – Avançando sobre o tema, temos que nosso ambiente é a indústria da cultura; como efeito, o *olhar superficial* sobre a produção artística (mas não apenas) da sociedade. Sob o aspecto sócio-político, é a ideologia apresentada como cultura e o jornalismo transmutado em mera técnica de venda. Olhando para seus aspectos sociológicos, constatamos como os produtos da indústria –“virtualmente ubíquos”– ocupam o *espaço destinado destinado à reflexão e à possibilidade da arte e da cultura*. “Estas são entendidas aqui como criações cujo conteúdo transcende a imediaticidade do real, desvendando-o e apontando para mais além, ao contrário das produções ideológicas típicas da indústria cultural, que se restringem a uma visão da realidade imediata e aparente”,²⁵⁰ explica Gisela T. Goldenstein.

²⁴⁸ SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 150-151.

²⁴⁹ Idem. p. 10.

²⁵⁰ GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. *Do Jornalismo Político à Indústria Cultural*. São Paulo: Summus, 1987. p. 22.

As implicações ideológicas do fenômeno são claras, pois, como avalia Martín-Barbero, ocorre em um momento em que a “nova forma de se agregar valor é por meio do conhecimento, que se converteu em uma força produtiva direta. Essa nova concepção de valor agregado tem implicações tanto na economia como na cultura, pois o desenvolvimento econômico passa a refletir o nível cultural, lançando a nação a um contexto mundial; já os países que só exportam matérias primas estão condenados a desaparecer”.²⁵¹ Tais abordagens nos remetem aos produtos culturais produzidos integralmente como mercadorias, onde a distinção entre a lógica da obra e a lógica do sistema é “*dissolvida* pelo primado do efeito, pela busca de fórmulas de sucesso comercial”. O produto cultural, como qualquer outro, também é concebido “*como mercadoria e produzido com vistas ao lucro*”.²⁵²

Com a globalização, as grandes corporações possuem um tal poder de mobilidade e barganha que a sociedade e o Estado se tornaram seus reféns.²⁵³ Deslocam-se para qualquer lugar onde paguem os menores salários e impostos e barateiam os custos com mão-de-obra, onde recebam os maiores incentivos fiscais e encontrem uma legislação trabalhista favorável e pouco exigente. Em nosso tema, a pertinência desta configuração se acentua ao constatarmos que *a imprensa cultural não provoca debate* porque, de modo geral, como afirma Sérgio Augusto, tenha se “acomodado, não queira se indispor com nenhum segmento da indústria cultural, por recear algum tipo de boicote, de represália, pois hoje, ao contrário de antigamente, a indústria cultural é mais poderosa do que os jornais e as revistas”.²⁵⁴

Entrementes, o tripé de equilíbrio Sociedade Civil/Estado/Capital que sustentava a sociedade democrática moderna foi estilhaçado.²⁵⁵ O *Welfare-State* nunca chegaria aos trópicos, pois muito cedo os países emergentes abriram suas fronteiras ao capital estrangeiro, ainda na época das ditaduras. Paralelamente, a “capacidade da sociedade contar com um instrumento capaz de compreender os fenômenos e os fatos do dia diminuiu significativamente”.²⁵⁶ Logo, o *olhar superficial* comporta claramente uma conveniência ideológica contemporânea. Como Gisela T. Goldenstein alerta, a idéia de

²⁵¹ Cf. DALMONTE, Edson Fernando. Mediações Comunicativas da Cultura Segundo Martín-Barbero. *PCLA*, São Paulo, nº 4, 10 jul. 2000. Acesso em 28 jan. 2004. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista4/res%20eventos%204-2.htm>.

²⁵² GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. Op. Cit. p. 22.

²⁵³ Cf. HOBBSBAWN, Eric. Op. Cit.

²⁵⁴ AUGUSTO, Sérgio. Resistir à mesmice. Op. Cit.

²⁵⁵ SEVCENKO, Nicolau. *A Corrida para o Século XXI: No Loop da Montanha Russa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p. 31.

²⁵⁶ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 34.

que a indústria cultural dá ao público o que ele quer é falsa, ou seja, atende a uma demanda criada no interior da própria trama social. A falsa consciência da realidade é apenas da “forma aparente pela qual se manifesta a alienação”.²⁵⁷

Na aparência trata-se de não contrariar o público policlassista, veiculando mensagens que se “mantêm na imediatividade do real e tratam de maneira conservadora os diversos temas de que se ocupam, pois a estratégia publicitária busca canalizar e não contrariar valores e atitudes já existentes na sociedade”.²⁵⁸ Na essência, entretanto, as necessidades e interesses profundos deste mesmo público são obviamente ignorados. Em resumo, observamos que jornalismo e indústria não podem ser separados, porquanto se atrela “o campo cultural ao mercado, assim como se atrelam todos os outros setores”. As criações do espírito, que devem ser regidas pelas leis da estética, agora são regidas pelas leis do mercado.

Na chamada indústria cultural, em geral não há espaço para a reflexão intelectual por si: *tudo tem um preço e uma medida*.²⁵⁹ A articulação da indústria cultural com o modo de produção capitalista, como todo espaço de autoinvestimento, potencializa a acumulação de outros setores da produção e facilita a reprodução das condições de existência do capitalismo. E isso ocorre tanto através do “estilo de vida e da visão de mundo ‘vendidos’ por suas mensagens, como através da publicidade que a sustenta e que dinamiza o processo de realização do valor e da mais-valia” (Goldenstein, 1987:24).

A ideologia – O fato inescapável é que os tempos são outros. A cultura (em qualquer acepção contemporânea que a tomemos) não mais coincide com a utopia de emancipação ou formação humanística que outrora possuía. Sua presença fugaz como produto industrial é desprovida de questionamentos sobre a estrutura social: “la cultura está definida como un entretenimiento, como una distracción y por el consumo. (...) Encontramos una serie de categorías que se desarrollan en una cultura mediática cuyas características son: lenguaje simple, carácter no reflexivo, fijación a un modelo publicitario de mensaje, mensaje rápido, eficacia, carácter masivo, comercial – el poder ligado a todo ello”.²⁶⁰

²⁵⁷ GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. Op. Cit. p. 26.

²⁵⁸ Idem. p. 25.

²⁵⁹ LORENZOTTI, Elizabeth de Souza. *Do Artístico ao Jornalístico: Vida e Morte de um Suplemento Literário de O Estado de S.Paulo (1956 a 1974)*. Dissertação de Mestrado, ECA/USP, São Paulo, 2002. p. 91.

²⁶⁰ BELLO LEÓN, Jaime; GONDELLA, Ana; QUIARO, María E. Op. Cit. (*Opinión sobre el periodismo cultural. Encuentro con Eduardo Subirats*). p. 157.

Novamente, deparamo-nos com as implicações político-ideológicas destas transformações. De tal modo que, em 1994, no seminário “A Imprensa em Questão”, promovido em Campinas pelo Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor), da Unicamp, José Marques de Melo levanta o problema com uma pergunta propositiva: “Quais as conseqüências da transformação do jornalismo cultural em mero apêndice mercadológico do *show business*?”²⁶¹

Para tentarmos esboçar uma resposta à questão, é necessário recuperar a conjuntura que engendrou este modelo de jornalismo, híbrido de abordagem crítica aparente e promoção mercadológica velada, e seu modo de atuação. O que finalmente comprovamos é que os cadernos e suplementos se tornaram guias de consumo; e mais, que esse novo modelo foi *adotado na década de 80, baseado nos serviços, nos lançamentos, nas resenhas*. A pesquisadora Elizabeth de Souza Lorenzotti, que desenvolveu dissertação sobre o *Suplemento Literário* do jornal *O Estado de S. Paulo*, aponta para a mudança do perfil do jornalista tanto quanto ao despreparo intelectual como frente ao impacto da tecnologia: sem a colaboração continuada de intelectuais com vasta bagagem humanística, “são raras as críticas como consciência de uma obra”, afirma ela; o resultado é um jornalismo “exercido por profissionais de imprensa com pouco preparo, porque o que se exige para determinar um bom jornalista hoje é domínio do equipamento e das tarefas exigidas em tempo hábil”.²⁶²

Como se vê, diversos autores e estudos são unânimes em afirmar que o jornalismo cultural brasileiro, reproduzindo processos mais amplos, entrou em um processo de *esvaziamento*²⁶³ a partir da redemocratização nos anos 80, seja pela migração de intelectuais para outras áreas como pela individualização crescente (no mau sentido) de viés pós-moderno que desde então pauta a atividade das novas gerações de jornalistas e como que desobriga o profissional da reflexão crítica pertinente: “el concepto de cultura que manejan los periódicos se acerca mucho al entretenimiento, a lo espectacular, que rechaza todo lo intenso por un problema puramente comercial y por lo tanto, limita la entrada a una discusión intensa sobre los problemas del mundo contemporáneo y elimina todas las situaciones incómodas”.²⁶⁴

²⁶¹ MELO, José Marques de Et Al. *A Imprensa em Questão*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

²⁶² LORENZOTTI, Elizabeth de Souza. Op. Cit. p. 90-91.

²⁶³ KUCINSKI, Bernardo. Apud: LESBAUPIN, Ivo. (Org.). *O Desmonte da Nação*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999. p. 191.

²⁶⁴ BELLO LEÓN, Jaime; GONDELLA, Ana; QUIARO, María E. Op. Cit. (*Opinión sobre el periodismo cultural. Encuentro con Eduardo Subirats*). p. 158.

À distância do tempo, podemos avaliar com maior precisão este processo de embotamento contínuo da atividade ocorrido com a emergência da cultura de consumo nos anos 80, como sugere a análise histórica realizada por Daniel Piza:

“Alguém poderia atribuir a ausência de teor literário nos jornais de hoje ao processo de modernização da linguagem jornalística promovido no Brasil desde os anos 60. O jornalismo nacional até então era retórico, verborrágico, personalista (...) inspirados na escola americana, os reformadores dos jornais nos anos 60 começaram a exigir uma abordagem mais objetiva, menos participante, concentrada em contar histórias sem editorializá-las. Até aí, ótimo. Mas nos anos 80 veio uma nova onda de ‘modernização’, que nos anos 90 consolidaria uma triste realidade: textos relatoriais, burocráticos, com pobreza de palavras e recursos, tanto mais tendenciosos quanto mais se pretendem ‘neutros’.”²⁶⁵

A conflituosa relação entre arte, mercado e jornalismo está no cerne destas diferenças entre o jornalismo anterior aos anos 80 e o jornalismo dos dias atuais, que “tenta aliar o interesse do leitor, do jornal e do mercado, tudo em um mesmo produto, deixando de ser prioridade a criação cultural, ou seja, a interferência do jornal na cultura de maneira mais direta”.²⁶⁶

Revelando detalhes, Piza explica o procedimento típico deste modelo. Para ele, os cadernos diários estão superficiais e tendem a *sobrevalorizar as celebridades*, sob qualquer argumento, a *restringir a opinião fundamentada*, escondendo as críticas na página, a *destacar demasiadamente o colunismo*, cada vez mais praticado por “personalidades”, a *reservar amplo espaço para falsas reportagens*, que na verdade não passam de divulgação de eventos, e a *cobrir preferencialmente os campeões do entretenimento*, como o cinema americano, a televisão brasileira e a música *pop*, que dominam as tabelas de consumo cultural.²⁶⁷

O crítico Décio de Almeida Prado foi outro a destacar que o próprio espaço de debates nos jornais ficou menor. “Quase não há lugar para a crítica de espetáculos, dando-se preferência a um relato informativo, falando da estréia que vai ocorrer. A crítica, como consciência de uma obra está perdendo espaço”.²⁶⁸ As análises apontam para um mesmo momento, quando os jornais passaram a tratar da cultura como um mercado, dedicando-se à divulgação dos lançamentos de produtos, resultando em um

²⁶⁵ PIZA, Daniel. *Jornalismo e Literatura: Dois Gêneros Separados pela Mesma Língua*. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex. (Org.). *Jornalismo e Literatura: a Sedução da Palavra*. São Paulo: Escrituras Editora, 2002. p. 135.

²⁶⁶ SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 73.

²⁶⁷ PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural* Op. Cit. p. 53.

²⁶⁸ Cf. LORENZOTTI, Elizabeth de Souza. Op. Cit.

modelo no qual o “espírito crítico não é mais visto como uma virtude na maioria das redações”.²⁶⁹ Por isso, o esforço maior está, justamente, na tentativa de se tentar compreender os processos que resultaram no intenso desenvolvimento do jornalismo brasileiro no período entre 1950 e 1985 e, nos termos de Gentilli, os “motivos que fizeram com que no período entre 1979 e 1985 a imprensa brasileira enfrentasse uma verdadeira inflexão, tornando-se superficial, irresponsável, pouco capaz de se tornar uma efetiva fonte de informação para o exercício da cidadania”.²⁷⁰

Na área cultural, como vimos, este processo coincidiu com a internacionalização massiva do noticiário e com o apogeu da “mídia de massa”. O momento marca a entrada paulatina dos grandes grupos de mídia internacionais (ainda hoje em fase de consolidação), que “desestrutura a cultura nacional pelo aporte de produtos massificados, produzidos com o fim único de conquistar índices de audiência”.²⁷¹

A mercantilização da cultura e o novo cenário dos jornais-empresa resultaram no esvaziamento da crítica, sepultando as experiências de transformação e emancipação coletiva realizadas pela imprensa alternativa durante os anos de ditadura militar e antes.²⁷² Foi quando se passou a *associar ao jornalismo de resistência e de qualidade o atributo de ultrapassado*, como se apenas a tecnologia pudesse engendrar o novo.²⁷³

Junto à crescente presença dos *press-releases* das assessorias de imprensa, que pautam os suplementos e cadernos de jornalismo cultural, com grande rapidez se espalhou a idéia de que a crítica não tem tanta importância como a resenha, que serve muito mais à publicidade que à cultura.²⁷⁴ Esta é a visão dos novos tempos, cujos defensores confiam nas contingências da sociedade de massas, que prescinde de cultura, mas não de entretenimento cultural, que consome como a quaisquer bens.²⁷⁵

Em suma, esta nova configuração colocou o jornalista à mercê das corporações, metamorfoseando a análise crítica da cultura em um *serviço* de promoção mercantil e legitimação hegemônica do capitalismo pós-industrial, cujas principais fontes se tornaram os *releases* da indústria do entretenimento e a casta intocável de produtores

²⁶⁹ AUGUSTO, Sérgio. Resistir à mesmice. Op. Cit. p. 55.

²⁷⁰ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 18.

²⁷¹ BORIN, Jair. Capital Estrangeiro na Mídia Brasileira. *Universidade e Sociedade* – Revista do Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior, Brasília, nº 27, 2000. p. 09.

²⁷² “É sintomático percebermos que é nos anos 70 que o instrumental gramsciano se populariza como suporte para as análises sobre a cultura no Brasil. Suas idéias sobre guerra de posições, mas sobretudo sua concepção do Estado como campo de luta ideológica, permitiam aos intelectuais se autoconceberem como agentes políticos no embate contra o autoritarismo”. ORTIZ, Renato. Op. Cit. p. 16.

²⁷³ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 36.

²⁷⁴ LORENZOTTI, Elizabeth de Souza. Op. Cit. p. 92.

²⁷⁵ Idem. p. 96.

consolidados.²⁷⁶ No novo modelo, trata-se a informação como mercadoria a promover, cabendo ao profissional reportá-la mecanicamente, como serviço, agenda ou lista de atrações.²⁷⁷ De modo mais polêmico, algumas visões afirmam que os suplementos culturais de hoje representam uma *usurpação da cultura pela classe jornalística*.²⁷⁸

O advento da informática e da microeletrônica, a crise do papel, a popularização da TV entre outros fatores²⁷⁹ contribuíram para o declínio relativo da imprensa escrita, que se fez sentir cada vez mais, sobretudo a partir dos anos 80. Com a informatização das redações no decorrer dos anos 80 e 90 se verá uma significativa mudança nos processos jornalísticos no Brasil.²⁸⁰ As esparsas publicações e o incipiente jornalismo cultural brasileiro pós-ditadura não sobreviveram a estes novos vetores, praticamente se extinguindo no meio impresso ou se diluindo em cadernos híbridos de cultura de consumo (crítica midiática superficial) e debate acadêmico (crítica intelectual cifrada).²⁸¹ Com a industrialização e o surgimento da sociedade de massas, predominam as chamadas leis do mercado, que a tudo regula e a tudo quantifica: a partir dos anos 70, resslta Lorenzotti, “novas concepções de produção industrial começam a ser impostas aos jornais, com novos prazos de fechamento, aspectos quantitativos sobrepostos aos qualitativos, do setor industrial à redação”.²⁸² Era, enfim, o prenúncio da informatização, que marcaria definitivamente a era tecnológica no jornalismo.

Como vimos, esta *era jornalística* praticamente também inaugura um novo profissional, moldado mais pela capacidade de manipulação das novas ferramentas e do prazo de fechamento que propriamente por sua capacidade crítica e intelectual. Mas não sem custos à qualidade do trabalho e ao equilíbrio emocional dos próprios jornalistas. A nova revolução industrial submeteu os jornalistas a jornadas cruéis, com os prazos de fechamento acelerando o ritmo de trabalho, mas nem por isso cumprindo as metas sem sacrifícios. Novamente Lorenzotti descreve o processo: “de um lado, dos jornalistas sobrecarregados de tensões, de outro, do produto que chega aos leitores, de qualidade inferior desde a apuração à qualidade de texto. Por irônico que possa parecer, a

²⁷⁶ “La lógica del sistema de la producción de la información en el mundo occidental nos lleva a establecer como resultado del mismo, un discurso homogéneo, si bien es posible que cada medio, de acuerdo con su política editorial, dé una visión diferenciada de los asuntos, aunque los asuntos que tratan los distintos medios son prácticamente los mismos, con lo que se consigue crear esta imagen de realidad única que transmiten los mass media”. ALSINA, Miquel Rodrigo. Op. Cit. p. 43.

²⁷⁷ Cf. COELHO, Marcelo. In: NESTROVSKI, *Um País...* Op. Cit.

²⁷⁸ CARVALHO, Olavo de. Quatro perguntas sobre jornalismo cultural. *Olavo de Carvalho Org.*, Rio de Janeiro, [s/d]. Acesso em 13 fev. 2004. Disponível em: <<http://www.olavodecarvalho.org/textos/4perguntas.htm>>.

²⁷⁹ Cf. KUCINSKI, Bernardo. Op. Cit.

²⁸⁰ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 32.

²⁸¹ Cf. SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit.

²⁸² LORENZOTTI, Elizabeth de Souza. Op. Cit. p. 88.

agilidade e a rapidez proporcionadas pela informatização, em vez de facilitar os processos de fechamento, transformou-os em momentos infernais de tensão diária”.²⁸³

Neste momento de autonomização de esferas artísticas e do surgimento de um pólo de produção orientado para a mercantilização da cultura,²⁸⁴ a linguagem comum e as concepções de valor também desapareceram. “A ideologia do jornalismo cultural se tornou eclética e relativista, para não dizer errática”,²⁸⁵ avalia o *publisher* de uma das maiores empresas de comunicação do país. Em termos técnicos, a história registra que os “jornais se cadernizaram e as matérias se blocaram. O jornalismo deixou de ser ágil e pulsante, isto é, inteligente, para se tornar uma atividade burocrática, mero cumprimento de normas, regras e procedimentos sistematizados”.²⁸⁶ Mesmo com toda a imprecisão sobre os conceitos de jornalismo cultural,²⁸⁷ observa-se que a comunicação se integrou às empresas e o que era reflexão se tornou um (des)serviço público. A lógica do mercado inunda a sociedade de informação, abafando o espaço de emersão espontânea das manifestações potenciais.

“Uma das muitas concepções de cultura postula que a sua nascente se alimenta justamente do novo, do marginal, do desimportante e –nas palavras de teóricos da cultura dos anos 80, da União Soviética, das Escolas de Moscou– a cultura se alimenta da não-cultura. O jornalismo cultural ao adotar o monoteísmo cult, no sentido religioso da palavra, se alimenta daquilo que ele próprio produz (...) e, portanto, presta um desserviço para a diversidade.”²⁸⁸

Pode-se supor que a cobertura jornalística seja responsável por parte significativa da vitalidade ou inércia anunciadas nos processos culturais dos povos. Ou, ao menos, enquanto parte integrante da televisão, que ocupa papel central na *sociedade imaginada*, conforme conceito de Benedict Anderson (1983). Assim, se os laços sociais se despedaçam a olhos vistos em nossa época, cabe aos agentes do jornalismo o questionamento inadiável de suas responsabilidades nesta falta de rumo ético/estético que presenciamos, por força da fixação nos valores desumanizadores do pós-industrialismo como a concorrência desenfreada e o interesse imediatista. Neste mecanismo de *conquista do mercado pela adulação ao consumidor*, o público leitor já

²⁸³ Idem. p. 95.

²⁸⁴ ORTIZ, Renato. Op. Cit. p. 18.

²⁸⁵ FRIAS FILHO, Octavio. Foram-se os Festivais. *Bravo!*, São Paulo, Editora D'Ávila, ano 3, nº 37, 2000. p. 16. Ensaio.

²⁸⁶ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 33.

²⁸⁷ SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 19.

²⁸⁸ BAITELLO JUNIOR, Norval. Apud: SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 47.

não possui meios de compreensão e filtragem dos acontecimentos, submerso que está em um vertiginoso processo de transmissão e consumo de informações, no qual o sentido é superficializado a ponto de passar despercebido.²⁸⁹ Conforme descreve o historiador Nicolau Sevcenko, no novo contexto as imagens são mais importantes do que os conteúdos, os recursos tecnológicos predominam sobre o contato e, em detrimento de disposições de colaboração ou sentimentos de solidariedade, as pessoas são estimuladas a concorrer com agressividade. “É um mundo sem dúvida vistoso, mas não bonito; intenso, mas não agradável; potencializado por novas energias e recursos, mas cada vez mais carente de laços afetivos e coesão social”, conclui Sevcenko.²⁹⁰

Aliás, como também destaca Octavio Paz,²⁹¹ no melhor dos mundos, “a idéia de sociedade como um sistema de comunicação deveria modificar-se, introduzindo as noções de diversidade e contradição: cada sociedade é um conjunto de sistemas que conversam e polemizam entre si”. O *pensamento único* gerado pelas políticas neoliberais foi uma das estacas que enterraram não apenas a pluralidade do discurso, como principalmente as iniciativas concretas de abordagem crítica.

No Brasil, conta-se nos dedos de uma mão o número de publicações culturais especializadas (ou mesmo cadernos e suplementos) que atravessaram incólumes as duas últimas décadas do século XX. Segundo Marques de Melo, o abastecimento de informações nas matrizes externas dispensa as mediações nacionais e inviabiliza cadernos e suplementos nos jornais e revistas brasileiros. O fim da polarização entre cultura burguesa e cultura popular-nacional²⁹² também deixou um vácuo em que todas as possibilidades apontam apenas para um objetivo: o lucro *e o domínio da empresa sobre o jornal*. Mas, voltando a Goldenstein, podemos verificar como tendências “a ênfase crescente (em graus diversos segundo cada jornal) sobre temas ligados ao lazer, aos *faits-divers*, aos *potins* do mundo das celebridades, à violência; a utilização farta de fotos e de uma linguagem mais acessível, distanciada da literatura”.²⁹³

É neste ponto que o jornal-empresa se despe de todo e qualquer compromisso que, ao menos no modelo norte-americano no qual se baseia, o legitimava perante o público: a capacidade de vigilância do poder e de crítica pertinente das manifestações humanas coletivas. A lógica do lucro não é exatamente um ideal iluminista. A *cultura*

²⁸⁹ SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *O Adiantado da Hora: a Influência Americana Sobre o Jornalismo Brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991. p. 32-33.

²⁹⁰ SEVCENKO, Nicolau. *A Corrida para o Século XXI*. Op. Cit. p. 89.

²⁹¹ Cf. PAZ, Octávio. Apud: ALSINA, Miquel Rodrigo. Op. Cit.

²⁹² Cf. ORTIZ, Renato. Op. Cit.

²⁹³ GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. Op. Cit. p. 29.

do mercado ganha espaço, visando exclusivamente o aumento do público-leitor do jornal e das suas faixas publicitárias. O ideal iluminista dos jornais do início do século “dá lugar à filosofia do jornal-empresa que, como qualquer outro produtor cultural também vai estar à procura do lucro”.²⁹⁴

Com o suporte teórico, comprova-se a percepção inicial, de que foram “exatamente nestas ‘décadas perdidas’ (anos 80 e 90) que a imprensa involui, ou transformou-se numa empresa essencialmente mercadológica”.²⁹⁵ De fato, este modelo de *jornalismo de serviço* parece ter sido adotado sem maiores problemas pelos jornais de grande circulação brasileiros, que privilegiaram definitivamente o atendimento a uma crescente classe média consumidora de bens simbólicos e serviços e abandonou de vez a “utopia” de emancipação e formação do indivíduo pela cultura e pela informação. Todas as áreas, *indústria, comércio e cultura*, convergem para um único ponto.

“Se tomarmos os jornais e revistas nos últimos 30 anos - veremos que abriram espaços para cadernos com programações culturais. Criaram, por exemplo, cadernos de turismo e de informática e têm tablóides ou amplas seções destinadas aos divertimentos, moda e gastronomia. Estas coisas (...) estão correlacionadas. Quem vai ao cinema ou teatro acaba comendo e bebendo alguma coisa, comprando algum livro, caso haja uma livraria por perto. Neste sentido, os jornais aperfeiçoaram o que chamam de ‘serviço’ atendendo o público, ao mesmo tempo em que ampliam seus lucros. Indústria, comércio e cultura, portanto, conjugados.”²⁹⁶

Se o modelo hegemônico de jornalismo cultural no Brasil é publicar *sobretudo um caderno de serviço que explora seletivamente os produtos culturais que seu leitor pode consumir*,²⁹⁷ observamos a consolidação de um novo padrão de profissionalidade política que rompe radicalmente com o modelo precedente e onde o jornalismo, suas funções e seu papel, já são então compreendidos de outra forma e adquirem outras qualidades.²⁹⁸

Entretanto, Marques de Melo não vê este novo padrão como superficial ou acrítico, mas como resultado do próprio desenvolvimento do mercado e da sociedade. Salienta que esse período corresponde à deselitização da imprensa diária, *na sua tentativa de conquistar maior fatia de leitores*. De acordo com sua análise, como “a grande massa do nosso público leitor tem escolaridade mediana, os conteúdos

²⁹⁴ SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 45.

²⁹⁵ GENTILLI, Victor. Op. Cit. p. 35.

²⁹⁶ Cf. SANT'ANNA, Affonso Romano de. Op. Cit.

²⁹⁷ SILVA, Wilsa Carla Freire da. Op. Cit. p. 78.

²⁹⁸ Idem. p. 32.

produzidos se aproximaram bem mais dos bens simbólicos massificados e estereotipados”. E, por último, refutando uma de nossas principais hipóteses, o fenômeno não pode ser caracterizado pela *superficialidade* ou pela *perda de criticidade*, mas por uma “rotação mercadológica destinada a corresponder às necessidades culturais daqueles contingentes que não possuem educação superior”.²⁹⁹

Veremos agora o pano de fundo destas transformações.

Cultura como moda: o apogeu do jornalismo pop nos anos 80

País em movimento – Em 1990, a população brasileira girava em torno de 146,1 milhões de habitantes (triplicou em relação aos 51,9 milhões em 1950) e era distribuída uniformemente entre os sexos, com os *brancos* constituindo a maioria (54,2%), seguida por *mulatos* (38,8%), *negros* (6,0%), *amarelos* (0,6%) e *indefinidos* (0,4%). Essencialmente jovem, sendo que 49,6% tinham menos de vinte anos, a população viu crescer o índice de envelhecimento, que era de 6,4% em 1960 e passou para 10,5% em 1980. Apesar da taxa de crescimento da população permanecer elevada, 2,3% em 1980, a taxa de fecundidade teve uma redução drástica, passando de 6,3 filhos em 1940 para 3,3 em 1980, em um fenômeno geral no país (Cf. Fausto, 1994).

Enquanto a expectativa de vida saltou de 45,9 anos em 1950 para 60 anos em 1980, em todas as regiões a mortalidade infantil (número de óbitos em cada 1 mil crianças até um ano de vida) caiu em média de 130 em 1950 para 86 em 1980. Em relação à taxa de alfabetização, houve um significativo avanço: entre 1950 e 1987, o índice de analfabetos reduziu de 53,9% para 25,8% entre os homens e de 60,6% para 26,0% entre as mulheres no período. Da população em idade escolar em 1949 (23,8 milhões entre cinco e 24 anos), havia 33,6% (8 milhões) matriculados em escolas. Em 1987, esse índice passou para 47% (34,4 milhões) do total (Cf. Fausto, 1994).

Considerando-se como cidades aglomerações com 20 mil ou mais habitantes, em 1980 a maioria da população (51,5%) passara a ser urbana, número muito superior aos 16% que viviam em cidades em 1940. Em 1980, eram nove as cidades brasileiras com mais de 1 milhão de habitantes, passando para onze em 1990. Dentre os motivos de urbanização rápida, estão principalmente o crescimento do setor industrial e de serviços, a partir dos anos 50. Mas, para Boris Fausto, também houve outros motivos, como “a expulsão de posseiros, a tendência à mecanização e a mudança de atividades rurais, com

²⁹⁹ Cf. MARQUES DE MELO, José. Cultura, jornalismo e o mercado em rotação. Op. Cit.

menor absorção de mão-de-obra, empurraram a população do campo para as cidades” (Fausto, 1994:535). Na visão do historiador, a década de 80 é caracterizada economicamente pela *sexta fase de desenvolvimento* (estendendo-se de 1981 até fins de 1992), com características fortemente recessivas, quando o *conjunto de brasileiros se tornou mais pobre* devido às elevadas quedas no rendimento médio dos assalariados.

Não obstante as crises e impasses do período, a distribuição de renda continuou sendo um dos mais graves problemas do país. Em 1989, o PIB brasileiro era de 319,15 bilhões de dólares, o que possibilitava uma renda *per capita* (divisão entre a renda total e o número de habitantes do país) de 2.540 dólares. Tal patamar colocava o país entre os de *renda média superior*, de acordo com os critérios do Banco Mundial. Pois em 1983, os 50% mais pobres da população receberam apenas 13,6% da renda total do país, ao passo que os 10% mais ricos ficaram com 46,2% da renda. A diferença só aumentou com o tempo, intensificando o conflito social com a irrupção da violência generalizada (Cf. Fausto, 1994).

Em relação ao sexo e à cor, a histórica desigualdade também se manteve na década de 80. Na população economicamente ativa, os homens correspondiam em 1970 a 71,9%, enquanto as mulheres eram 18,2%. Em 1985, os homens eram 76% e as mulheres 36,8%. Mesmo com o crescimento de participação das mulheres, seus rendimentos *tendem* a ser sempre menores (Fausto, 1994), como acontece aparentemente também com os negros, sobre os quais não temos dados específicos. O decênio acabaria conhecido como a “década perdida”.

“Apesar do impressionante avanço industrial no curso de três décadas, a longa recessão da indústria e da economia como um todo, a partir dos anos 80, deu lugar mais a interrogações e ao pessimismo do que ao otimismo do passado. O quadro recessivo resultou, entre outros fatores, da conjuntura internacional, da crise do Estado e das políticas governamentais, aliás fracassadas, com o objetivo de combater a inflação.” (Fausto, 1994:543)

Foi neste cenário que, como apontado anteriormente, ocorreram as principais transformações da década de 80 que levaram ao surgimento de um novo modelo de jornalismo cultural. O período, marcado por um modismo cosmopolita auto-referencial e pela “*fashion culture*”, assistiu à rejeição do folclore e do nacionalismo nas páginas dos cadernos culturais. Em uma imagem caricata, os “yuppies tropicais”, seus baluartes, eram profissionais que trajavam preto e desfilavam como estrelas *pop*, reverenciando o *cult* e a estética *clean* (Coelho In Nestrovski, 2004).

Em seu “isolamento relativo”, o país presenciou o reforço dos valores de imitação cultural dominantes desde a *Belle Époque*, conforme recente estudo que investiga o estabelecimento no país de “um padrão de comportamento e de consumo ‘pós-modernos’ alicerçados pelo poder do jornalismo cultural” (Cf. Prysthon, 2002). Neste painel, a cultura engajada dos anos 70 e 80 foi substituída “pela adesão ao mercado e pela constante cópia dos modelos do Primeiro Mundo”. Assim, a referência de comportamento deixou de ser a Europa e passou a ser os Estados Unidos, um antigo alvo de contestação das gerações que viveram sob a ditadura, emergindo na década de 80 como o modelo principal da classe média letrada brasileira (Cf. Prysthon, 2002). Em última análise, a concepção empresarial que desde então prevaleceu baseou-se na *absorção mainstream da contracultura norte-americana*.

Na política, o país presenciava uma das maiores manifestações populares jamais ocorridas: a campanha das “Diretas Já”. Após a transição iniciada pelo regime, “lenta, segura e gradual” e sem grandes abalos sociais, a campanha se tornou uma rara unanimidade nacional orquestrada fora do controle das organizações partidárias; reuniu milhões de pessoas nas ruas de São Paulo e do Rio de Janeiro e, formalizada na Emenda Dante de Oliveira, não saiu vitoriosa da Câmara dos Deputados por uma margem de apenas 22 votos. Entretanto, nem o sistema eleitoral indireto, imposto pelo regime autoritário, conseguiria impedir que a *oposição* chegasse ao poder.

Enquanto isso, com o novo modelo mimético *yankee*, consolidava-se no país a cultura de massas –a indústria cultural brasileira cresceu como nunca no período, mesmo em relação a outros mercados– baseada nas referências *pop* norte-americanas, que de resto invadiram todo o planeta alterando mais uma vez a reflexão e os interesses sobre a produção artístico-cultural. A cultura, outrora alvo de projetos políticos, passa a se confundir com o mercado e abandona os temas tradicionais do pensamento nacional sobre “autenticidade” e “identidade”. Em termos teóricos, o país adentrava na *pós-modernidade*, conceito que ultrapassou os estilos artísticos e a filosofia para ser tornar verdadeira *moda cultural*, uma febre sem paralelo mesmo no país de origem do movimento, os EUA. Mais um *estilo* que uma *teoria*, o *pós-moderno* adentrou no cenário artístico brasileiro inicialmente pelas artes plásticas e pela arquitetura, para rapidamente ganhar inúmeras outras áreas e, final e inevitavelmente, impor-se socialmente ao atingir o “jargão do jornalismo cultural”. O pós-moderno, escreve Prysthon, mais do que um conceito teórico, torna-se um “adjetivo ‘curinga’ prestando-

se a qualquer definição desejada”.³⁰⁰ Assim, o pós-moderno configura-se como uma “espécie de ‘epidemia cultural’ dos principais centros urbanos brasileiros a partir dos anos 80”, atingindo em cheio todas as instituições e, rapidamente, todos os suplementos e cadernos culturais dos principais jornais do país (Cf. Prysthon, 2002).

Paralelo ideológico dos rumos tomados pela economia e pela política, o pós-moderno se tornou “o nexos discursivo ideal para a tentativa de neoliberalismo” no país, que afinal se consolidaria alguns anos depois, sob Collor e depois FHC, caracterizado pelo “livre consumo”, pela “cultura como moda” e pelo “descompromisso político e social” (Cf. Prysthon, 2002). Como campo de ação das classes médias urbanas em ascensão, a cultura que então se instalava no país voltava as costas para questões como *identidade nacional* e *desnível de classes*, ao passo que almejava a modernização tecnológica e a urbanidade. A realidade concreta, entretanto, como sempre era muito diferente:

“A desigualdade de oportunidades, a ausência de instituições do Estado confiáveis e abertas aos cidadãos, a corrupção, o clientelismo são males arraigados no Brasil. Certamente, esses males não seriam curados da noite para o dia, mas poderiam começar a ser enfrentados no momento crucial da transição. (...) Desse modo, o fim do autoritarismo levou o país mais a uma ‘situação democrática’ do que a um regime democrático consolidado.” (Fausto, 1994:527)

A economia – Olhemos então para alguns detalhes político-econômicos do momento no qual o país absorveu a seu modo a *cultura pós-moderna norte-americana*. A partir do meio da década, com reservas crescentes desde 1984 o país vive um “quadro econômico (...) menos grave do que nos anos anteriores”. Resultado do impulso das exportações e da queda de importações, o saldo da balança comercial superou os 13 bilhões de dólares, possibilitando a retomada do crescimento e do pagamento dos juros das dívidas interna e externa. No plano micro-econômico, entretanto, a escalada da inflação atingiu 235,5% em 1985, o que levou o governo a adotar uma receita recessiva “ortodoxa”: para não depender da arrecadação, de empréstimos de curto prazo e da emissão de papel-moeda, mirou nos gastos públicos e determinou um “corte geral de 10% do orçamento da União” (Cf. Fausto, 2004), além do congelamento de contratos e empréstimos.

³⁰⁰ PRYSTHON, Ângela. *Cosmopolitismos Periféricos: Ensaios sobre Modernidade, Pós-Modernidade e Estudos Culturais na América Latina*. Recife: Bagaço, 2002. p. 106.

Segundo Boris Fausto (2004), esta política de austeridade durou pouco. Pressionado pela hiperinflação e pela inflação inercial o governo optou por uma “terapia de choque, que acabaria com a correção monetária e estabeleceria uma moeda forte”. Dessa forma, no início de 1986, via cadeia nacional de rádio e televisão o então presidente Sarney anunciou ao país, conclamando “as brasileiras e os brasileiros”, o lançamento do “Plano Cruzado”. Entre as medidas, a nova moeda, o Cruzado, substituiria o combalido Cruzeiro “na proporção de 1 000 por 1”, a indexação seria abolida, os preços e a taxa de câmbio congelados por prazo indeterminado e os aluguéis, por um ano (Cf. Fausto, 2004).

Lançado em um momento de expansão das atividades econômicas, com o Plano Cruzado as esperanças se reacenderam e um “otimismo ilimitado se instalou no país”. O congelamento de preços teve grande impacto público, como demonstram os “fiscais de Sarney”, uma “vigilância comovente, mas inútil”, e a “ocupação de supermercados em nome do povo” (Cf. Fausto, 2004). Após o primeiro impacto, perceptível no aumento considerável do consumo de bens em todos os setores, começaram os problemas, como o surgimento do ágio. Para refrear o consumo e incentivar investimentos, em julho de 1986 veio o pacote de medidas do “cruzadinho”, que atingiu principalmente a classe média. Com a moeda fortalecida (artificialmente), também o desequilíbrio das contas externas tornou-se um problema, provocado pelo crescimento das importações e pela diminuição de entrada de capital estrangeiro. Quando chegaram as eleições daquele ano, o plano já estava fracassado, mas ainda era encenada a farsa para o público com ações como o confisco de bois, que rivalizavam com os saques no noticiário jornalístico.

De fato, pondera Fausto, logo após as eleições a inflação explodiu, o país declarou moratória “unilateralmente e por tempo indeterminado”. Veio então a decepção, amargamente reafirmada por malogradas tentativas de controle, como seriam o “plano Bresser” e o “plano Verão”. Sem controle da inflação, a crise econômica se aprofunda. Em 1988, enquanto nas cidades e no campo a violência explode, é promulgada a Constituição. No ano seguinte, Fernando Collor torna-se o primeiro presidente eleito pelo voto direto desde 1960. Em 1990, Collor lança mais um revolucionário plano econômico de combate à inflação, cria uma nova moeda e congela depósitos por dezoito meses. Esta política reformista, recessiva e neoliberal, unida à descoberta de um forte esquema de corrupção nos bastidores do governo, levou ao *impeachment* do primeiro presidente civil eleito pelo povo em várias décadas.

Em linhas gerais, era esta a situação econômica do Brasil no momento de *debuté planetário da globalização neoliberal*. Sua rememoração, inevitável, ilumina os acontecimentos que mais nos interessam. Retornemos aos aspectos culturais e comportamentais da época.

O jornalismo pop – No campo cultural, conseqüentemente, o pós-moderno representou esta transição para a globalização, que transformaria não apenas as instâncias da produção material, como também seu reflexo na sociedade. Se nos anos 60 o internacionalismo trazia as marcas dos *ideais libertários*, nos anos 80 este movimento se dá “totalmente condicionado pelo desenvolvimento da indústria cultural”, seguindo o padrão norte-americano que distingue claramente cultura de massas, cultura popular e cultura de elite (Cf. Prysthon, 2002). A economia se tornam então a única esfera de ação social e de expressão humana, codificada na obsessão pelo “estilo” (*Figura 28 do Anexo 9*). Paralelamente, o mercado se torna o mais importante o elemento dessa *equação cultural*, onde tudo é passível de comercialização, desde, como escreve Prysthon, “objetos materiais a olhares, idéias e imagens”.³⁰¹

Na combinação destes fatores é que finalmente surge a *cultura pop brasileira*. Como o jornalismo atuou na implantação de mais esse capítulo de nossa história cultural constitui uma questão pertinente e estimulante a se levantar. De início, a definição deste conceito, *cultura pop brasileira*, conforme formulada na academia por Ângela Prysthon (2002), abrange a cultura massificada, a reciclagem cultural, a maior acessibilidade das classes médias à cultura de elite e o “domínio simultâneo da cultura de massas e da cultura de elite”. Norteada pela idéia de *cultura como moda*, a efervescência do período leva à criação de uma enorme variedade de bens materiais e simbólicos, todos amparados nos modismos, na “lógica do *slogan*, da publicidade, da efemeridade dos produtos e estilos”. O mercado se centra nos “jovens da classe média letrada dos grandes centros urbanos”, principalmente da região sudeste do país, e –para nós o ponto central– a palavra impressa se torna uma fonte de afirmação da nova conjuntura de poderosa influência (Cf. Prysthon, 2002).

“Através dela [da imprensa] são repassados os outros itens do bazar cultural dos anos 80 (...) em detrimento de outras esferas (...). A metalinguagem é fundamental para que essa cultura estabeleça-se como moda. É através do discurso sobre a cultura *pop*, através de uma constante autodefinição

³⁰¹ Idem.

do sistema que o mercado cultural consegue vender seus produtos. O jornalismo cultural, a editoração e o discurso acadêmico exercem papéis centrais no sistema da cultura *pop* brasileira dos anos 80: o de renovadores das modas e estilos, o da autoconsciência como indústria e o de reveladores dos processos que regem a produção e o consumo dos objetos culturais.”³⁰²

Alguns aspectos que perpassam nosso tema são assim esclarecidos pela perspectiva histórica. Observamos como a imprensa cultural brasileira passa por profundas transformações durante a década de 80. Da tradição letrada, intelectual e acadêmica que predominava desde os suplementos dos anos 50 passou-se para um “espaço publicitário intensamente rentável e agitado” (Prysthon, 2002:108). Nos cadernos –os *caderninhos pós* da imprensa diária– que são o foco do presente estudo, “encontra-se a síntese de um projeto jornalístico que realiza claramente a transição para esta cultura *pop*”. Como um agente duplo e lançando mão de rótulos como “pós”, “neo” e “pré”, os cadernos expandiram seu poder a ponto de atuar no “universo cultural como partícipe”, definindo o perfil do consumidor e mesmo do produtor e se tornando um “narrador e militante”.

Na vanguarda deste processo estão os cadernos com os quais aqui nos ocupamos, que influenciaram decisivamente toda a imprensa e foram mesmo copiados por jornais menores, notadamente em seus projetos gráficos e no *estilo*: “Não se pode negar”, pondera Prysthon, “que a Folha de São Paulo foi a vanguarda jornalística brasileira dos 80. Até o seu rival mais direto, o Estado de São Paulo, teve a influência da Ilustrada, no lançamento do seu caderno de variedade, o Caderno 2 (...). O jornalismo cultural brasileiro realmente ganhou uma nova face a partir da Ilustrada” (Prysthon, 2002:108-109).

O *estilo* do novo jornalismo que o caderno *Ilustrada* irradiou para toda a esfera jornalística –e que era uma “busca estética da diferença e do inédito camuflando a continuação do mesmo”– concentrava-se em uma linguagem de contorno pretensamente jovem, pós-moderno e *high tech* (Cf. Coelho In Nestrovski, 2004), que se incrustaria paradoxalmente na crítica cultural introduzindo na mensagem maior coloquialização e maior sofisticação, efeito conseguido com o uso de códigos cifrados. Sob a necessidade permanente de *inventar* tendências, para ter o que publicar no dia seguinte, os cadernos pós-modernos de cultura da *Folha* e seus imitadores estabeleceram um padrão para uma nova concepção de jornalismo cultural no Brasil. A se crer nas afirmações de Prysthon

³⁰² Idem. p. 107-108.

(2002), nossa principal hipótese investigativa –o surgimento de um novo modelo– torna-se, enfim, documentada e comprovada.

As principais características da atuação dos cadernos de jornalismo cultural na “solidificação da cultura *pop* brasileira” –e aqui ressoam as *reclamações* do Capítulo 2– estão na linguagem juvenil (na forma e no objeto), na oposição *in-out* (dentro-fora de moda) como método valorativo, na “enumeração esquemática de modas culturais”, no “receituário de pós-modernidade e cosmopolitismo” e no “uso de imagens e figuras cult da classe média jovem”. De acordo com o testemunho de José Miguel Wisnik (Apud Prysthon, 2002), aliadas a essas propostas vinham a explicitação agressiva da concorrência, a inovação técnica, a legitimação universal pelo mercado e a avaliação da cultura como negócio, cálculo caracterizado pela “permeabilidade máxima com a moda, cenas de niilismo explícito e transgressões éticas e estéticas” (Cf. Prysthon, 2002).

A receita parece ter dado certo, pois não apenas as tiragens dos jornais aumentaram sensivelmente em circulação na época como os protagonistas viveram seus dias de guardiões da crítica e da moda, como *arautos da era pós-moderna*. Outros sintomas das transformações do mercado cultural na década de 80 são a constante remissão ao “esquema *in-out*”, a substituição veloz de uma moda por outra e a mudança constante no jargão (e mesmo no formato) do jornalismo cultural (Prysthon, 2002:111).

O plano Cruzado, mesmo que transitoriamente, propiciou um curto, mas intenso incremento de publicações e eventos no país, incluindo atrações internacionais. Assim, no vácuo dos cadernos surgiram diversas publicações especializadas, principalmente no segmento de revistas, que traziam uma *popcrítica*, ou seja, uma linguagem ainda mais codificada e marcada que a dos jornais diários onde a supremacia se firmava nos *clichês*, *chulices* e *coloquialismos* do jornalismo *pop* brasileiro. Na base cultural, prevaleceu o *império do efêmero*. Na esfera profissional, o modo de produção dos jornais passou por nova transição de geração e prioridades e os jornalistas-críticos, se ganharam projeção e ascensão sob o jornalismo *pop* autoral, também colheram novos e definitivos desafetos (Cf. Prysthon, 2002).

“Nos idos dos 80, que ainda tinha um exercício da crítica mais efetivo, os críticos começaram a ter uma ascendência dentro dos jornais. Com personalidade mesmo e começaram a criticar, no bom sentido, a condução do jornal. Muitas vezes o crítico sabia muito mais que o editor; [e] botavam lá um cara que ia ser o editor dele. [Tudo bem] Que o cara estava iniciando, que não era bobo... mas é necessário o respeito intelectual, e os críticos começaram a se sentir muito mal dentro dos jornais, e [as desavenças] mudaram

para o texto; *O editor botava um título na minha crítica que não era aquilo que eu queria dizer. Então, o desaparecimento do exercício da crítica também tem a ver com o modo de produção do jornal.*”³⁰³

Como vimos, nos anos 80, tanto o consumo cultural quanto a crítica cultural eram supostamente mais elitizados. Nos grupos, de acordo com o repórter e editor Jotabê Medeiros, foi um momento de euforia jornalística, em que “se apostou no modelo do *new journalism* americano”. Neste espelhamento sedimentou-se a figura do “jornalista *pop* nos cadernos culturais, um personagem ligado principalmente à crítica de *rock* e literatura popular”. Para os jovens que viviam os tempos da abertura, era como se vivessem *a era de ouro do jornalismo cultural*, livres para se expressarem e confiantes nas próprias ações.

Em retrospecto, a opinião que se tem daquele momento (pelo menos de alguns) é bastante positiva, pois, como hoje afirma um jornalista que estava no caderno nesta época, a “*‘Ilustrada’* dos anos 80 era de encher os olhos (e teve peso determinante no reposicionamento da *‘Folha de S.Paulo’* e na imagem de jornal moderno que ela construiu), assim como o ‘Caderno 2’ dos primórdios, abusadíssimo (graficamente, inclusive) e cheio de vitalidade”.³⁰⁴ Com o passar do tempo, tinha-se a impressão de que tudo eram rosas e que o céu era o limite.

Mas nem todos concordam. O repórter Jotabê Medeiros, por exemplo, discorda de que aquela foi uma *era de ouro do jornalismo cultural*. Ele, que viveu o período, avalia que a produção cultural era mais concentrada, “porque havia também uma concentração dos meios de produção”. O elitismo cultural da época também é citado, pois, como afirma Medeiros, apenas o jornalista privilegiado com a possibilidade de viajar ao exterior tinha acesso aos “novos movimentos estéticos e culturais”.³⁰⁵

Neste aspecto *elitista*, um capítulo esclarecedor é o perfil do jornalista cultural, particularmente do caderno *Ilustrada*, pivô central da experiência que “fez época” no jornalismo brasileiro com um estilo sofisticado e cosmopolita. Para o crítico Giron, ao se voltar os olhos para o período, emerge do veículo um certo ar *decadentista*. Contudo, destaca, era um período de certa efervescência cultural, no sentido de *libertação de um momento que o jornalismo tinha censura*; neste ambiente de intensa vitalidade cultural,

³⁰³ GARCIA, Maria Cecília. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 01 dez. 2004, Bienal/ABECOM/ECA. [Transcrição].

³⁰⁴ VALE, Israel do. Entrevista concedida a Marcelo Januário, São Paulo, 14 dez. 2004.

³⁰⁵ MEDEIROS, Jotabê. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 01 dez. 2004, Bienal/ABECOM/ECA. [Transcrição].

todos os jornalistas se acreditaram suficientemente capazes para o exercício reflexivo e crítico em relação às artes. Uma época proto-renascentista em que, ademais, os críticos –assumidamente pretensiosos– se sentiam eles próprios os artistas, como que *mordidos pela mosca azul das artes*, nos termos de Giron.

Efervescência cultural e afetação crítica andavam lado a lado.

“(...) todo mundo virou crítico, todo mundo queria virar crítico, e foi um momento rico, na minha opinião, para o jornalismo, pelo menos cultural. Porque crítica e jornalismo cultural é a mesma coisa. São sinônimos. Crítica de arte é um momento do jornalismo cultural, talvez o mais importante. A arte é o que nos leva, nos comove, nos faz trabalhar nisso. Somos *os amantes da arte*. (...) Os críticos eram *artistas*. A gente era um pouco pretensioso nesse sentido, de dar conta disso, de fazer A-R-T-E –às vezes como ‘arteiro’ e não como artista– nas páginas de jornal.”³⁰⁶

A *febre da crítica* não acompanhava aquilo que Alceu Amoroso Lima chamava de *arte da palavra*, e que seria o objetivo do jornalismo enquanto gênero humanista criador. Como as fontes indicam, “foi um momento de minoridade crítica, [de] fazer polêmica pela polêmica, [de] usar o jornal como um veículo de expressão de idéias, às vezes as idéias mais esfarrapadas possíveis”. O substrato intelectual talvez não correspondesse a auto-imagem –“crítico não tem como enganar: ou ele sabe, ou ele cai no ridículo logo”, observa Giron– ou o jornal não se mostrasse disposto a perpetuar a *ego trip* jornalística. O fato é que pouco durou o *fin-de-siècle* pós-moderno no jornalismo brasileiro e *onde antes havia a cortante censura política havia agora o gélido embargo econômico*. Rapidamente os ventos mudaram. E o aconteceu depois? “Depois todos nós fomos enxotados das redações”, recorda Giron. “Alguns sobreviventes ainda restam, mas todos nós fomos colocados para escanteio nessa história, em nome da (vamos dizer assim) *lógica do produto*. Logo a gente percebeu que a censura foi substituída pelo embargo, e que nós não tínhamos essa bola toda”.³⁰⁷

Não era para menos. Neste período, na era pré-internet, o “abismo de informação entre o público intelectual médio e o seletivo grupo de ‘antenados’”³⁰⁸ era um fato. Assim, os *antenados* se imaginavam, como vemos nos documentos, os portadores da novidade cultural no melancólico *spleen* paulistano; hoje, emergem da memória dos *trepidantes*

³⁰⁶ GIRON, Luís Antônio. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 01 dez. 2004, Bienal/ABECOM/ECA. [Transcrição].

³⁰⁷ Idem.

³⁰⁸ COELHO, Marcelo. *Posfácio*. In: NESTROVSKI, Arthur. (Org.). *Em Branco e Preto: Artes Brasileiras na Folha (1990-2003)*. São Paulo: Editora Publifolha, 2004. p. 703.

anos 80 em um perfil de *dândis pós-modernos, afetados e autoconfiantes*. Eram os arautos que anunciavam a modernidade, mas no fundo tudo não passava de “uma idéia mais defendida do que praticada” (Cf. Coelho In Nestrovski, 2004). Assim, ao menos, podemos interpretar as reflexões que são agora realizadas sobre aquele momento, como a invocação feita por Marcelo Coelho: “*Yuppie, cult, cool, dark, noir*, pós-moderna: em meados da década de 80, a ‘Ilustrada’ era tudo isso – e os que trabalhavam ali era [sic] vistos com fascínio e desdém pelos colegas das outras editorias. Esguios e angulosos em suas roupas negras, inovavam as páginas do caderno cultural com a mesma rapidez com que trocavam o modelo dos óculos. Naqueles tempos, só se falava em ‘modernidade’, e não com o sentido irônico que as aspas, hoje, fazem intuir”.³⁰⁹

Se nos “anos de chumbo” da década de 60, o descompromisso político era ainda contido, nos anos 80 os “*yuppies*” não só o adotaram como elegeram por ideal apenas o consumo. A receita de desprovincianização estava no acesso a produtos importados, na “permeabilidade internacional” que colocava a geração em contato com as novidades dos centros irradiadores de cultura (definitivamente os Estados Unidos em substituição à velha Europa). Este projeto justificava a postura mimética tanto no visual como no comportamento, encenado com ares de *dandismo e desencanto* e postura de reivindicador da modernidade e da tecnologia. Não à toa, por uma analogia talvez inconsciente o modernismo ainda era freqüentemente dissecado (*Figura 44 do Anexo 13*) e o concretismo revivido no período, com grande destaque para ambos nas páginas do caderno. Com efeito, nos anos 50 e 60 o concretismo, último movimento de vanguarda a manifestar-se em diversas artes ao mesmo tempo, representava a mesma “confiança na inovação tecnológica que agora, quando os interesses estéticos e as visões de história já eram outros”.³¹⁰ Seus principais valores, como cosmopolitismo, limpeza e uma modernidade aerodinâmica e racionalizadora, ainda ecoam em nossas folhas.

Ressaca – No início dos anos 90, sob Collor e depois sob o primeiro governo FHC, o consumo das *elites* se intensificou para um circuito intenso de eventos de arte, que camuflaram com “elegância” a fratura social em que o país mergulhava. O Brasil respirava então um ambiente no qual “política, economia e cultura uniram-se como nunca num mesmo bloco de consumo privilegiado, com idéias de direita e *pedigrees* de esquerda amalgamados numa duradoura e discreta celebração” (Coelho In Nestrovski,

³⁰⁹ Idem. p. 704.

³¹⁰ Idem. p. 707.

2004). A ressaca da crise não tardou e no final da década teve reflexos duradouros sobre a indústria de bens culturais. A elevação do dólar inviabilizou a contratação de novos espetáculos e as importações, ao passo que as empresas jornalísticas, sufocadas pelos juros, passaram a experimentar inédita e longa recessão.

É neste quadro que as visões atuais sobre um fato mais do que consolidado entre nós enxergam no país uma “modernidade sem vanguarda”, “excludente” e “celebratória”.³¹¹ O colapso das atividades econômicas no final da década de 90 desnudou a *celebração* e, ao custo de uma ainda maior exclusão social, o que era um consenso de otimismo se transformou, novamente, em um consenso de crise, conforme demonstram as insuspeitas palavras de um ex-economista-chefe do Banco Mundial:

“Nos exuberantes anos 90, o crescimento atingiu níveis não vistos em uma geração. Artigos de jornal e especialistas proclamavam que havia uma Nova Economia, que as recessões eram coisa do passado e que a globalização traria prosperidade para o mundo todo. Mas ao final da década, o que parecia ser o alvorecer de uma nova era passou a assemelhar-se mais e mais a um daqueles breves surtos de atividade econômica, ou hiperatividade, seguido inevitavelmente por um colapso, que marcam o capitalismo há duzentos anos.”³¹²

Enquanto os meios de comunicação apostavam na comercialização e nos ganhos que a tal *ruptura estética e social* podia proporcionar, seja incensando os espasmos que canalizam a angústia coletiva, ou mesmo inventando a nova utopia brasileira que só existe na forma opaca de textos anódinos, o país que padece imóvel e acuado pela violência de uma guerra surda, mas *oficialmente* segue sem preconceitos, dogmas ou programas, pronto a renovar-se perpetuamente, “no uso de novos meios, no rompimento das antigas delimitações entre gêneros, públicos e linguagens”. Se existem, aparentemente o país tem desperdiçado tais oportunidades históricas.

Mas este programa de atuação –que inclui a auto-representação dos excluídos– se refere a outro contexto, que sucede e supera nosso recorte. Em retrospecto e em resumo, na opinião de Sérgio Dávila (ex-editor do caderno), a *Ilustrada* dos anos 80 (e talvez de parte dos 90) era só crítica e opinião, as reportagens vinham “embaladas na opinião, no gosto do cara que estava escrevendo”. Era um caderno para “menos pessoas, porque o jornal vendia menos, eram outras pessoas, outra realidade”.³¹³

³¹¹ Ibidem.

³¹² Cf. STIGLITZ, Joseph E. *Os exuberantes Anos 90*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

³¹³ Cf. DÁVILA, Sérgio. Reportagem também é cultura. Op. Cit

Naquele momento, não havia os novos meios eletrônicos, os serviços pagos de televisão, os programas e canais segmentados, as revistas importadas etc. Os novos meios e o acesso irrestrito à informação, de fato, mudaram a feição da cultura, do crítico e do leitor, mas até por isso o jornalismo impresso deve buscar formas de se reconstruir, deve, segundo especialistas, encontrar o diferencial deflagrador que não existe nos tão dispersos meios concorrentes, antepor sua vocação ética e social que não atinge (ainda) as novas formas de comunicação e circulação de informações.

A reboque destas transformações veio a mudança no modelo de produção e distribuição de notícias, com a popularização da internet e das ferramentas digitais nas redações, que “radicalizou a segmentação de tarefas dentro dos jornais e transformou em armadilha o que poderia ser um benefício, dando origem a uma falsa especialização”. Também a estagnação econômica do país incidiu de forma decisiva, conforme opina Israel do Vale:

“Com menos dinheiro circulando pela economia (ou seja, menos anunciantes) e a disparada do dólar (que interfere diretamente no ‘bolso’ das empresas, visto que o papel-jornal representa cerca de 50% dos custos da produção do periódico – e a maior parte do papel ainda é importada), os empresários começaram a reduzir os gastos drasticamente e isso se refletiu no tamanho tanto dos cadernos como das equipes. Com menos gente e menos espaço, o repertório de assuntos e a profundidade da abordagem são cada vez mais restritos. Fosse pouco, as redações estão sendo progressivamente ‘juvenilizadas’ (porque manter uma equipe experiente custa mais), uma decorrência do investimento que os veículos fizeram no ‘adestramento’ de estudantes (com os inúmeros cursos de focas) e na ‘formularização’ dos textos (apoiada com muita força nos manuais de redação).”³¹⁴

Com a concorrência interna entre os cadernos, aponta Vale, opôs-se um lugar para textos *cabeça* a outro de guias de fim de semana que concentram o compromisso com os serviços, além de cadernos adolescentes e revistas dominicais de cobertura comportamental. Os cadernos de cultura passaram a gravitar entre as duas concepções, em uma *crise de identidade* que se acentuava. Com a queda na circulação geral, a convulsão se expandiu e os jornais cederam progressivamente ao *jornalismo de celebridades* – o “celebridismo” de que fala Israel do Vale. A transformação do jornalismo cultural em guia de consumo se consolidou –hipoteticamente– na necessidade econômica. O primeiro equívoco está na visão tosca e antijornalística de

³¹⁴ VALE. Israel do. Entrevista concedida a Marcelo Januário, São Paulo, 14 dez. 2004.

que as pessoas só se interessam pelo que elas já conhecem. “Outro erro gritante é o desprestígio (pra não dizer abandono) da reportagem, que combina bem com o papel de guia de consumo que os cadernos têm cumprido”,³¹⁵ infere o repórter.

Nos anos 90, após o emergencial “investimento na sedução visual (espécie de resposta gráfica para os efeitos da cultura televisiva)”, marcado pelo aumento das imagens e diminuição dos textos, a internet surgiu para dar “mais agilidade na circulação da informação e desmontou alguns artifícios de que os jornais (e revistas) se valiam com muita frequência”. Colocou novos desafios ao modelo que já padecia de inanição econômica. Foi como um golpe de misericórdia.

“O impacto da internet sobre os veículos tradicionais ainda está para ser medido. E, na minha opinião, o ‘estrago’ ainda vai ser maior. Primeiro, porque a própria cobertura jornalística na internet ainda está tateando em direção a um caminho próprio (os textos continuam sendo reproduzidos na base do ctrl c + ctrl v); depois, porque os próprios jornais tratam seus equivalentes na net como ‘concorrentes’ –uma visão tacanha, acovardada. Não é uma relação saudável nem do ponto de vista jornalístico, nem do ponto de vista empresarial. Além do mais, a multiplicação dos *blogs* e de publicações segmentadas vão cada vez mais concentrar o interesse dos novos leitores– o que significa que os jornais terão, forçosamente, que mudar.”³¹⁶

Logo, cabe ao profissional *reciclar-se*, observar com “mais atenção nas ‘entrelinhas’ daquilo que acontece no seu país, na sua realidade, em vez de se ater somente à produção massiva dos grandes centros”. Afinal, no caso dos cadernos em papel, em cerca de cem páginas semanais de jornal voltadas para a cultura (que é a média da *Folha*, por exemplo) pode haver bem mais do que a simples catalogação de horários, endereços, anúncios e impressões. Recuperar a reportagem, romper com o modelo de consumo e combater a “mistificação” são possibilidades de mudança, mas que implicam em “virar do avesso” uma mentalidade já arraigada. São muitas As necessidades: os cadernos culturais impressos precisam “romper com o papel de guias de consumo, deixar de ser garotos de recado das assessorias de imprensa (sem as quais acho que não viveriam hoje) e/ou das corporações da indústria cultural, ampliar a visão do que seja cultura, para além do entretenimento, e passar a falar para pessoas, não para consumidores”. Mais adiante, Israel do Vale acrescenta que, além de parar com a idéia infantil de que é capaz de construir mitos, os cadernos precisam fazer “jornalismo ‘basic

³¹⁵ Idem.

³¹⁶ Ibidem.

one', cobrindo melhor a política cultural (enormemente negligenciada) e o aspecto econômico da cultura (o que é diferente de falar de *best-sellers*), como uma atividade importante para o país".³¹⁷

Da mesma forma, mas na formulação de Luís Antônio Giron, por um lado temos os verdadeiros "elefantes brancos", que são as enormes empresas jornalísticas que dominam a produção de informação e que vivem uma longa e interminável crise, desgastadas em sua credibilidade e, aspecto polêmico, recorrendo a "à ajuda salvadora da publicidade e do marketing". Por outro, as redações foram encolhidas, enxugadas, as pessoas foram demitidas e a terceirização virou uma necessidade. Afirma que não há hoje como manter uma equipe de pessoas relativamente informadas que trabalhem dentro de uma redação. "Tem de terceirizar mesmo, tem de colocar pessoas para falar diversas coisas, diversos assuntos especializados. Pode ser uma coisa boa".³¹⁸

Em um cenário repleto de tantos desafios incontornáveis, Jotabê Medeiros também acredita que pode ser um bom momento para mudanças e sugere uma postura cosmopolita que não assuma a identidade alheia, que estimule a prática da reportagem, *em vez de criar monstros que já nascem pensando que são o novo Harold Bloom*. "Acho que vivemos uma grande época para o jornalismo cultural, uma época que, paradoxalmente, é a que provoca críticas também mais exacerbadas",³¹⁹ resume Jotabê.

Com relação ao jornalismo, vimos como os representantes da cultura pop brasileira construíram uma auto-imagem de *era de ouro*, estimulada pela abertura política, e como o efêmero, em contrapartida, se tornou o padrão do jornalismo cultural da grande imprensa. A febre de opinião que ocorreu no período revela uma crítica que se propunha mais artística do que a arte, detentora de um privilégio que tem origem na desigualdade, entretanto plenamente convicta da própria importância.

Mas a ilusão se desfez com a ressaca econômica e com a grave crise nas empresas que se seguiu. Virando, assim, uma página da história da imprensa brasileira que, não obstante, ainda perdura, como evidencia o inabalável *downgrade intelectual* que lhe foi legado e que aqui rastreamos.

³¹⁷ Ibidem.

³¹⁸ GIRON, Luís Antônio. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

³¹⁹ MEDEIROS, Jotabê. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

CAPÍTULO 5 – A eloquência das fontes

“Uma época sem crítica é uma época em que a arte não existe, ou então permanece imóvel, hierática e se limita à reprodução de tipos consagrados, ou uma época que não possui arte alguma. Há épocas de crítica que não foram criadoras. (...) Mas todas as épocas criadoras formam também épocas de crítica. Porque é a faculdade crítica que inventa formas novas. A criação tende a repetir-se. (...) O puro instinto criador não inova, reproduz.”

Oscar Wilde³²⁰

A evolução da cobertura nos jornais

Inicialmente repassaremos o universo informativo que constituiu nosso principal foco de pesquisa. A análise dos cadernos relacionados com cultura e arte dos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* baseou-se, como já afirmado aqui, na importância destes periódicos no cenário midiático brasileiro e na posição de influência central que ocupam na modelagem do ambiente artístico-cultural da cidade e, evidentemente, do país. Os jornais representam simbolicamente a cidade que, no Brasil, foi o principal balão de ensaio do *cosmopolitismo* e *modernidade* no final do século:

*“A modernidade se expressou (...) num acréscimo de cosmopolitismo e tecnologia. Cosmopolitismo significa, entre outras coisas, importação de artistas e espetáculos – concertos, megaexposições de arte, desfiles de moda, chefes de cozinha, decoradores, DJs. A cidade de São Paulo se internacionalizou de fato, tornando-se (...) capaz de atrair turistas nacionais e estrangeiros. (...) afirmava-se a cada ano como um centro cultural respeitável, apresentando oferta intensa para todos os gostos.”*³²¹

A opção pelos diários se deu, assim, pela sua centralidade no cenário, por suas tiragens de alcance nacional e, sobretudo, por serem os principais cadernos de divulgação e apreciação dos lançamentos de produtos culturais, uma mescla de opinião e serviço. Da mesma forma, a restrição ao formato de jornal diário impresso deveu-se a uma necessidade de recorte espacial, que de outra forma inviabilizaria o desenvolvimento de qualquer hipótese no âmbito desta pesquisa, dada a magnitude que o tema abrangeria com a inclusão de outros formatos e mídias.

Igualmente, a escolha do período obedeceu à necessidade de que a amostragem não excedesse nossa possibilidade de interpretação, limitada pelos prazos institucionais

³²⁰ Cf. *O Crítico como Artista*. In: WILDE, Oscar. *Obra Completa*. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1986.

³²¹ COELHO, Marcelo. *Posfácio*. In: NESTROVSKI, *Em Branco...* Op. Cit. p. 705-706.

e pelo próprio recorte investigativo. Além de que, mesmo que formasse um quadro mais fiel à produção jornalística dos veículos no período, um tal volume de dados advindo da leitura dos jornais publicados durante anos poderia tornar proibitiva qualquer constatação, ampliando ao infinito as possibilidades de leitura.

O critério de leitura, assim, restringiu-se ao seguinte recorte espaço-temporal:

- Edições do primeiro sábado de cada mês de 1990;
- Edições do primeiro domingo de cada mês de 2000.

A escolha de *sábado* e *domingo* levou em consideração que são estes os dias da semana nos quais são editados os cadernos especiais de cultura nos dois jornais; além de, como indicado por diversos autores e pesquisas, ser o momento em que as pessoas *se dedicam mais à leitura*, seja por prazer intelectual, busca de conhecimento, lazer ou orientação de consumo. Os cadernos sobre televisão foram considerados pela importância, como pudemos anteriormente observar, deste veículo no universo da cultura contemporânea. Também foi levado em conta o aspecto que, para grandes parcelas da população, este meio é a única ponte de acesso a bens artístico-culturais.

Para esta pesquisa, mesmo que não o seja para os próprios jornais (como demonstrou a edição recente [2004] do livro “*Em Branco e Preto*”),³²² e que desagrade a muitos intelectuais, críticos e políticos, a televisão *é produtora de cultura* e os textos que analisam sua produção são (ou podem/devem ser) parte do jornalismo cultural. Se tal cultura é adequada aos *padrões iluministas* da humanidade, é uma outra questão a ser debatida. Não há, também, como confrontar a opinião consensual de que “alguns anos após seu surgimento a televisão tornou-se o epicentro cultural de nossas sociedades” (Castells, 2000:358). A literatura acadêmica é praticamente unânime em afirmar que o triunfo desta tecnologia significou, de certa maneira, uma planificação cultural da sociedade, marcada pela fluidez hipnótica e pela baixa requisição reflexiva. A nova *modalidade de comunicação* que a televisão veicula é caracterizada pela sua “sedução, estimulação sensorial da realidade e fácil comunicabilidade, na linha do modelo do menor esforço”, conforme Castells (2000:358).

No entanto, ignorar a televisão é negar-se ao presente, num esforço elitista e saudosista de prender-se a um modelo cultural que já se extinguiu. A interação com a

³²² Cf. NESTROVSKI, Arthur. (Org.). *Em Branco...* Op. Cit. É um fato revelador, destacado por Adriano Schwartz, que nas quase 800 páginas deste registro de uma década e meia do jornalismo cultural praticado na *Folha de S.Paulo*, que ademais pretende estimular a “reflexão sobre a área”, não há *uma única linha* sobre televisão.

cultura e com o comportamento social (Castells, 2000:355) do sistema multimídia dos anos 90 é um fenômeno que passa necessariamente pela televisão. Como suposição, já que foge ao nosso interesse específico, talvez seja ela, a televisão como produto eletrônico e como mercadoria imaterial, o único segmento em que *algum tipo de indústria de massas tenha de fato se desenvolvido no Brasil*.

Quanto ao recorte temporal, a concentração da leitura nos dois momentos, em 1990 e 2000, procurou abranger a produção do início e do fim da referida década, período no qual as transformações ocorridas durante os anos 80 se consolidaram, intercalando estrategicamente um hiato de tempo entre eles, de onde poderiam emergir as alterações significativas previstas em nossas hipóteses.

Antes, uma advertência. É preciso novamente destacar que não buscávamos uma comparação entre os cadernos ou mesmo entre as linhas editoriais dos jornais. Também não estava entre os objetivos da pesquisa a avaliação criteriosa do conteúdo das páginas, senão o seu *potencial de sugestões* para o nosso tema.

Passemos então a uma breve revisão da experiência dos periódicos paulistas na cobertura de cultura e arte *na passagem para o século XXI*.

Cadernos de cultura na *Folha de S. Paulo* – No primeiro número da *Folha*, em 1921, os assuntos culturais cabiam em duas *perninhas de texto*, que informavam o que se passava “pelos cinemas”, “pelos salões”, “pelos circos” e “pelos theatros”. O desenvolvimento do segmento levou quase quatro décadas, para enfim se consolidar no inovador formato de caderno especializado. Apesar da longa maturação do modelo, ao surgir a *Ilustrada* seria, ainda assim, ao lado do *Caderno B do Jornal do Brasil*, um dos primeiros cadernos culturais do país a ter circulação diária. Sua circulação teve início em 10 de dezembro de 1958 simultaneamente na *Folha da Noite* e na *Folha da Tarde*, em 5 de dezembro de 1959 na *Folha da Manhã* (sendo que no período de 5 a 31 de dezembro de 1959 circulava nas 3 edições) e em 1º de janeiro de 1960 passou a ser editado na publicação-síntese *Folha de S. Paulo (Figuras 1 e 3 do Anexo 1)*, que aglutinou todos os títulos da empresa. Era dirigido inicialmente às mulheres, ao menos na concepção de seu criador José Nabantino Ramos (proprietário do jornal de 1945 a 1962), para quem o primeiro caderno, *obviamente*, se dirigia ao marido.

Ainda na *Folha da Manhã*, a *Ilustrada* (ou *Folha Ilustrada*, como o próprio jornal se refere ao caderno) trazia matérias sobre arte e cultura, cinema, teatro, televisão, quadrinhos, notas sociais, palavras cruzadas e variedades, em um espaço de quatro a

seis páginas. Autores como Guilherme de Almeida (crônica diária), Mário de Andrade (rodapé musical) e Antonio Candido (crítica literária) são incorporados quando Lourival Gomes Machado (também crítico de arte) e Hermínio Sacchetta assumem a coordenação editorial. Ainda naquele período, o jornal também editava aos sábados uma página literária exclusiva com o título *Vida Literária*.

Como quarto caderno do jornal *Folha de S.Paulo*, que, como acima destacado, desde 1960 unificou todas as publicações diárias da empresa, em 1964 a *Folha Ilustrada* trazia matérias sobre artes plásticas, ciência, livros e autores, horóscopo, exposições, rádio e TV, cinema, música, discos, roteiros de teatro e cinema, anúncios, estréias de espetáculos, notas e matérias de agências internacionais (Gadini, 1993:75). Com uma edição de 10 a 12 páginas aos domingos, incluía um segundo caderno encartado, *Vida Social*, com colunismo, notas e fotos.

O jornalista Cassiano Elek Machado³²³ distingue quatro grupos na renovação do jornalismo cultural da *Folha de S.Paulo*: o primeiro inclui os jornalistas culturais que “vinham de experiências na imprensa estudantil e alternativa”; o segundo, reunia os remanescentes de “O Pasquim”, como Paulo Francis (*Figura 36 do Anexo 11*), Sérgio Augusto e Ruy Castro (*Figura 37 do Anexo 11*); o terceiro grupo era composto por especialistas oriundos da universidade, sobretudo da USP; e o quarto e derradeiro era o *círculo dos concretistas*, com os poetas Haroldo e Augusto de Campos e Décio Pignatari à frente de “uma geração mais jovem ligada a eles”.

Nos anos 70 (mais exatamente a partir de 23 de janeiro de 1977) foi criado pelo jornalista –e co-fundador de *O Pasquim*– Tarso de Castro (1941-1991) o “polêmico suplemento dominical de cultura” *Folhetim* (*Figura 61 do Anexo 18*), que viria se juntar à *Ilustrada* na cobertura cultural. Eis o anúncio da estréia:

“Este é o caderno de leitura e humor da *Folha*, hoje e todos os domingos, contando também como vai ser a semana, com o melhor da televisão, cinema, shows, música e outras atrações para sua diversão. Tom Jobim contado por Tarso de Castro, atualidades internacionais por Paulo Francis e J. B. Natali, uma noite no verão carioca segundo Luís Carlos Maciel, fazem parte da leitura deste número de *Folhetim*, com charges e cartuns de Angeli, Jota e Sizenando (...).”³²⁴

³²³ MACHADO, Cassiano Elek. A renovação cultural. *Folha Online*, São Paulo, [s/d]. Acesso em 22 jan. 2005. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/renovacao_cultural.shtml>.

³²⁴ Cf. Uma Revista em Cores Hoje na *Folha*. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 23 jan. 1977.

Com formato tablóide (metade do tamanho padrão –*standard*– de uma folha de jornal) e circulando aos sábados, na primeira fase (em definição da própria empresa publicadora) “o *Folhetim* era uma extensão para a grande imprensa de um jornalismo cultural de esquerda não ortodoxo”.³²⁵ Feito por jornalistas e cartunistas e nitidamente inspirado em órgãos alternativos como o *Pasquim*, como indica o texto de apresentação, era uma mistura de caderno de humor, leitura e dicas culturais, com a pretensão de ser uma *revista da semana em cores* dentro do jornal, que mostrasse com irreverência “como seriam as programações da próxima semana, com o ‘melhor da televisão, cinema, shows, músicas e outras atrações’”, criando assim o primeiro caderno cultural “alternativo” dentro da grande imprensa no Brasil, recheado de humor, irreverência e uma certa “marginalidade”.³²⁶

Em 1979, sob o comando sucessivo de Oswaldo Mendes, Jaime Klintowitz e Maria Carneiro da Cunha, voltou-se para temas sociais e abriu-se para a colaboração da universidade, buscando uma atuação *não apenas informativa, mas também formadora*, com debates e mesas redondas sobre assuntos sociais e políticos. Almejando o resgate da capacidade crítica de pensamento, as edições passam a discutir temas sociais e políticos, cuja matéria-prima vinha de “debates organizados pelo suplemento no auditório do jornal”. Para Cassiano Elek Machado, o suplemento semanal se encarrega de “produzir reflexões sobre a indústria cultural, abrindo o espaço –que antes era usado só por jornalistas– para uma nova inteligência brasileira, também empenhada em debater o processo de redemocratização”.³²⁷

Em 1982 o *Folhetim* mudou novamente de rumo, abandonou o caráter social acadêmico e optou por uma “apreensão mais refinada da cultura”. Nesta última fase, na qual *a cultura passa a ser tratada como um mercado* no jornal, editores como Mário Sergio Conti, Rodrigo Naves, João Moura, Marília Pacheco e Nelson Ascher dirigiram o suplemento com a preocupação de “fazer um caderno mais teórico, sem ser puramente descritivo, mas também sem ser acadêmico”.

Foi quando novas idéias passaram a pautar a atuação do jornalismo cultural no jornal, centradas em um menor envolvimento com a militância política, como ocorreu até o final da década de 70. O jornalismo cultural da *Folha* se torna então “menos militante, mais provocativo, polêmico, disposto a questionar dogmas”. A partir de 1985

³²⁵ Cf. MACHADO, Cassiano Elek. Op. Cit.

³²⁶ ROSCHEL, Renato. História: Folhetim. *Folha Online*, São Paulo, [s/d]. Acesso em 11 fev. 2005. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/almanaque/folhetim_index.htm>.

³²⁷ Idem.

esta postura acentua-se, com o combate antiestatal, perpetrado pela *Ilustrada* em vários episódios, além do *poder jovem*, uma opção (que se revelaria definitiva) de montar a redação quase que inteiramente com pessoas com menos de 30 anos.

Ex-editor da *Ilustrada* (no período 1984-1987), Marcos Augusto Gonçalves, recorda as transformações editoriais ocorridas na ocasião, destacando que o jornal combateu um *populismo nacionalista que havia nos cadernos do período*, questionando “abertamente a política da esquerda oficial, que receitava (...) a busca das raízes brasileiras”.³²⁸ Sob a nova orientação –internacionalista, iconoclasta e voltada para o mercado– as páginas do jornal passam a destacar as vanguardas da cultura pop (na *Ilustrada*) e a alta cultura (no *Folhetim*).

Outro ex-editor da *Ilustrada* (no período 1982-1986), Matinas Suzuki Jr., justifica a mudança de enfoque pelas circunstâncias históricas, uma vez que “durante os anos militares, todos falavam a mesma linguagem. Eram todos contrários ao governo militar. Quando abriram a panela de pressão, apareceram discursos muito diferentes”.³²⁹ Em março de 1989, entre mudanças no dia de publicação e compilações saudosistas da própria produção, o *Folhetim* foi extinto depois de 636 edições. No entanto, nos seus treze anos de existência, o suplemento foi um exemplo da busca de soluções para a problemática de produção massiva de conhecimento cultural que ainda persistia na imprensa brasileira, movido que era pelo “equilíbrio tênue que separa o jornalismo da erudição”. Nele escreveram, entre outros, Rogério Cerqueira Leite, Carlos G. Mota, José A. Guilhaon Albuquerque, Tércio S. Ferraz Jr., Joelmir Beting, Severo Gomes, Eunice Duhren, José P. da Santa Cruz, Miguel Reale Jr. e Paulo A. Mendes da Rocha.

Na esteira do final do *Folhetim*, surgiu em 1º de abril de 1989 o caderno *Letras* (*Figura 9 do Anexo 2*), caderno tablóide com 8 páginas que circulava aos sábados e trazia textos de viés acadêmico sobre, como o nome indica, assuntos literários e afins. Este caderno, “que acompanha com uma linguagem mais jornalística a produção do mercado editorial”, teve vida curta e foi logo absorvido pelo *Mais!* (*Figura 2 do Anexo 1*), um suplemento dominical em formato *standard* lançado em 16 de fevereiro de 1992 que aglutinou também os cadernos *Ciência* e *Ilustrada* (que anos depois voltaria a circular separadamente aos domingos).

O *Mais!* foi dirigido aos leitores que se interessam por *literatura, sociologia, filosofia e artes* com a pretensão nada modesta de ser “referência internacional como

³²⁸ Ibidem.

³²⁹ Ibidem.

caderno cultural”. Na década de 90 o caderno passaria a ser editado no formato tablóide por vários anos, voltando, já no século XXI, ao formato original. Esta última mudança coincidiu –como destacado– com o retorno da *Ilustrada* também aos domingos.

Considerado como uma “revolução permanente do jornalismo cultural da *Folha*”,³³⁰ o *Mais!* buscava “um modelo em que atitude jornalística e reflexão intelectual” não se excluíssem, conforme afirma o ex-editor do caderno (no período 1994-2000) Alcino Leite Neto. Um caderno *híbrido* por princípio, que tende a mesclar jornalisticamente informação e análise, mas que é vago o suficiente para amearhar leitores em todos os quadrantes:

“O *Mais!* é fruto de uma junção de editorias de livros, cultura e ciência e a escolha deste advérbio parece reforçar a idéia de soma de setores, ao mesmo tempo em que não situa o leitor ou apresenta o caderno, já que o título é vago e não delimita um caderno de livros, nem de ciência ou de cultura. Posso supor que nesta opção de retirar de seus nomes a palavra ‘livro’, há uma tentativa de conquistar leitores que normalmente não leriam estes cadernos.”³³¹

Com um nome semelhante ao antigo *caderno de idéias*, mas com conteúdo editorial inteiramente diverso, em 18 de fevereiro de 1991 surgiu o caderno *Folhateen* (Figura 62 do Anexo 18). Destinado ao “público jovem” entre 15 e 18 anos, um filão considerável de novos e futuros compradores, o universo informativo do *Folhateen* englobava principalmente música pop, *games* e comportamento (sexo à frente). Em seu início, mirando o novo contingente de consumidores, foi anunciado como um guia de “lazer, cultura e consumo, destacando fatos curiosos”, que propunha a veiculação de reportagens e serviços para ajudar os estudantes “na fase pré-vestibular”.³³²

Neste caderno, com circulação às segundas-feiras e 12 páginas no formato tablóide, a cobertura de cultura conhece novos parâmetros –com a predominância (quase) absoluta da produção internacional– e a *Folha de S.Paulo* encontra um espaço ideal para consolidar sua linguagem, pretensamente jovial, iconoclasta e sintonizada com os anseios populares, dirigida a um público *jovem, descolado e sedento de informação*. A propósito deste caderno, ressaltando que estabelecer suplementos por idade seja algo muito discutível no jornalismo diário, um artigo no *Observatório da*

³³⁰ Ibidem.

³³¹ TRAVANCAS, Isabel. *O Livro no Jornal*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001. p. 37.

³³² Cf. Jovem ganha hoje o seu **Folhateen**. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 18 fev. 1991.

Imprensa define o *Folhateen* como, “para usar a linguagem de seus editores, um suplemento *trash*, com perguntas idem e respostas ibidem”.³³³

Em 17 de fevereiro de 1991, logo após o lançamento do novo projeto editorial do jornal, a “migração” para o jornalismo de serviço dá um grande passo com o lançamento do encarte *Fim de Semana*, um “caderno de serviços” encartado e dirigido para quem quer se “divertir no fim-de-semana”. As inovações então adotadas alteram o próprio o conceito editorial do carro-chefe da empresa no âmbito da cultura.

“A *Ilustrada* mantém seu perfil no novo projeto editorial da *Folha*. Mas também inova. As novidades, incorporadas a partir de hoje [17 de fevereiro de 1991], aprimoram a proposta de um caderno de serviços com roteiros culturais que auxiliam o leitor a escolher a programação de lazer e cultura. É dentro desse conceito que a *Ilustrada* cria uma edição sobre o fim-de-semana. Todas as quintas, o caderno sairá com serviços para o fim-de-semana, dará a programação de cinema, TV, vídeo, discos, dança, artes plásticas, música, para o leitor se programar antecipadamente.”³³⁴

O lançamento de um caderno estritamente de serviços, criado simultaneamente com outros dois encartes, “um sobre comida, às sextas-feiras, e outro sobre televisão, aos domingos”, se justificava pelo “comprometimento” do jornal com o “novo” e se concentrava na produção de “reportagens, críticas e notas sobre o mercado nacional e internacional”. A clara orientação *para o serviço*, entretanto, aparenta ser conscientemente obliterada pelas insinuações do próprio jornal, ao ressaltar que “as reportagens do caderno retratam, criticam e contam para o leitor o que acontece no meio cultural do Brasil e do mundo – inclusive as experiências mais inusitadas”.

Um pouco na linha da própria *Ilustrada*, a quem no início estava fisicamente vinculado e se confundia, o *Fim de Semana* ambicionava que seus textos tivessem as mesmas “discussões e polêmicas” como repercussão, uma vez que “a *Ilustrada* não se esquivava de colocar em evidência os embates culturais”. O intuito era reforçado pelo anúncio das seções, que previa uma página semanal de *críticas dos lançamentos* fonográficos, uma seção com críticas dos principais filmes lançados no “mercado nacional de vídeo”, uma coluna com comentários sobre “programas especiais de rádio” e, sintoma do novo modelo que se impunha, uma página que mescla “serviço, análises e

³³³ SILVA, Deonísio da. Suplemento *trash*, conteúdo idem. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, nº 154, 09 jan. 2002. Acesso em 14 fev. 2005. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/fd090120021.htm>>.

³³⁴ *Folha de S.Paulo*. *Ilustrada* cria edição para quem quer se divertir no fim-de-semana. São Paulo, 17 fev. 1991. p. 03.

reportagens” sobre *design* e arquitetura. Mas aparentemente não foi o que se deu, pois o *Fim de Semana*, quase um desdobramento do *Acontece*, concentrou-se de fato na *programação* sobre eventos e cresceu a ponto de se tornar meramente um caderno autônomo de serviço e informação.

Em substituição ao transitório caderno *Televisão* (*Figura 8 do Anexo 3*), em 10 de novembro de 1991 surgiu o caderno *TV Folha* (*Figura 4 do Anexo 1*). Com circulação aos domingos, abundantemente ilustrado com fotografias e gráficos, em formato tablóide e com 24 páginas, o *TV Folha* nasceu como roteiro semanal de filmes na TV aberta e paga (já em expansão no período), resumos de capítulos das novelas, matérias sobre a vida das “pessoas que trabalham na frente e atrás das câmeras” e críticas e resenhas sobre as principais atrações da televisão.

Alguns anos depois, já na metade da década de 90, precisamente em 3 de abril de 1995, surgiu o *Jornal de Resenhas* (*Figura 10 do Anexo 4*), caderno mensal (circulava aos sábados) de análise acadêmica que abordava as áreas de letras, artes, filosofia e ciências humanas. Criado a partir de um acordo com as universidades USP, Unesp, UFMG e Unicamp, era um caderno intelectual denso que –de acordo com avaliações– publicava resenhas técnicas de livros feitas por especialistas para a leitura de outros especialistas, sem qualquer concessão ao discurso jornalístico. Em formato *standard*, com 10 páginas e totalmente em preto e branco, tinha também como destaque o projeto gráfico, concebido originalmente pelo artista mineiro Amílcar de Castro (1920-2002), e as ilustrações exclusivas, que incluíam, por exemplo, trabalhos de Maria Bonomi (gravadora e pintora italiana nascida em 1935) e outros artistas visuais de renome na cena brasileira.

Apesar de editar intelectuais como Sergio Miceli, Antonio Candido e José Murilo de Carvalho, o caderno tornou-se pouco lido, muito criticado e durou apenas até abril de 2001, quando se extinguiu sem deixar muitas saudades, ao menos no leitor médio. O malogro do *Jornal de Resenhas* é outro exemplo da dificuldade que representa a veiculação de cultura (no caso, marcadamente erudita) no jornal diário brasileiro.

“[Os críticos] Trazem para dentro da sua prosa as pinceladas necessárias das teorias escolares. E com isso se tornam, mais do que objetos adequados, complementos voluntários e especulares da crítica acadêmica e sua derivação em registro baixo: a crítica jornalística, cada vez mais exercida por pós-graduandos, docentes ou aspirantes à docência acadêmica. Um bom exemplo do desinteresse desse tipo de perspectiva era a maioria da crítica publicada no extinto *Jornal de Resenhas*, da *Folha de S.Paulo*. (...) quando os acadêmicos

ocupam o espaço destinado à crítica literária nos jornais, produzem [via] de regra uma coisa híbrida e insossa, que não é bem crítica literária, e também não é rigoroso estudo acadêmico.”³³⁵

Voltando à *Ilustrada*, caderno precursor do jornalismo cultural moderno, por algum tempo não trataria apenas de temas culturais, abordando também matérias sobre comportamento e variedades, em um modelo que, a bem da verdade, atravessaria as décadas e estaria ainda presente no final do século XX. Com o passar do tempo, o caderno vai adquirir um enfoque mais centrado no campo cultural. Nos próprios termos do jornal, em uma auto-análise feita em 1990 e destacada por Gadini, a *Folha Ilustrada* nasceu como um *caderno de leitura* e não como um suplemento dedicado especificamente ao “mercado cultural como veio a se definir muitos anos depois”. No início, o caderno apostava em reportagens sobre política exterior e “uma ou outra fofoca sobre gente famosa”.³³⁶ Já o perfil atual, como destaca Gadini, começaria a ser definido apenas *nos primeiros anos da década de 70*.

Mais à frente, no mesmo documento, constata-se como o *olhar superficial* sobre a cultura não chega a ser um problema crucial para este caderno, que o atribui à própria essência do jornalismo (que seria *sempre* “epidérmico” no enfoque): o caderno atua na crítica de “produtos específicos, atividade desenvolvida com base na idéia de que os objetos culturais (...) deveriam ser tratados também como produtos, obedecendo, portanto, às leis do mercado”.³³⁷ Com reportagens autorais, que endossavam opinativamente os fatos anunciados, o caderno já não se contenta em observar e narrar os fatos, busca a deflagração da notícia, a construção de eventos, e passa a ver-se como um “agente duplo” *gerador de cultura e tendências*:

“Mais e mais ao longo dos anos, o caderno vai se deter como observador exclusivo de temas culturais. Isso aprofunda seus enfoques, guardadas as dimensões –sempre epidérmicas– da capacidade de observação em jornalismo. Ao chegar na década de 80 a *Ilustrada* vai estar presente no universo cultural brasileiro como um agente duplo. Ela passou a ser ao mesmo tempo narrador e militante. Atua no universo cultural como partícipe.” (Apud Gadini, 1993:83)

O caderno atribui ao aspecto das páginas a evidência de sua missão de *espelho* do campo cultural: para si próprio, a presença gráfica e o desenvolvimento do design de

³³⁵ Cf. KASSAB, Álvaro; GOMES, Eustáquio. A crítica morreu? Op. Cit.

³³⁶ Cf. GADINI, Sérgio Luiz. Op. Cit.

³³⁷ Cf. MACHADO, Cassiano Elek. Op. Cit.

suas páginas foram uma “decorrência quase que natural”³³⁸ do papel participante do caderno na vida cultural do país. De fato, a remodelação do produto editorial, principalmente com as freqüentes reformas gráficas, se torna corriqueira a partir dos anos 80. O caderno passa a concentrar-se no aperfeiçoamento gráfico como forma de diferenciação.

O design *caprichado* (na visão da empresa) torna-se um grande trunfo na venda do jornal, estratégia logo copiada pelos concorrentes e que, evidentemente, tenciona recobrir o *conteúdo* com a *forma*. Vemos quão claramente esta política é empregada no caderno, que se contenta em ser uma *boa peça de desenho industrial*. A ousadia gráfica e o “primado das artes gráficas”, que já estava presente nas suas primeiras edições e que se tornaria *parâmetro* para a atividade diária do jornalismo, começa a se mostrar de fato onipresente apenas na década de 70, quando ainda se “insinua”. De fato, foi na década de 80, exatamente no recorte desta pesquisa, que a *Ilustrada* se transformou essencialmente em uma “boa peça de desenho industrial”.³³⁹

Por outro lado, em uma análise polêmica, a *padronização do consumo e da sensibilidade estética dos consumidores* se dá a partir da fusão/interação do jornalismo cultural com o marketing e a assessoria de imprensa, em processo de profissionalização extrema nos anos 90, *fato que atinge todas as publicações de modo uniforme e irreversível*. Assim, a opinião diminuiu sensivelmente e a agenda passiva se tornou dominante. Tal constatação não equivale a dizer que nos tempos dos suplementos houvesse maior penetração e diversidade crítica dos jornais na realidade cultural, mas talvez uma preocupação consciente para que isso se desse.

Quanto às freqüentes e sucessivas reformas gráficas e editoriais dos jornais, Alberto Dines registra como a *Folha de S.Paulo*, que tem uma trajetória marcada mais por mudanças do que por uma identidade estável,³⁴⁰ cedeu às tentações e, no início dos anos 1980, “cadernizou-se, segmentou-se, deixou de lado o elegante paradigma inglês que adotou em 1975 e partiu para a fórmula sincopada do *USA Today*”.

Inevitavelmente, destaca Dines,³⁴¹ dez anos depois o jornal foi obrigado a fazer nova plástica, quando seus jornalistas e leitores *naturalmente* envelheceram. Por outro lado, o crítico Adriano Schwartz admite que a *capacidade expressiva do jornal* deve

³³⁸ GADINI, Sérgio Luiz. Op. Cit. p. 83.

³³⁹ Idem.

³⁴⁰ SEVCENKO, Nicolau. O Rosto do Mundo. In: FOLHA, *Primeira...* Op. Cit. p. 09.

³⁴¹ DINES, Alberto. O toque Armani no jornalismo. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, 19 out. 2004. Acesso em 19 jan. 2005. Disponível em: <http://www.tvebrasil.com.br/observatorio/arquivo/principal_041019.asp>.

contar também com a diagramação para se desenvolver plenamente, mas deixa clara sua discordância com o recurso de reformas seguidas adotado pelos grandes jornais nas últimas décadas.

No Brasil, as reformas gráficas e editoriais nos jornais, mesmo que importantes (“ainda que nem todo mundo concorde com isso”), para Schwartz são realizadas com frequência excessiva. “Um jornal cultural super conceituado como o *New York Review of Books* [o mais importante jornal intelectual dos EUA, fundado em 1963] tem a mesma aparência há anos e não é por isso que ele deixou de ser preferido”,³⁴² aponta.

Cadernos de cultura n'O Estado de S.Paulo – O jornal *O Estado de S.Paulo* não criou tantos produtos como o concorrente para diversificar o seu enfoque. Fundado como *A Província de São Paulo* em 1875, apenas em 1953 *O Estado de S.Paulo* lançou uma seção cultural no corpo do jornal, que seria posteriormente reformulada e ampliada no *Suplemento Literário*, caderno temático com circular semanal lançado em 1956. Naquela altura, entretanto, os mais eminentes críticos do campo cultural colaboravam já há alguns anos com o diário paulistano:

“A partir de 1945, com a retomada de *O Estado de S.Paulo* pela família Mesquita, então confiscado pelo governo Vargas, Décio Prado (crítica de teatro) e Luis Martins (crônica de rádio) passam a escrever no jornal. Sérgio Milliet (crítica de arte e literatura), Ruy Coelho (literatura, cinema e teatro), Mario Neme, Perseu Abramo, Arnaldo Pedroso d'Horta (jornalista de esquerda), Luís Coelho (advogado), Edgar Barroso do Amaral e Sílvio Marcondes são alguns dos inúmeros outros intelectuais, eventuais colaboradores das páginas e suplementos culturais dos jornais paulistas da época.”³⁴³

Diferentemente dos concorrentes, um dos traços marcantes do diário em relação à cultura foi a criação de prêmios de incentivo na área. Assim, o “Troféu SACT”, criado em 1951, simbolizou o reconhecimento da crítica aos profissionais de destaque em teatro e cinema, sendo entregue durante toda a década de 50 e parte da de 60. Décadas mais tarde e retomando a tradição, em 1997 o jornal voltaria a premiar artistas, ao instituir o “Prêmio Multicultural Estadão”, que contempla os expoentes culturais mais significativos de cada ano.

³⁴² SCHWARTZ, Adriano. *Jornalismo e Difusão Cultural*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 01 dez. 2004, Bienal/ABECOM/ECA. [Transcrição].

³⁴³ *Folha de S.Paulo*, 1990. Ilustrada. p. 07. Apud: GADINI, Sérgio Luiz. Op. Cit. p. 51.

O *Suplemento Literário* (Figura 59 do Anexo 18), que passou a circular em 6 de outubro de 1956, foi um verdadeiro marco da cobertura jornalística de cultura. Anunciado como mais “um serviço do seu jornal no campo das letras e das artes”,³⁴⁴ trazia em formato tablóide dezesseis páginas de inovações gráficas como títulos em tamanho grande e seções fixas, além de um leque maior de assuntos editoriais. Com circulação aos sábados e em meio a pouca publicidade dirigida e seções de literatura, havia espaços fixos para autores e especialistas (em grande parte da Universidade de São Paulo) como Lourival Gomes Machado (artes plásticas), Paulo Emílio Salles Gomes (cinema), Alberto Soares de Almeida (música) e Sábato Magaldi (teatro). Em seus primeiros anos o *Suplemento Literário* contaria ainda com escritores, críticos e intelectuais como Fernando Sabino, Brito Broca, Anatol Rosenfeld, Antonio Candido, Boris Schnaidermann, Darcy Penteado, Carlos Drummond de Andrade e Alfredo Bosi, entre muitos outros, além de artistas como Di Cavalcanti, Portinari e Lívio Abramo.

Durante muito tempo, o jornal *O Estado de S.Paulo* não possuiria um caderno fixo de cultura nos dias de meio de semana, sendo que dispunha nas edições diárias apenas de duas a quatro páginas dedicadas a assuntos culturais, em espaços inseridos no jornal como a seção *Artes e Artistas – Cinema – Radio – Palcos e Circos* (Gadini, 1993:72). O jornal custou também a incorporar as reformas no texto jornalístico:

“Quando, finalmente, não havia mais jeito –e os leitores de prestígio reclamavam do estilo pesado e palavroso da maior parte do jornal– é que o *Estado de S.Paulo* pensou em mudar. Era o início da década de 70 e a repressão esvaziava o argumento ideológico contra as novas técnicas jornalísticas. Ainda assim, a primeira iniciativa de mudança foi a fundação de um vespertino, o *Jornal da Tarde* –estranho veículo escrito e paginado como se fosse revista, praticamente sem informação nova, preenchido com matérias reescritas do jornal-matriz. Em lugar de fazedores de leads, disse um de seus editores, ‘temos fazedores de frases de efeito’. Eram tópicos frasais de parágrafos expositivos típicos de magazine– claramente inspirados na experiência da revista *Realidade*, da Editora Abril.”³⁴⁵

Na década de 70 o *Suplemento Literário* passaria a circular aos domingos e ganharia novos colaboradores (muitos substituindo os anteriores) como Heitor Martins, Alcântara Silveira, Leônidas Hegemberg, Ariano Suassuna e Eduardo Peñuela Canizal. Fora do caderno e durante a semana, no entanto, o *Estadão* continuava a dedicar pouco espaço para a cultura, de duas a três páginas diárias, em média.

³⁴⁴ *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 05 out. 1956. p. 05.

³⁴⁵ Cf. LAGE, Nilson. Comentários à dissertação. Op. Cit.

Em 1976, finalmente o *Suplemento Literário* é substituído pelo *Suplemento Cultural*, mantendo o formato e o número de páginas, e com uma proposta explicitada de “informar o leitor, pela palavra dos especialistas, do que se faz nos diferentes setores da atividade cultural” (Gadini, 1993:74). Finalmente, em maio de 1980 o jornal começa a editar o *Cultura*, caderno com formato tablóide, de dezesseis páginas e com circulação aos domingos. Durante a semana, dedica de duas a quatro páginas no miolo do primeiro caderno (que chegava a ter 40 páginas), muitas vezes sob o chapéu *Arte / Roteiro / Variedades*. Serviços e roteiros saíam junto aos classificados durante a semana.

Em maio de 1983 foi constituída a *OESP Gráfica*, suporte tecnológico que estimulou reformas gráficas consideráveis no jornal. É de se destacar que, dez anos depois, em setembro de 1993, tais reformas culminariam com a mudança da cor do logotipo do cabeçalho principal do jornal, que passou a ser azul e a trazer a data em uma tarja cinza, além de mudanças nas colunas das capas, na paginação e nos textos abaixo das manchetes. Para um jornal tradicionalista como o *Estadão* foi uma mudança e tanto, estimulada, como vimos, mais pela necessidade econômica que pelo senso estético.

Antes, porém, em 6 de abril de 1986, o jornal lançaria o *Caderno 2* (*Figuras 5 e 6 do Anexo 2*), que aglutinou as matérias de arte e cultura, a programação televisiva e as notas de variedade. Diferentemente da concorrente *Ilustrada*, cujo sucesso serviu de modelo de inspiração e que se dedicava principalmente ao cinema americano e à música pop (*Figura 7 do Anexo 2*), o *Caderno 2* mesclava literatura, arte e teatro. Os cadernos *Cultura* e *Caderno 2* saíam juntos por algum tempo, fundindo-se depois em um só suplemento, que circularia mais tarde sob a rubrica *Cultura/Caderno 2* também nos dias de meio de semana. Nos anos 90, o público adolescente (faixa etária de consumidores com destaque crescente nas pesquisas de mercado) foi contemplado com o encarte *Zap!* (*Figura 29 do Anexo 9*), produto que chegaria a ganhar um espaço próprio de circulação, ainda que inconstante.

No meio tempo, apareceriam o *Telejornal* (*Figura 60 do Anexo 18*), caderno publicado a partir de 14 de junho de 1992 e especializado em assuntos sobre televisão, e o *Guia*, com a agenda de eventos e serviços nas áreas de cultura, gastronomia, lazer e entretenimento. Aliás, a se crer na carta de intenções do caderno *Telejornal* (depois transformado em *TV&Lazer*), divulgada quando da reforma do suplemento no ano 2000, sintomaticamente a televisão tornara-se objeto privilegiado de cobertura e análise crítica no *Estadão*: “Nesta edição, o *Telejornal* começa a introduzir mudanças que gradativamente redefinirão o suplemento semanal do Estado, responsável pela cobertura

dos fatos ligados à TV. Com apostas em reportagens, visual renovado e críticos (...), o caderno intensifica seu compromisso de informar e ajudar o público a compreender os rumos da indústria da televisão”,³⁴⁶ registrava o documento.

Assim como em relação aos projetos gráficos, tanto os cadernos da *Folha* como do *Estadão* oscilariam várias vezes entre o formato *tablóide* e *standard*, não sendo possível, no universo de leitura selecionado, precisar os momentos de tais mudanças. Muitas reformas se acumularam nos últimos 15 anos. Por um lado, demonstram que o veículo impresso tem *incerteza com relação à sua identidade*, por outro, indica que apostam na “juvenilização”, esquecendo-se que *o mercado jovem é transitório*. Como observa Dines, os jornais “perderam circulação –e isso não apenas no Brasil– porque a pretexto da juvenilização da audiência abandonaram os pressupostos que os fizeram indispensáveis na geração anterior”.

A última reforma gráfica no *Estadão*, por exemplo, se deu no final de 2004, quando lançou mais um produto com certa orientação cultural, o *Aliás*, – caderno de *jornalismo analítico* que já no subtítulo “Para entender a semana” demonstra sua afinidade com os semanários; isto é, fartamente ilustrado, com textos curtos sobre os mais diversos temas, resumos, entrevistas mais longas e o destaque, sob a ótica do *jornalismo cultural de qualidade*, para a coluna de Sérgio Augusto.

Enquanto isso, o caderno *Cultura* passou a traduzir textos da mais aclamada publicação cultural dos EUA, *The New York Review of Books*, que anteriormente já haviam sido publicados pela *Folha*, em uma amostra de que os jovens também “querem densidade”. Alberto Dines retoma a palavra.

“A mudança operada no *Estadão* não escondeu o desejo de torná-lo moderno e mais jovem. Está expresso no uso das cores e ilustrações, no aumento do tamanho das fontes e do espaço das entrelinhas. Está registrado no encurtamento das matérias, artigos e editoriais. A mancha tipográfica, geralmente negra e por isso impactante, foi suavizada, ficou clean, esbranquiçada, quase cinza. Tem algo de loja Armani.”³⁴⁷

Desta vez, a reforma “Armani” do *Estadão* encurtou as matérias e suavizou a mancha tipográfica. E na próxima, o que mudará? Aparentemente, estas remodelações, de tão frequentes que se tornaram, podem se revelar uma estratégia duvidosa para atrair

³⁴⁶ *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 06 ago. 2000. Telejornal. p. 02.

³⁴⁷ Cf. DINES, Alberto. Op. Cit.

leitores, pois, como apregoa a experiência, *o impacto de novidade cedo se apaga, se o conteúdo jornalístico não o acompanhar.*

Aspectos quantitativos das fontes

Ao realizarmos a leitura dos jornais, nossa intenção principal foi localizar indícios que exemplificassem, ou refutassem, a fonte de insatisfação e da recorrente *crítica da crítica* que foram detectadas na pesquisa bibliográfica e no campo. A dificuldade que representa a classificação e o julgamento valorativo de textos jornalísticos, gerados pela falta de referenciais teóricos específicos para este tipo de tarefa como existe na crítica literária, justificou a *contagem numérica* dos textos.

Neste primeiro momento, interessou-nos investigar a ocorrência no período em recorte de uma alteração sensível no conteúdo dos textos, cadernos e serviços, de acordo com uma definição previamente estabelecida. Assim, a *classificação por categorias* polarizou o material em duas vertentes –*cultural* e *serviço*– opção consubstanciada e sugerida pela opinião de especialistas como Marcelo Coelho,³⁴⁸ que destaca não haver muita dificuldade em definir o que seriam as áreas de *serviço* e de *opinião* nas modalidades básicas do texto jornalístico, caracterizadas sobretudo *pelos diferenças e tarefas de cada modalidade*.

Este método é claramente controverso, uma vez que tivemos de definir *a priori* e hipoteticamente as classificações dos temas e conteúdos das matérias, podendo gerar discussões insolúveis quanto à pertinência das categorias. A classificação das edições nesta estrutura representa a proposição de um modelo teórico de observação, sendo que a aceitação formal de sua plausível eficácia analítica está a cargo do leitor. Os dados, portanto, têm valor referencial *apenas nas condições aqui estabelecidas*.

Definido o critério, as fontes (48 edições no total) foram divididas em dois grupos: *cultural* e *serviço*; sendo que sob a classificação *cultural* foram reunidos os textos diretamente opinativos (destacados muitas vezes como *crítica*, *comentário*, *análise*, *opinião* etc.) e os textos híbridos (abundantes no período) com maior desenvolvimento jornalístico, que contêm dados referenciais sobre a execução técnica profissional (*como*) e sobre a contextualização histórica (*porque*).

Sob a classificação *serviço* foram reunidos os textos de caráter informativo, com uso prático explícito (geralmente boxes com informações utilitárias, *serviço*, *como*

³⁴⁸ COELHO, Marcelo. *Jornalismo Cultural*. In: NESTROVSKI, *Um País...* Op. Cit. p. 134.

chegar, onde ir, ficha técnica etc.), ou editados como reportagem, onde predominam a agenda (*quando, o quê*) e a divulgação (*onde, quem*). Este conceito de *serviço* como guia abrange também as retrancas, suítes e *boxes* com informações suplementares de cunho mercadológico, que anunciam lançamentos de produtos relacionados aos objetos da pauta das matérias.

As sinopses foram classificadas neste segundo grupo por constituírem resumos que, por mais que contenham comentários opinativos, se destinam a apresentar o tema e indicar o consumo. Já peças de entretenimento como quadrinhos, horóscopo e palavras cruzadas não entraram na classificação por não terem caráter jornalístico. Por este mesmo motivo, também foram excluídas as peças propriamente de arte literária, como poemas, crônicas, contos, peças, manifestos, trechos de romances e reproduções afins. As análises de teor acadêmico, desenvolvidas em artigos ou ensaios, foram classificadas como *culturais* quando não se referirem, majoritariamente, ao mero lançamento de produtos culturais, mas a idéias e construções intelectuais.

São claramente critérios subjetivos e baseados na interpretação e na leitura, sendo assim passíveis de arbitrariedade, mas que ocorrem como método de abordagem isento de valoração técnica e válido como amostragem classificatória, a despeito da margem de erro que propiciaria. Dentro de cada um dos dois itens de classificação os textos se dividiram por áreas de interesse, assim definidas: Literatura, Teatro, Pintura, Escultura, Música, Arquitetura, Cinema e Outros, que incluiu todas as demais áreas com incidência industrial e consumo, como Televisão, Artes Plásticas (que não sejam pintura e escultura), *Design*, Gastronomia e Moda, mas também aquelas de acento cultural, cotadas como *Conhecimento* e que incluem Ciências Naturais, Filosofia, Psicanálise, História, Sociologia, Política, Tecnologia etc.

Como suporte de análise, o manancial de imagens foi quantificado e dividido em *Ilustração* e *Fotografia*, possibilitando acompanhar as alterações na veiculação do recurso imagético em cada jornal. Para tal material, entretanto, não há avaliação qualitativa neste estudo. O resultado de nosso procedimento classificatório foi a obtenção de *linhas de comportamento* dos diários, formalizadas em gráficos com eixos de volume (quantidade de matérias) por gênero (área artístico-cultural e modalidade jornalística). Os valores são absolutos, resultantes da quantificação geral de 48 edições (12 edições por jornal/ano), somando nos dois momentos –primeiro sábado de cada mês em 1990 e primeiro domingo de cada mês em 2000– um total de 96 peças de análise

uniformemente divididas em 8 *cadernos* especializados, que foram assim considerados e distribuídos:

CADERNO	JORNAL	Nº DE EDIÇÕES
1990		
“Ilustrada”	“Folha de S.Paulo”	12 edições
“Letras”		
“Caderno 2”	“O Estado de S.Paulo”	12 edições
“Cultura”		
2000		
“Mais!”	“Folha de S.Paulo”	12 edições
“TV Folha”		
“Caderno 2/Cultura ”*	“O Estado de S.Paulo”	12 edições
“Telejornal”		

*Caderno 2, Cultura e Caderno 2/Cultura foram considerados cadernos distintos.

DATAS DE PUBLICAÇÃO

Edições em 1990 – 1º sábado de cada mês:*

06.01 03.02 03.03 07.04 12.05 02.06 07.07 14.08 01.09 06.10 03.11 01.12

Edições em 2000 – 1º domingo de cada mês:*

02.01 06.02 05.03 02.04 07.05 04.06 02.07 06.08 03.09 01.10 05.11 03.12

*Para efeito comparativo, os dois jornais foram analisados em edições publicadas na mesma data.

As fontes – Vejamos agora em detalhes as variações nos textos demonstradas pelos números. Um primeiro ponto é o percentual de presença do jornalismo cultural em relação à cadernização dos veículos. Os números que se seguem, portanto, indicam *qual espaço o jornalismo cultural ocupa nos jornais*, no período em recorte e sob os critérios aqui adotados. Não foram quantificadas todas as edições lidas, mas, a título de exemplificação, unicamente *uma edição por período*, que nos dá a idéia aproximada da estrutura física de cada periódico em questão.

Uma lista *parcial* de colaboradores dos cadernos encontra-se no *Apêndice*.

Edições de 1990 – Os dados percentuais são praticamente equivalentes, demonstrando que ambos os jornais dedicam proporcionalmente o mesmo espaço para os cadernos de cultura. Em números brutos, em 1990 a *Folha* trazia 4 páginas a mais que o *Estado* (diferença de 20% entre os cadernos), sendo o maior espaço temático do jornal (no *Estado* é o segundo).

Assim, n’*O Estado de S.Paulo* (em 07 jul. 1990) o número de páginas dos dois cadernos culturais somados chegava a 20 páginas, em um índice de 22,7% do total de 88 páginas dos 6 cadernos daquela edição, assim distribuídos: “**1º Caderno**” (24 páginas) [inclui “Polícia”, “Internacional”, “Classificados”, “Interior”, “Serviços”,

“Cidades”, “Geral”, “Ciência”, “Política”, “Editoriais”] / **“Cultura”** (08 páginas) / **“Caderno 2”** (12 páginas) / **“Economia”** (12 páginas) / **“Esportes”** (14 páginas) / **“Classificados”** (18 páginas).

Os cadernos de cultura, incluindo *Caderno 2* e *Cultura*, se dividiam em subseções como “Coluna 2”, “Filmes na TV”, “Guia TV”, “Cruzadas”, “Notas”, “Crônica” (Rubem Braga e Luis Fernando Veríssimo [*Figuras 35 e 38 do Anexo II*]), “Astral” (Oscar Quiroga) e “Quadrinhos” (“As Cobras”, “O Menino Maluquinho”, “Batman”, “Ed Mort”, “Calvin” e “Turma da Mônica”). Seções mais próximas da indicação direta de consumo como “Estilo” (“Frivolidades”, “Cultos”, “Sociedade”, “Geografia”, “Perspectiva”, “Perfil”), “Design”, “Cultivo”, “Loja”, “Consumo”, “O Que Há” e “O Melhor de Tudo” (que inclui “Boemia”, “Vinhos”, “Restaurante”, “Bar”, “Comida Típica” e “Receitas”). Já o “Guia”, uma espécie de roteiro, incluía “Visuais”, “Vídeo”, “Circo”, “Visuais”, “Classificados”, “Restaurantes”, “Parques”, “Arredores”, “Museu”, “Livraria”, “Passeios”, “Bancas”, “Bares”, “Shows”, “Eventos”, “Vamos ao Teatro”, “Shows e Espetáculos”, “Arte”, “TV / Cinema / Teatro”.

Na *Folha de S.Paulo*, em 1990 uma edição (característica e aleatória) comportava 24 páginas de assuntos culturais, um índice equivalente a 21,8% do total de 110 páginas nos 9 cadernos: **“1º Caderno”** (16 páginas) / **“Folhinha”** (08 páginas) / **“Economia”** (14 páginas) / **“Cidades”** (06 páginas) / **“Esportes”** (08 páginas) / **“Ilustrada”** (16 páginas) / **“Letras”** (08 páginas) / **“Classifolha-Imóveis”** (16 páginas) / **“Classifolha-Empregos-Tudo-Veículos”** (18 páginas).

A estrutura geral dos cadernos culturais do jornal, incluindo *Ilustrada* e *Letras*, era composta por seções mais ou menos fixas, com colunas, tabelas, boxes e passatempos, como “Sociedade” (Joyce Pascowitch), “Diário da Corte” (Paulo Francis), “Televisão” (José Simão), “Filmes na TV” (Inácio Araújo), “Astrologia” (Claudia Hollander), “Dial”, “Rádio”, “Bolsa de Cinemas”, “Shows e Vamos ao Teatro”, “Cruzadas” e “Quadrinhos” (dentre outros: “Chiclete com Banana”, “Garfield”, “Robô”, “Níquel Náusea”, “Hagar”, “Condado de Bloom”).

Um caso sintomático é o *Acontece* (*Figura 11 do Anexo 4*), que no início era apenas uma *página* interna e depois se transformou em *encarte*, até se destacar em definitivo e assumir o formato de *caderno*. Em 1990, o *Acontece* reunia uma constelação de tabelas e epítomes basicamente com programações, preços, endereços e telefones, maleáveis e editados sob demanda tais como “Crianças”, “Música”, “Passeios”, “Videolocadoras”, “Teatro”, “Avaliação das Salas”, “Fotos”, “Artes”,

“Mostras”, “Shows”, “Sebos”, “Livrarias”, “Cineclube”, “Casas Noturnas”, “Bares e Restaurantes / Cinemas / Teatros”. Alguns encartes com veiculação esporádica como “Comida” traziam especiais sobre temas diversos, ao sabor da voga.

Os textos de apreciação vinham com as chamadas “Crítica”, para quase todas as áreas, e “Resenha”, quando especificamente sobre livros. A área editorial, inclusive, tem grande destaque no caderno, com micro-colunas em que três convidados expressam suas opiniões de leitura, como em “O que Você está Lendo?” “Indicações” e “O que Precisaria ser Reeditado?”; e mais: “Primeira Leitura”, traduções; “The New York Review of Books”, traduções de artigos da publicação norte-americana; e os quadros “Lançamentos”, “Os Mais Vendidos da Semana” e “Informe Publicitário”, que apesar de ser um espaço não-jornalístico devidamente identificado no corpo do jornal, geralmente acompanhava o noticiário de livros no caderno, *se confundindo com ele*.

Alguns boxes tinham presença constante, como “Quem é?” e “Obras”, com dados relativos ao tema em pauta, “Erramos”, esporádico (mas persistente) quadro de retificação que depois migraria definitivamente para o primeiro caderno, e –quase uma marca da *Ilustrada* no período– o *Indifolha* (*Figura 42 do Anexo 12*), mistura de gráfico com desenho no qual estatísticas algo “inúteis” são constantemente oferecidas ao leitor no cantos inferiores da capa do caderno, supostamente para satisfazer uma curiosidade pública por banalidades, como explicitado “Degas é o artista com mais obras na coleção do MASP”, publicado em 03 fev. 1990, ou “Cresce o número de livros de filosofia”, no dia 1º de dezembro de 1990.

Neste período, a *Folha* abriu grande espaço para as artes gráficas e para os quadrinhos. Acompanhando um *boom* internacional de vendas e projeção que a área vivia desde os anos 80, destacou colunistas especializados para comentar os principais produtos que chegavam ao mercado, não deixando de estampar generosas reproduções dos atraentes trabalhos artísticos em suas páginas (*Figura 31 do Anexo 10*). A própria diagramação dos cadernos também explorou os recursos gráficos com resultados satisfatórios, incorporando expressões artísticas muitas vezes no lugar das próprias matérias (*Figura 33 do Anexo 10*), o que contribuiu para uma paginação diferenciada e, talvez, mais próxima ao perfil icônico e visual de comunicação que iria prevalecer com o advento da internet, alguns anos depois.

Em ambos os jornais, também são reproduzidos trechos e mesmo íntegras, muitas vezes acompanhados por ilustrações inéditas, de literatura (poesia e prosa), tratados, diários, epístolas, biografias e afins, principalmente, mas não apenas, no

caderno *Letras*, da *Folha*. Constituem, de fato, um testemunho incontestado do espaço que os jornais atribuíam à análise autoral, marcada e incontestavelmente presente nas edições de 1990. Em termos gerais, no período estudado o *Estadão* apresentou maior diversidade de nomes nos cadernos, com destaque para as áreas como a de literatura (28 contra 15 do concorrente), música (17 contra 7) e quadrinhos (7 contra 2), mas a *Folha* teve mais áreas cobertas no total (13 contra 11).

Edições de 2000 – Dez anos depois (em 02 abr. 2000), *O Estado de S. Paulo* editou um total –em nosso recorte– de 36 páginas sobre cultura, 15,6% das 230 páginas distribuídas por 14 cadernos no total: “**1º Caderno**” (32 páginas) [inclui “**Geral-Internacional**” / “**Economia**” (18 páginas)] / “**Esportes**” (08 páginas) / “**Cultura**” (20 páginas) / “**Imóveis 1**” (10 páginas) / “**Imóveis 2**” (06 páginas) / “**Imóveis 3**” (12 páginas) / “**Imóveis 4**” (10 páginas) / “**Autos 1**” (16 páginas) / “**Autos 2**” (14 páginas) / “**Empregos**” (30 páginas) / “**Construção**” (10 páginas) / “**Telejornal**” (16 páginas) / “**Suplemento Feminino**” (16 páginas) / “**Negócios&Oportunidades**” (12 páginas).

Sua estrutura em 2000, conforme compêndio baseado nas edições do *Caderno 2/Cultura* e do *Telejornal* consultadas, se dividia em: “Holofote”, “O Estado de Graça” (Cartum), “Seu Canal”, “Breves”, “Quadrinhos”, “Cruzadas Diretas”, “Cinemas”, “Guia TV”, “Anote na Agenda”, “Sopa de Letrinhas”, “Estréias”, “Infantil”, “Vídeo”, “Música”, “Visuais”, “Dança”, “Bienal do Livro”, “Brasil +500”, “Arte, Lazer e Cultura”, “Pano Rápido”, “Quem é Quem”, “O Que Vai Acontecer nas Novelas”, “Mais Vendidos” e “Guia”, incluindo “Cinemas”, “Parques”, “Lazer”, “Museus”, “Shows”, “Teatro” e “Arte”. Colunas e espaços fixos: “Astral” (Sydney Omarr), “Artes e Ofícios” (Karla Dunder), “Persona” (César Giobbi), “Bastidores” (Carla França), “Crônica” e “Humor” (com “Família Brasil” de Luiz Fernando Veríssimo); “Ponto de Vista” (com João Ubaldo Ribeiro, José Castello, Mário Prata e Millôr Fernandes), “Filmes da Semana” (Roberto Pujol Yamamoto), “Lançamentos” (Karla Dunder e João Luiz Sampaio), “Radical Chic” (Miguel Paiva), “Revista das Revistas” (Luiz Zanin Oricchio), “Sinopse” (Daniel Piza) e “Zap!”, para adolescentes (*Figura 29 do anexo 9*).

A expansão do espaço para o humor e para as artes gráficas, principalmente o comentário político ilustrado, são evidentes na produção do período. Além de, como a *Folha*, desde o começo da década de 90 o *Estadão* também dedicar páginas inteiras com grandes e muitas vezes coloridas reproduções dos principais lançamentos na área de quadrinhos (*Figura 31 do Anexo 10*), em 2000 o *Caderno 2* publicava –ocupando toda a

sua última página– a seção “*O Estado de Graça*” (*Figura 34 do Anexo 10*), onde reproduzia ilustrações, charges, caricaturas e cartuns de autores brasileiros, com enfoque destacado para política nacional e comportamento. A tendência se manteve entre os dois momentos investigados. O desenvolvimento tecnológico das ferramentas digitais de editoração também possibilitou um visível aprimoramento estético dos cadernos, não se tornando uma regra, mas possibilitando a eventual construção de atraentes, equilibradas e sugestivas peças de *design* gráfico (*Figura 46 do Anexo 13*).

Na *Folha de S.Paulo*, em edição do ano 2000 (aleatória, sem data) foram contadas 62 páginas nos cadernos de cultura, que perfazem 24,6% do total de 252 páginas dos 12 cadernos: “**1º Caderno**” [inclui “**Mundo**”] (32 páginas) / “**Dinheiro**” (12 páginas) / “**Esporte**” (12 páginas) / “**São Paulo**” (12 páginas) / “**Classificados-Imóveis**” (30 páginas) / “**Classificados-Veículos**” (34 páginas) / “**Construção**” (10 páginas) / “**Acontece**” (06 páginas) / “**Mais!**” (32 páginas) / “**Empregos**” [tablóide] (40 páginas) / “**TV Folha**” (24 páginas) / “**Tudo**” (08 páginas).

Estrutura do *Mais!* e *TV Folha* em 2000: “+Brasil 500 d.C.”, “Diálogos Impertinentes”, “Ponto de Fuga” (Jorge Coli), “Micro/Macro” (Marcelo Gleiser), “Periscópio” (José Reis), “Resenha da Semana” (Bernardo Carvalho), “Da Rua” (Fernando Bonassi), crônica, “Os 10 +”, “Quem Foi”, “Quem São”, “Em Breve” (ciência) e “Loucuras de Verão” (comportamento). A *TV Folha*, em formato tablóide: “Quiz” (cultura televisiva), “A Gafe da Semana”, “Cartas”, “Grade”, “O Que as TVs Abertas exibem para os Jovens”, “TV Paga”, “Astrologia” (Oscar Quiroga, Salvador Nogueira e Barbara Abramo), “Os Programas Mais Vistos”, “Próximos Capítulos”, “Os Mais Alugados na Semana”, “O Bom do Dia”, “Programação” e “Quadrinhos” (“Hagar”, “Níquel Náusea” e “Chiclete com Banana”). O encarte/caderno *Acontece* em 12 páginas concentrava “Cruzadas”, “Quadrinhos”, “Outro Canal” (televisão), “Lazer em SP”, previsão do tempo e cinema / TV / música / restaurantes.

Nos dois jornais, os textos propriamente de arte mantiveram aparentemente a mesma incidência, mas não foram considerados na pesquisa. Do mesmo modo, não houve alterações de grande relevância nas estruturas temáticas, ao menos em dimensões detectáveis na leitura dos cadernos. O aumento do número de ensaístas em 2000 está talvez ligado principalmente à presença do caderno *Mais!*, e também ao momento de maior permeabilidade internacional do pensamento.

Em linhas gerais, a distribuição por campo manteve o padrão nos dois períodos, assim como o montante de colaboradores, *não indicando sensíveis variações* além das

citadas. Por outro lado, a presença de autores reconhecidos em diversas áreas garante a pluralidade e a razoável atualização com as correntes de pensamento mais significativas no final/início de século.

Tais resultados do ano 2000 novamente fazem dos cadernos culturais, em número de páginas, o maior espaço temático no jornal *Folha de S.Paulo* (e agora também no *Estado*). Porém, o percentual de páginas em 2000 na *Folha*, graças ao aumento de 158,3% (em parte vinculado à introdução do caderno *Mais!*), já é bem maior que no *Estado*, mesmo com um aumento de 50% neste, chegando a 9 pontos percentuais de diferença. Como praticamente todas as editorias cresceram em número de páginas, em termos absolutos conclui-se que *o jornalismo cultural foi a área que ganhou mais espaço físico nos dois jornais entre 1990 e 2000*.

Os números – No total de 48 edições, foram 1.940 textos computados, dos quais 705 com classificação *cultural*, e 1.235 com classificação *serviço*. Se considerarmos por ano, em 1990 foram 755 textos, com 311 [*cultural*] e 444 [*serviço*]; e no ano 2000 foram 1.185 textos, dos quais 394 [*cultural*] e 791 [*serviço*]. Com o crescimento de quase 57% no total de textos editados em todos os cadernos, houve um aumento proporcional de 27% dos textos com classificação *cultural* frente a um aumento de 78% nos textos com classificação *serviço*.

O material iconográfico totalizou 3.510 unidades em todos os 48 cadernos, sendo 3.111 fotografias e 399 ilustrações. Como fotografias, foram consideradas as imagens especificamente fotojornalísticas, *reproduções* de capas de livros, discos e cartazes, manuscritos e originais de qualquer ordem, obras gráficas e de arte, imagens televisivas e cinematográficas, criações computadorizadas, animadas ou estáticas.

Como ilustrações, foram consideradas as peças *especialmente* desenhadas para o jornal, tanto em formato analógico tradicional, como gravuras a lápis, carvão, pastel, pincel e nanquim, ou com técnicas especiais de impressão e composição como xilogravuras, litografia, colagens e *assemblages*, quanto em formato digital, desenvolvidas com auxílio de softwares de programação gráfica, baseadas em *pixels* e/ou vetores. Também os ícones fixos de identificação de seções, quando houver, entraram na categoria *ilustrações*. As imagens publicitárias não foram consideradas na classificação do levantamento.

Por jornal e ano, as imagens ficaram enfim desta forma distribuídas:

Tabela 1. Número de Ilustrações e Fotografias, por jornal e ano, em unidades.

Cadernos / Ano	Fotografia	Ilustração	Total/Imagens
<i>Folha de S.Paulo</i>			
<i>Ilustrada</i> + <i>Letras</i> / [1990]	339	120	459
<i>Mais!</i> + <i>TV Folha</i> / [2000]	1.013	61	1.074
<i>O Estado de S.Paulo</i>			
<i>Caderno 2</i> + <i>Cultura</i> / [1990]	519	119	638
<i>Caderno 2</i> + <i>Telejornal</i> / [2000]	1.240	99	1.339

Observa-se um crescimento de 1.097 imagens em 1990 para 2.413 imagens em 2000, em um aumento de praticamente 120%. Este aumento explica-se em parte pelo fato de que em 2000 foram analisados em ambos os diários os cadernos de televisão, fonte abundante de imagens fotográficas em comparação com os outros cadernos. Na *Folha de S.Paulo*, comparando-se os anos de 1990 e 2000, o aumento foi de 134% no total de imagens, com 198,8% de aumento no número de fotografias e *decréscimo* de 49,1% no total de ilustrações. O crescimento do número de fotografia (por ser no domingo, dia do caderno *TV Folha*) foi enorme. O caderno *Letras*, no caso, concentrava o maior número de ilustrações, justificando a diminuição da incidência em 2000.

No *Estadão*, ocorreu um aumento de 109,8% no total de imagens, sendo 138,9% de aumento no número de fotografia e *decréscimo* 16,8% de ilustrações. Os números do *Estadão* em relação a fotografias respondem ao mesmo incremento do caderno de televisão, enquanto em 1990 havia mais ilustrações no caderno *Cultura*.

Em relação ao *Estadão*, na *Folha* observa-se o crescimento de 22% no número total de imagens, sendo o número de fotografias 43% maior e o número de ilustrações 49,2% menor. Conclui-se que este jornal passou a publicar *relativamente* mais imagens nos cadernos de cultura, veiculando *significativamente* mais fotografias e menos ilustrações que o concorrente.

Em uma tendência aparentemente natural, em termos gerais na *Folha* o número de fotografias supera enormemente o de ilustrações. No *Estado*, esta proporção é ainda maior. Comparativamente, na amostragem o *Estado* publicou 30% a mais de fotografias que a *Folha*, que por sua vez veiculou 20% a mais de ilustrações, apesar da incidência neste jornal cair 96,7% entre 1990 e 2000. Ambos os jornais publicaram menos ilustrações em 2000 do que em 1990, mas a redução na *Folha* foi mais acentuada.

Com o auxílio de gráficos, façamos agora as distinções estatísticas de conteúdos:

Crerios de conteudo para todos os graficos, em unidades:

Classificacão Servico:	Predomnio de informacão, menor centrimetragem, menor desenvolvimento, agenda, guia, calendrio de eventos.
Classificacão Cultural:	Predomnio de opiniao, maior centrimetragem, maior desenvolvimento, conceito, analise, interpretacão.

Gráfico 1. Comparativo Cultural “FSP X OESP” – 1990.

O gráfico representa a variação no número de textos da categoria *cultural* nos dois jornais em 1990. O comportamento dos jornais demonstra evolução semelhante em ambos na incidência de textos com classificação *cultural* em 1990, destacando-se um crescimento no início e no final do ano e uma baixa no seu decorrer. A *linha de comportamento* dos cadernos da *Folha*, mais variável, denota maior irregularidade, enquanto o *Estado* veiculou 6% a mais no total geral de textos de cunho *cultural*. A diferença, entretanto, se mostrou tímida, indicando equivalência na produção.

Gráfico 2. Comparativo Cultural “FSP X OESP” – 2000.

Em 2000, a diferença de 66,6% de textos com classificação *cultural* na *Folha* já demonstra uma significativa alteração, que creditamos à inclusão na pesquisa do caderno de domingo *Mais!*, com orientação editorial nitidamente argumentativa expressa em textos autorais e acadêmicos. Porém, com exceção dos três primeiros

meses do ano, no restante do período há novamente uma equivalência de comportamento, com ligeira variação positiva nos cadernos da *Folha*.

Gráfico 3. Comparativo Serviço “FSP X OESP” – 1990.

Proporcionalmente, em 1990 a *Folha de S.Paulo* publicou 42,6% a mais de textos da categoria *serviço* do que *O Estado de S.Paulo*. Com exceção do primeiro e dos três últimos meses do ano, em todos os outros momentos o índice de *serviço* foi superior na *Folha*, e mesmo onde ficou abaixo a diferença média de 36,8% foi muito pequena, em comparação ao aumento de 275% apenas em maio de 1990. Assim, os números demonstram que, na amostragem de 1990, a *Folha de S.Paulo* inseriu *consideravelmente* mais textos de *serviço* do que *O Estado de S.Paulo*.

Gráfico 4. Comparativo Serviço “FSP X OESP” – 2000.

Mantendo a tendência, a diferença entre os diários de 69,9% no ano 2000 confirma a constatação de maior incidência de textos de *serviço* na *Folha*, com um crescimento de 90,8% em relação ao período anteriormente analisado apenas neste jornal. A diferença mantém uma faixa relativamente homogênea no decorrer do ano, sendo que apenas em março há inversão da situação, porém com inexpressivos 2,3%, o que equivale a um único texto a mais de diferença no *Estado*.

Gráfico 5. Distintivo “Cultural X Serviço” – OESP: Caderno 2+Cultura – 1990.

Em 1990, os números da polarização dos textos no *Estadão* corroboram em última análise a hipótese de superação do formato *cultural* pelo de *serviço*, com 14,3% em média de diferença nos textos publicados. Isso acontece ainda que o índice *cultural* tenha superado o índice *serviço* em 60% nos dois primeiros meses e em 50% no mês de maio, além de haver coincidência de números em junho e julho. Tal inversão se dá porque, à medida que se aproxima do final do ano, ocorre um crescimento pronunciado no *serviço* (chegando à diferença máxima em relação ao *cultural* de 137,5% em outubro), quando o total mensal também aumenta (como indica a diferença entre o menor índice de 20 textos em maio para o maior de 47 textos em novembro).

Gráfico 6. Distintivo “Cultural X Serviço” – OESP: Caderno 2/Cultura+Telejornal – 2000.

Em 2000 a situação já aparenta ser outra no *Estadão*, indicando o peso decisivo do caderno *Telejornal* nos números dos textos classificados como *serviço*. O montante de textos de *serviço* foi no geral 90,2% superior ao número de textos com classificação *cultural* no período. Um aumento exponencial que tipifica a supremacia dos textos de *serviço* em 2000, apenas superados no mês de julho pela categoria *cultural*, e mesmo

assim por apenas 15,7% (3 textos) de diferença, índice irrisório se comparado com a diferença máxima de 377,7% (34 textos) ocorrida na amostra de março daquele ano. As linhas se distanciam nos 2 primeiros meses do ano, para se reaproximarem a partir de março e então manterem um padrão relativamente constante no restante do ano, ainda com nítida supremacia da categoria *serviço*.

Gráfico 7. Distintivo “Cultural X Serviço” – *Ilustrada+Letras* – 1990.

Na *Folha*, em 1990 o comportamento é de predomínio quase absoluto dos textos de *serviço*. Com exceção de janeiro (100% a mais de textos da categoria *cultural*) e dezembro (15,3% a mais de textos da categoria *cultural*) as linhas não se tocam, ficando a diferença proporcional geral em 72,8% a mais de textos de *serviço*. Na média geral do ano, são 22 textos da categoria *serviço* para 12,5 textos da categoria *cultural*, sugerindo uma proporção de quase dois (1,74) textos de *serviço* para cada texto *cultural*.

Gráfico 8. Distintivo “Cultural X Serviço” – *Mais!+TV Folha* – 2000.

Em comparação com o período anterior, em 2000 houve uma expansão considerável da diferença entre as categorias *serviço* e *cultural* na *Folha de S.Paulo*, com a predominância proporcional do *serviço* saltando para 107,5%. As linhas agora não se tocam em nenhum momento, mantendo uma evolução semelhante nas duas

categorias. Em números brutos, em abril de 2000 ocorre o ponto máximo de afastamento entre as categorias (37 textos), superando em 60,8% o ápice de incidência em 1990 (23 textos). Em janeiro, ponto mais baixo de incidência de *serviço* nos dois períodos, o percentual foi 271,4% maior em 2000 (26 textos) do que em 1990 (7 textos).

Gráfico 9. Comparativo “**Serviço**” – OESP– 1990-2000.

No *Estado de S.Paulo*, as linhas registram um crescimento geral de 60,1% na incidência da categoria *serviço*. De fato, durante todo o ano de 2000 os índices da categoria *serviço* superaram os de 1990, diminuindo a diferença com o passar do tempo até ocorrer uma inversão no bimestre novembro/dezembro, quando os textos de *serviço* publicadas em 1990 predominam com 21,9% de textos a mais do que em 2000. No entanto, o crescimento na incidência geral da categoria *serviço* entre os dois períodos (com um acréscimo de 110 textos) denota a tendência predominante do diário.

Gráfico 10. Comparativo “**Cultural**” – OESP– 1990-2000.

À primeira vista, a evolução das linhas de comportamento relativas à categoria cultural no *Estadão* possui maior irregularidade nos dois períodos. Tal impressão decorre da alternância de pico entre as categorias. Um exame mais detalhado dos números, entretanto, demonstra um decréscimo de apenas 3,8% na incidência da

categoria cultural, o que representa uma diferença (para menos) de apenas 6 textos. Conclui-se que a incidência da categoria cultural no *Estadão* de fato diminuiu, mas a diferença é tão ínfima que se pode considerar que continuou no mesmo patamar.

Gráfico 11. Comparativo “Serviço” – FSP – 1990-2000.

A incidência da categoria *serviço* na *Folha de S.Paulo* atinge 90,8% de acréscimo em 2000. Praticamente dobrou no intervalo 1990-2000. Quase paralelas, as linhas mantêm um comportamento similar, sobem e descem na mesma proporção, sendo que em nenhum momento os índices de 1990 ultrapassam os índices posteriores. O pico máximo em 2000 (58 textos em abril) é 87% maior do que o pico máximo em 1990 (31 textos em julho). Os menores índices, confirmando o primeiro mês do ano como o de menor incidência tanto da categoria *cultural* quanto da de *serviço*, são 271,4% maiores em 2000 (26 textos em janeiro) do que em 1990 (7 textos em janeiro). O noticiário cresce sensivelmente.

Gráfico 12. Comparativo “Cultural” – FSP – 1990-2000.

Menos irregulares do que no *Estado*, as linhas de comportamento na *Folha de S.Paulo* registram um aumento de 58,9% na incidência de textos da categoria *cultural*, índice positivo, mas bem abaixo do índice equivalente na categoria *serviço*. Com

exceção de janeiro de 1990, houve mais textos da categoria *cultural* em todos os meses de 2000, atingindo um ápice em março, com 30 textos. Com o aumento geral do noticiário de assuntos artístico-culturais, a *Folha* veiculou mais textos da categoria *cultural* em 2000 do que em 1990, mas em compensação o aumento da categoria *serviço* foi muito maior no mesmo recorte (58,9% contra 90,8%: crescimento da categoria *serviços* foi 54% maior do que a categoria *cultural*).

Num todo, o confronto dos dados parece indicar que, talvez como reflexo da expansão empresarial (que inclui leitores e anunciantes) de seus publicadores no período analisado, o espaço para os assuntos culturais *cresceu perceptivelmente nos dois diários*, tanto em sua categoria *serviço* como na *cultural*; este espaço crescente, porém, foi *majoritariamente* ocupado pela categoria *serviço*, que aumentou sua incidência exponencial com um ritmo maior do que os textos aqui classificados como *culturais*.

Estudo de caso: características de uma cobertura

Além da análise *quantitativa* que acima acompanhamos foi realizada uma compilação *qualitativa* de textos, que trouxe dados interessantes sobre a atividade jornalística especializada em cultura. Este manancial de campo se justifica por sugerir comportamentos atuais e tendências para o futuro. Destacamos novamente que não foi intenção da pesquisa realizar uma avaliação valorativa das matérias, feito de caráter subjetivo fora do alcance e objetivo desta dissertação, mas sim efetuar uma *leitura das fontes* encontradas no recorte espaço-temporal selecionado, *onde a atividade do jornalismo cultural fosse, direta ou indiretamente, o objeto central de discussão*.

Em outras palavras, não há como avaliar conclusivamente *a qualidade do jornalismo cultural impresso* a partir da produção empírica, nem mesmo relacioná-la com os dados quantitativos, mas apenas acumular indícios e analisar opiniões nos próprios veículos. Metalinguagem, autocrítica ou dialogismo nas páginas dos jornais. É isso que agora tentaremos investigar.

Indícios – Em 15 de dezembro de 1985, a *Ilustrada* publica o anúncio de um *concurso de texto em crítica cultural* (Figura 48 do Anexo 15), talvez visando uma estratégica aproximação com o leitor ou mesmo a contratação de fato do vencedor.

Meses depois, em 27 de julho de 1986, em um *box* intitulado “O leitor indica”, o *Caderno 2* imprime uma listagem de livros e discos enviada pelos leitores, incluindo

também um cupom destacado por linhas tracejadas (para ser recortado e enviado à redação). Novamente, é a *interação* com o leitor que provoca interesse.

De fato, tal aspecto de comunicação direta chamou-nos a atenção novamente ao depararmos com outro anúncio, um verdadeiro *déjà vu* publicado na mesma *Ilustrada* cerca de dois anos depois que o primeiro. Em 20 de dezembro de 1987, sob a chamada “consultor cultural”, lemos o seguinte anúncio, com acentuado destaque gráfico (com fio grosso) e certo destaque editorial (em página ímpar, junto às sinopses jornalísticas e ao serviço de cinema):

“A **Folha** está selecionando currículos de pessoas com formação universitária interessadas em disputar uma vaga de consultor cultural da *Ilustrada* nas áreas de televisão e cinema. Será dada preferência a quem tenha cursado ou esteja cursando pós-graduação na área de Ciências Humanas. Exige-se domínio perfeito da língua portuguesa e de ao menos uma língua estrangeira (inglês, francês ou alemão) e familiaridade e senso crítico com a linguagem televisiva.”³⁴⁹

O texto fala diretamente com o seu leitor, colocando-o na mesma altura do autor, desde que possua “senso crítico com a linguagem televisiva”. O leitor aqui não é inferior ao escritor. Ao contrário, ele é chamado a compor a redação, mesmo que como consultor, desde que tenha *formação universitária*, pois não é qualquer leitor que poderá fazer parte do seleto grupo de jornalistas da área cultural. Há um concurso, uma competição que deve selecionar o mais qualificado candidato dentro das normas eruditas e jornalísticas. Ele deverá ser capaz de dar conta deste aspecto do jornalismo cultural, capaz de avaliar com rigor a produção cultural contemporânea em cinema e TV (note-se, as de maior expansão em receita e produtos) e, como consultor, assessorar os repórteres da área. Além de “domínio perfeito” de português e outro idioma.

Como hipóteses, ao buscar no seu público leitor novos consultores culturais, o jornal indica que: há muita demanda por produtos culturais e poucos especialistas; os jornalistas culturais precisam do suporte técnico de um consultor, mesmo que seja um leitor; há uma busca desesperada por talentos; os profissionais qualificados estão rareando nas redações. Também chega a ser intrigante a ressalva feita no primeiro anúncio –o do *concurso*– à procura de novos talentos: “Isso não significa (...) que os críticos que trabalham atualmente na *Folha* não correspondam às exigências feitas aos candidatos do concurso”; é quase um pedido de desculpas para o leitor, por sugerir que

³⁴⁹ Consultor cultural. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 20 dez. 1987. *Ilustrada*. p. 63.

ele, o leitor, *faça* o que todos buscam e o que, ao menos em tese, é a razão de ser de uma seção cultural de um grande jornal diário impresso: a crítica.³⁵⁰

Naquele momento, o caderno contava com articulistas (jornalistas e intelectuais), que assinavam colunas e/ou textos em suas páginas. Mesmo assim, com colaboradores de renome à disposição, o jornal necessitava (e o demonstrava claramente) de novos consultores, indicando insuficiência técnica ou humana em seu quadro de profissionais.

Se não há colaboradores suficientes, e os que existem não são exclusivamente jornalistas, temos de concluir que, ao admitir tais hipóteses, precisamos lançar alguma luz sobre os motivos da diminuição dos talentos e conseqüente desgaste na qualidade do jornalismo cultural. Assim, se há uma relação direta entre a qualidade dos redatores, críticos e repórteres com o texto jornalístico por eles desenvolvido, podemos incorrer na problemática envolvida e listar alguns fatores potenciais como: a decadência do sistema básico de ensino nacional; a guetificação e a especialização extrema dos jornalistas; a segmentação crescente do mercado; a fragmentação da realidade; a formação superior sem pesquisa e excessivamente superficial.

O último ponto, inclusive, deve ser ressaltado, pois o anúncio busca profissionais com “formação universitária”, além de *preferencialmente* pós-graduados; tal fato nos leva a uma questão mais abrangente e complexa da problemática cultural na pós-modernidade, a *fragmentação da realidade*, como indica a análise de Gisela Taschner Goldenstein. Da verve dos jornalistas especializados e com diploma universitário, como afirma Goldenstein, passou a emergir uma “realidade fragmentada, que expressa, de algum modo, a própria fragmentação da consciência burguesa, (e) que torna difícil para o leitor recompor a visão de conjunto da sociedade”.³⁵¹

Assim, há possibilidades de que a crítica cultural tenha se diluído e deixado de ser reflexiva devido à própria produção cultural ter se tornado superficial e fragmentária, dentre tantos outros fatores. Os textos documentados não comprovam, mas sugerem. Para um estudo de caso, selecionamos de antemão alguns temas que foram sugeridos pelas fontes e que tocam em pontos sensíveis da produção jornalística especializada em cultura.

Equívoco de julgamento: acusação mais comum e fartamente exemplificada neste trabalho. As acusações de equívoco de tão freqüentes podem ser consideradas

³⁵⁰ A Folha abre concurso de crítico. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 15 dez. 1985. Ilustrada. p. 106.

³⁵¹ GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. Op. Cit. p. 29.

como subproduto da crítica. Opinião é um convite ao debate e à dialética. Segundo Piza, o “medo da opinião é pai do achismo e tio da leviandade”.³⁵² Entretanto, não é necessariamente negativo se equivocar, mesmo porque os erros de avaliação surgem (geralmente) com a posteridade. Se a “função da crítica não é acertar sempre, mas sim iluminar a compreensão de uma obra”,³⁵³ pode-se então ajudar na compreensão da obra por vias indiretas. Alguns jornalistas crêem até mesmo que o equívoco seja benéfico no processo de formação intelectual do crítico, na medida que o insere nas singularidades da história, como exposto a seguir:

“Todo crítico de jornal diário está exposto a esses perigos de equívocos de julgamento. Faz parte dos chamados ossos do ofício. É nesses momentos, aliás, que ele exerce com mais força talvez (embora involuntariamente) o papel de catalisador de um espírito de época. Flagramos no seu espanto o choque do novo.”³⁵⁴

O equívoco, porém, às vezes pode encobrir problemas de outra ordem, como podemos concluir de uma passagem cáustica do polêmico Paulo Francis. Bem antes da introdução do ombudsman na imprensa brasileira, que se daria naquele mesmo diário, Francis ocasionalmente se referia ao caderno cultural do jornal onde escrevia com um indisfarçável escárnio (como a quase tudo, na verdade). Comentando ocasionalmente certo clássico do cinema, observou que a “*Ilustrada* chama na capa o filme como um *western*”, para então completar com um chiste, bem ao seu estilo, dizendo que o diretor “se sentia tão à vontade no Oeste como eu desfilando na Mangueira”.³⁵⁵ Talvez fosse mero preciosismo ou implicância do jornalista, já que classificação de filmes é algo nada científico; ou talvez fosse de fato um erro grosseiro de informação, o que aparentemente Francis concluiu ao apontar para os hiperbólicos “315 críticos de cinema da *Folha*”, que permitiam passivamente que uma “impropriedade” daquelas fosse parar logo na capa do caderno.

Sincronia com a indústria: Outro aspecto de grande importância no tema é a impossibilidade de independência do jornalismo cultural em relação à indústria de bens culturais. Fontes indicam que o jornalismo é utilizado oportunamente, na forma de falsa

³⁵² Cf. PIZA, Daniel. Pontos luminosos. Op. Cit.

³⁵³ LABAKI, Amir. Livro revela como Pauline Kael iluminou a crítica de cinema. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 08 mai. 2000. *Ilustrada*. p. 02.

³⁵⁴ MORAES, Angélica de. Toda a atualidade de um pensador consciente. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 04 jun. 2000. Caderno 2/Cultura. p. 07.

³⁵⁵ FRANCIS, Paulo. Salvados de incêndio. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 02 jun. 1990. *Ilustrada*. p. 12.

reportagem com intenções publicitárias, e que também é *descartado* e até *afastado*, quando por *uma leviandade crítica* pode ter a infeliz idéia de entrar em dissonância com os interesses comerciais. Para a indústria, que mantém os jornalistas como reféns, crítica desfavorável não tem vez. Vejamos um caso exemplar ocorrido no nosso período:

“A distribuidora brasileira de ‘A Reconquista’ não fez sessões do filme para a imprensa. A tática é usada há muito tempo pelos estúdios americanos para esconder da imprensa filmes vagabundos. (...) É questão de matemática: nos EUA, a bilheteria do fim-de-semana de estréia de um filme pode representar até 30% do faturamento total da fita. Se as críticas publicadas forem negativas, o público cai, e o estúdio sai perdendo. A solução é não exibir o filme para a imprensa. Assim, as críticas só saem dois ou três dias depois da estréia, tempo suficiente para que os espectadores possam gastar dinheiro com o abacaxi.”³⁵⁶

Esta estratégia, que coloca o jornalismo cultural como mera *caixa de ressonância da indústria do entretenimento*, também pode ser exemplificada por um exemplo mais recente. Por ocasião do lançamento de um livro de grande repercussão comercial, a editora enviou para os principais jornais de São Paulo e do Rio de Janeiro os exemplares acompanhados por um *texto de orientação*: “Atenção: livro distribuído à imprensa com embargo até sexta-feira 10/12 (a publicação de matérias e resenhas só está liberada a partir de sábado 11/12)”. O ombudsman da *Folha de S.Paulo* (em 2005) explica o significado de *embargo* nestas circunstâncias: “Embargo é como os jornalistas designam o acordo em que os meios de comunicação abrem mão da informação exclusiva e se comprometem a publicar juntos determinada notícia no dia escolhido pela fonte, que pode ser uma editora, uma gravadora ou um instituto de pesquisas”.³⁵⁷

Seguindo a regra, como já ocorrera em tantas outras oportunidades, no prazo estipulado os jornais publicaram “cadernos culturais muito parecidos” –um material “quase que exclusivamente descritivo”– onde anunciam com alarde o grande lançamento editorial. A existência do embargo motivou o referido ombudsman a concluir que a “impressão que fica é que os jornais estão mais a serviço das editoras do que de seus leitores. A pergunta é: quem ganha com esta política?” Justificado pelas editoras como uma garantia de “divulgação justa e equânime de suas informações na grande imprensa, sem privilégios”, o embargo evitaria a “‘garantia de exclusividade’ exigida por alguns veículos como moeda de troca para publicação de resenhas,

³⁵⁶ BARCINSKI, André. Imprensa não vê filme ruim. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 04 jun. 2000. Ilustrada. p. 05.

³⁵⁷ Cf. BERABA, Marcelo. Sempre aos Sábados. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 19 dez. 2004. [Ombudsman].

entrevistas ou reportagens (...) privando seus leitores da informação [quando] deixam de publicar determinadas matérias só porque a concorrência já as antecipou”.

Em outras palavras, um estratagema para se evitar o furo. Aos jornais obcecados pela exclusividade, este aspecto pode bastar. Se um der, os outros (sem tanta preocupação com os leitores) não o fazem, e prejudicam a estratégia de lançamento e a *cobertura*. As editoras, que manipulam o noticiário com a moeda da *exclusividade*, obviamente saem ganhando com a *obsessão pelo furo*, pois com o embargo têm “seu produto visível nos principais meios de comunicação do país”. Mas, como afirma o editor do *Caderno 2* Dib Carneiro Neto, o “leitor habitual dessa área tem um perfil no qual o que importa não é só ‘o que’ se publica, mas ‘como’ se publica”. Portanto, o ponto está em “descobrir até onde vai a subordinação a este mercado e onde fica o exercício crítico e diferenciado do jornalismo”.³⁵⁸

Ilustrando tal *subordinação*, outro caso recente ocorrido no segmento de revistas expôs cruamente uma faceta que transcende ao *embargo*. Em 18 de março de 2005, em uma inédita estratégia de marketing na história da imprensa brasileira, as três principais revistas semanais brasileiras – *Veja* (circulação média semanal em 2004 de 1,115 milhão de exemplares), *Época* (428 mil exemplares) e *Istoé* (372 mil exemplares) – foram às bancas com capas sobre o mesmo assunto, o novo livro do escritor Paulo Coelho. O fato gerou controvérsia e indignação em alguns leitores, que escreveram para o ombudsman da *Folha* opinando que todos os meios, sem exceção, caíram na armadilha fácil de “transformar em notícia as bobagens de celebridades”.

Na opinião lacônica de Marcelo Beraba, o episódio indica que atualmente o jornalismo é mais “mercado do que notícia e de que as capas fazem parte de uma estratégia comercial que envolve as redações”.³⁵⁹ A *credibilidade* do jornalismo parece mesmo coisa do passado: “Que jornalismo é esse?”,³⁶⁰ perguntam os leitores.

A mania de listas: Outra faceta do moderno jornalismo cultural (talvez até internacional) é a fixação com listas e classificações. Nos anos 90, também se confundindo com os *rankings* (*Figuras 23 e 25 do Anexo 8*), estas listagens apareciam a toda hora sob qualquer argumento e tinham o didatismo e a curiosidade como álibis, além do “afeiçoamento” por esquemas competitivos/valorativos que marcam nossa

³⁵⁸ Idem.

³⁵⁹ BERABA, Marcelo. Três vezes Paulo Coelho. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 27 mar. 2005. [Ombudsman]. p. A06.

³⁶⁰ Idem.

época, com o apogeu dos esportes de competição e as disputas de “melhor do mundo” em absolutamente todas as áreas com destaque na era pós-industrial. Em 2000, esta pendência mitômana foi ao clímax, com a oportunidade coincidente de listar os melhores do ano, do século, do milênio... (*Figuras 24 do Anexo 8 e 47 do Anexo 13*).

Os jornais, ao que tudo indica, não avaliam a propagação de listas como uma excessiva esquematização que limita o texto, mas convictos de que auxiliam o público e os historiadores do futuro apostam na compensatória utilidade de ainda serem as *antenas do gosto popular*. “Embora essa mania de listas seja irritante, devo reconhecer que não me parece inútil. (...) Eu mesmo participei (...) [é] útil às pequenas bibliotecas do interior (...) funciona como uma tomada de pulso do gosto de uma época”,³⁶¹ admite Marcelo Coelho.

Autoritarismo e exibicionismo: A apreciação das atividades artístico-culturais jamais será uma unanimidade. Nos anos 90, entretanto, com o advento da *maré crítica*, os amuos e discussões se intensificaram muito, canalizados nas réplicas, tréplicas e cartas do leitor do jornal. Muitas vezes, independentemente do valor intrínseco do que é avaliado, enquanto o crítico tem a caneta e a balança nas mãos, a posição do criticado não é boa: expõe-se para retificar o que no seu entendimento são erros de avaliação e um pouco ingenuamente abre a guarda para ser, salvo raríssimas exceções, novamente *desqualificado em nome do leitor*. O caso que destacamos, publicado como réplica no caderno *letras* em 1990, demonstra o espanto do criticado com a *intensidade* e a *convicção derivativa* com que foi atacado.

“A opinião geral é de que raramente se terá lido num grande cotidiano resenha tão violenta e tão definitiva quanto a assinada pelo jornalista (...). Em suma, a triste polêmica iniciada (...) terá por único efeito mensurável, na superfície de seu artigo e à diferença de outras resenhas publicadas, o fato de não falar do que está em jogo...”³⁶²

O crítico, então, se reveste do ímpeto de *serviço público* que perpassa o jornalismo e, logo abaixo da réplica, redige secamente algumas linhas que tombam a lápide sobre a obra e colocam o responsável na posição de uma criança surpreendida na peraltice. Ou de um farsante pego em flagrante: “para o leitor (...) pouco importam

³⁶¹ COELHO, Marcelo. A mania de listas é irritante, mas não é inútil. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 05 jan. 2000. Ilustrada. p. 08.

³⁶² Cf. ALLIEZ, Eric. Resenha não considerou qualidades da obra. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 03 nov. 1990. Letras.

desculpas (...). Objetivamente, a resposta (...) apenas prova que [a obra] é ruim e mal-editada”.³⁶³ O que enxergamos neste caso é o risco para o *ambiente cultural*, enraizado sempre além do mercado financeiro, que representa tal postura de *vigilante da qualidade*; especialmente em um país como o Brasil, onde a indústria cultural massiva, apesar do aumento considerado de oferta e consumo, ainda não se consolidou plenamente e onde há uma enorme escassez de novos produtos e insumos.

Como afirma Nelson Ascher,³⁶⁴ criticar é uma tarefa bem difícil. “O prazer de falar mal é baixo e implica duas perdas de tempo: o da leitura e o da formulação da crítica”, afirma. As iniciativas devem ser avaliadas com critérios, mas também estimuladas a melhorar e crescer. Parece ser mais útil ao público.

Os críticos também são acusados de *arrogância*, por se sentirem donos da verdade. Este expediente, como outros já alertaram, pode ocultar fragilidades conceituais em seu âmago. Em um procedimento padrão, o autor escreve para “apontar algumas incorreções” resultantes da “rapidez impressionista da crítica de imprensa”. Afirma então que o “tom leviano” da resenha “opera um reducionismo, (...) para reiterar os chavões”, e finaliza desafiando o resenhista “a provar [as] afirmações”.³⁶⁵ Entrementes, o recorte abaixo traz mais claramente a típica acusação contemporânea de *comunicação autoritária* onde, na falta de argumentos, impõe-se a opinião:

“Boa parcela das críticas literárias que os jornais publicam hoje é destinada, menos à informação do leitor, apoiadas num percurso argumentativo, e mais ao exibicionismo crítico e performático de seus resenhadores. Não se tecem argumentos com o objetivo de escorar esta ou aquela opinião, como faziam em décadas passadas os mestres brasileiros (...), mas procura-se legislar sobre o que é ou não pertinente. O tom impetuoso dessas resenhas deve-se ao fato de haver já uma opinião a priori sobre o projeto focalizado, bastando ao ‘dono da voz’ emitir seu veredito. O leitor... ora, que se oriente por si mesmo diante de tal tribunal.”³⁶⁶

Especialista de assuntos gerais: A geração que fez o jornalismo cultural no final do século XX reivindicou o resgate das bases formais da crítica, da especialização e do profissionalismo. Este aspecto contrasta com a realidade de retração crescente que se seguiu, restando concluir que, com a extinção contínua dos espaços e o afastamento

³⁶³ Idem.

³⁶⁴ Cf. ASCHER, Nelson. Pouco encanto na nova obra do maior poeta brasileiro vivo. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 06 jan. 1990. Letras.

³⁶⁵ NAZÁRIO, Luiz. Chavões da crítica. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 08 jan. 2000. Jornal de Resenhas. p. 7.

³⁶⁶ PAIXÃO, Fernando. Quem pode ter a receita do gosto pela leitura. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 27 jul. 1993. Ilustrada. p. 03.

dos “críticos embasados” (substituídos por escrevinhadores ainda mais jovens), aos continuadores da geração de 80 só restou o discurso da *especialização* e da *versatilidade*, um espectro intelectual envolto em fragmentos referenciais e imerso na auto-suficiência prosaica da profissão. Todavia, não se livraram da chacota, como podemos ler na sátira feita pela atriz Christiane Tricerri, na pele de *Patty Diphusa*, personagem de uma peça de Pedro Almodóvar encenada em São Paulo no ano 2000.

“As revistas e jornais ‘pós-modernos’ transformam em celebridades da intelectualidade, a cada minuto, meninos pálidos e louros, retratos mumificados de Dorian Gray. (...) Eles são, os ditos, especialistas em teatro, cinema, música, pós-modernismo, masturbação etc. (...) Numa tarde ensolarada, o pretenso-menino-pálido-crítico-do-jornal pós moderno me entrevista. Crítico ES-PE-CIA-LI-ZA-DO.”³⁶⁷

Profissão privilegiada: Como ressaltamos anteriormente, o jornalista cultural é visto com reservas por muitos motivos, mas também é “invejado” pela posição singular que ocupa em relação ao campo de atuação: o mercado. Seja pelo contato direto com celebridades, famosos, autoridades e todo tipo de pessoas “especiais” como artistas, espectadores e produtores, seja pelo procedimento de receber *gratuitamente* os produtos que avaliará, como CD's, livros, revistas, jornais, DVD's, entradas para shows, peças, festas etc., o jornalista cultural se beneficia (aos olhos do público) desta proximidade ambígua com a arte e com a indústria e (aos olhos dos jornalistas de outras editorias) da “facilidade” e “subjetividade” que são permitidas ao seu texto.

O jornalista cultural, muitas vezes, é representado como alguém que vive do suborno e que pode escrever as futilidades que quiser. Na passagem para o século XXI, jornalista de “*Caderno 2, Ilustrada, Caderno B e Segundo Caderno*”, segundo Bivar, é uma “gracinha porque sua tarefa é passar o glamur (sic) de eventos mais fúteis e levianos tipo artes, espetáculos, bares e sociedade. Jornalismo tem essa coisa: as pessoas mandam muito presente. Camisetas, agendas, livros...”³⁶⁸ *Jornalismo tem essa coisa.*

Rugas públicas: a reedição das “polêmicas” de opinião

Um dos pontos que mais chamaram a atenção ao se ler a produção dos cadernos no período em foco foi a presença constante de “polêmicas” públicas, ora entre crítico e

³⁶⁷ TRICERRI, Christiane. Um crítico que queria ser Diphusa. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 04 mai. 2000. Ilustrada. p. 02.

³⁶⁸ BIVAR, Antonio. Doce, muito doce: reflexões sobre a atividade jornalística e o minimalismo misantropo. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 17 abr. 1986. Caderno 2. p. 02.

artista, em discordâncias até compreensíveis dados os interesses econômicos e estéticos em jogo, ora entre crítico e crítico, miríade de *réplicas* e *tréplicas* (havia até espaços assim identificados) que denotam certa *vaidade* e pendor para o *embate*, tantas vezes deselegante. Ademais, pela sua própria natureza “denunciadora” a crítica tende mesmo a comportar a polêmica e a controvérsia, o que a leva invariavelmente ao isolamento ou à complacência, ambos produtos bastardos do *medo da opinião*.

“A solidão do crítico cresce em progressão geométrica, quando ele se propõe a denunciar o que quer que seja (...). Enfrenta a ira desgovernada dos denunciados (calúnias, injúrias e difamações a quilo e a la carte), a oposição dos amigos dos denunciados, a indiferença de uma maioria apática, o despeito dos invejosos, o aplauso silencioso dos que lhe abraçaram a causa (tão silencioso que de nada vale).”³⁶⁹

Constatamos que este é um dos aspectos que os “reclamadores do jornalismo cultural” mais se ressentem na produção contemporânea: a polêmica aleatória, o escândalo. Para alguns observadores mais otimistas, este traço representou a reedição dos antigos confrontos que os jornais brasileiros puderam presenciar durante décadas envolvendo críticos, intelectuais, artistas e intermediários.

Históricos embates entre estilos, escolas e tendências literárias que reuniam gente do quilate de Mário e Oswald de Andrade, Antonio Candido, Afrânio Coutinho e outros. Werneck Sodré³⁷⁰ faz um breve inventário desta tradição e lista *rinhas* famosas como as de Carlos de Laet contra Camilo Castelo Branco; Júlio Ribeiro versus padre Sena Freitas; Sílvio Romero contra Machado de Assis; Sílvio Romero contra A. Bandeira de Melo; e a maior da época, que opôs Rui Barbosa a Ernesto Carneiro Ribeiro. Estes casos ilustram a contento a tradição da *polêmica* na imprensa brasileira, mesmo que muitos outros pudessem ser lembrados, como o célebre episódio modernista que envolveu o escritor Monteiro Lobato e artista plástica Anita Malfatti em 1917 ou o mais recente entrevero entre o jornalista Paulo Francis e o cantor Caetano Veloso, em 1986.

Mas, como escreveu Balzac (1981), “a polêmica, meu caro, é o pedestal das celebridades”. Os mais pessimistas alegam que a contenda constante e recente se deu mais em busca de repercussão do que movida por fidelidade às idéias. O fato é que os

³⁶⁹ Cf. LANYI, José Paulo. Odiados, mas necessários. Op. Cit.

³⁷⁰ Cf. SODRÉ, Nelson Werneck. Op. Cit.

cadernos (notoriamente mais na *Folha* que no *Estadão*) comportaram vários exemplos desses “duelos” (*Figura 49 do Anexo 15*), que podem nos indicar aspectos reveladores do jornalismo cultural impresso praticado em São Paulo nos anos 90. Era uma tradição que, tudo indica nesta direção, posteriormente se retraiu, uma vez que “não há indignação, menosprezo ou polêmica sobre as opiniões dos críticos, porque simplesmente eles não são [mais] visíveis”.³⁷¹

De tal modo que, inicialmente, apesar de concordarmos com as afirmações de críticos como Adriano Schwartz, para quem as *Ilusões Perdidas* de Balzac não retratam com fidelidade o jornalismo (e que por extensão é uma pura “bobagem” confundir literatura e realidade), não podemos deixar de invocar o clássico do realismo francês quando nos deparamos com casos como os que se seguem.

Isto porque neles afloram detalhes muito próximos ao contexto balzaquiano do século dezenove, onde os *negociantes de frases* –que são os jornalistas– se digladiam na tarefa de a tudo “tipificar, individualizar, sintetizar, dramatizar, superiorizar, analisar, poetizar, prozaicizar, colossificar, angelizar, neologizar e tragificar”. Nas palavras de Balzac “qualquer garoto recém-saído do colégio há de se julgar um grande homem; subirá à coluna de um jornal para esbofetear seus predecessores, aos quais há de puxar pelos pés para lhes obter o lugar”.³⁷²

Tais passagens da monumental “Comédia Humana” podem não retratar fielmente a realidade empírica, mas, como veremos, se constituem em uma excelente ilustração invocativa. Repasemos então alguns dos últimos casos históricos nos quais o crítico se “esbofeteava” em praça pública e era ainda “visível” no jornalismo cultural praticado nos maiores periódicos paulistas.

Caso 1. Os meninos e os gurus

Um primeiro exemplo selecionado (porque aparentemente *muitos* outros surgirão, quando procurados) de *polêmica* se iniciou na *Folha de S.Paulo* em 1990. No dia 27 de outubro daquele ano, o escritor Marcelo Rubens Paiva, rebatendo uma crítica do jornal –publicada no caderno *Letras* em 25 de agosto de 1990 com o título “Best-Seller Brasileiro Explora o Tema Místico”– sobre seu então mais recente livro, escreveu:

³⁷¹ AMARAL, Aracy. Mundo da arte não tem mais como se indignar. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 04 jun. 2000. Caderno 2. p. D09.

³⁷² BALZAC, Honoré de. *Ilusões Perdidas*. São Paulo: Abril Cultural, 1981. p. 176.

“Mau-humor é rei. Alguns garotos e garotas, recém-saídos das escolas de comunicação, ganham um crachá da *Folha* e um nome de presente para assinarem artigos. Antes eram Pepes. Hoje, são tantos que, fugitivos do anonimato, cavalos no páreo, dada a largada, saem gritando nas páginas ilustres – ‘Eu existo, ouçam-me, leiam-me, odeio tudo!’ – para serem alguém antes da maldita linha de chegada. E para isso, o cinema nacional é jogado no lixo. O teatro, salvando Gerald Thomas, dissolve-se no esgoto. Literatura brasileira passa a não existir, mas sim, sublitteratura.”³⁷³

Em uma réplica (*Figura 55 do Anexo 16*) de seis colunas e um terço de página onde predominavam a pilhéria e o gracejo (a crítica do livro era um “tratado revolucionário sobre literatura”), Paiva se ressentia pelo fato do texto (“ou crítica, ou matéria, sei lá”) ter se referido a ele como autor de *sublitteratura*, dirigida a um público sem cultura e feita apenas por dinheiro.

Irado, acusava inicialmente a democratização do acesso à escrita (“um sistema inventado pela maioria imbecil que quer disseminar a vulgaridade e a incompetência”) e a falta de especialização dos ansiosos profissionais formados pelas faculdades de jornalismo: “O que mais admiro nesse caderno de cultura é a sua independência. Todos podem escrever sobre literatura, qualquer um, vindo de Metodista, Cásper, ECA, PUC, qualquer. (...) A diretoria da *Folha* permitiu que todos assinassem, e alguns não conseguem disfarçar a ansiedade; levam muito à sério a si próprios”.

Chamando os autores de *ilustre-Ilustrados* e com falsa complacência (“também já fui menino, saído da ECA”), o escritor dizia não haver mais método para a crítica, para a qual “não interessa enredo, personagem, trama, estilo, poética, nada”, mas apenas “a fofoca, o estereótipo”. Municinando os “reclamadores do jornalismo cultural”, faz a radiografia da atividade na contemporaneidade, ao afirmar que os *críticos* atuais, quando citam números de vendas, apenas julgam o mercado. Ressalta que os críticos também agridem o próprio leitor, “quando o chama de ‘público sem cultura’, manipulado por interesses comerciais”. Seriam não apenas invejosos (“um sentimento nobre”) do sucesso alheio, mas também “preguiçosos e enganadores”, que não se deram sequer ao trabalho de ler o *sublivro* que então destruíam.

“Não houve debate, nem paixão. Faz-se uma matéria preguiçosa. Como assinante da *Folha*, fiquei horrorizado ao ver que se fazem críticas de um livro sem lê-lo. Mais ainda. É perturbador saber que o jornalista (ou crítico?) que falou

³⁷³ PAIVA, Marcelo Rubens. Não existe mais método para a crítica jornalística. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 27 out. 1990. Letras. p. 06.

mal do livro (...) no jornal 'O Estado de S. Paulo', dois anos depois elogiou o mesmo livro na *Folha* (...) Procon, quero o meu dinheiro de volta!"³⁷⁴

Citando nomes de artistas que seriam vítimas da crítica ("são destronados grandes heróis"), o escritor narra jocosamente como quase criou um "Consórcio do Criticado" para defender os injustiçados pelo jornalismo de cultura. Para ele, não há mais "cumplicidade intelectual", "movimento" ou "simbiose" entre os críticos e os artistas, já não há sequer autonomia da crítica, "acrescentando, distanciando o passado do futuro, racionalizando nossos delírios".

Seu diagnóstico é amargo e desesperançado: "O tempo passou, e hoje estou desconfiado que a pobrezinha da crítica foi enterrada. (...) O complexo de subdesenvolvimento, a arrogância e o preconceito vêm banalizando tudo o que é feito no Brasil".³⁷⁵ Finalizando, sugere que o jornal crie a "Subilustrada", para abrigar as obras que, como a dele, eram desprezadas pelos críticos (segundo sua visão, *toda a produção recente* era menosprezada). Para Paiva, seus detratores são "subcríticos" que consideram que "a cultura brasileira foi jogada no mesmo aquário de lama de todo o resto", cultivam um sentimento de que o "Brasil acabou" e idolatram tudo que é estrangeiro: "Vamos viajar pelo mundo e mudar nossos nomes", provoca Paiva. "Já escolhi o meu: Marcel Paiva. Eliminando uma simples letra, voltarei como um escritor franco-brasileiro, e farei carícias nos umbigos ilustres". Conclamando o *amor humano à informação*, afirma que resistirá ("continuaremos criando") e que será uma *pena* a ausência (porque irão embora para o exterior) de *alguns dos meninos da Ilustrada*.

A tréplica viria em dose dupla. Os autores da crítica do livro de Paiva responderam alguns dias depois, no caderno *Letras* do dia 3 de novembro de 1990 (*Figura 53 do Anexo 16*). No texto principal com quatro colunas, citando Adorno como epígrafe e utilizando uma metáfora no título, o jornalista Fernando Barros e Silva (que muitos anos depois voltaria a se envolver em uma notória polêmica, desta vez com o jornalista Mino Carta) principia alertando que são eles, os *garotos*, que corrigem o texto do escritor, que "deveria ter mais carinho pelo idioma que maltrata", e lista erros gramaticais da réplica de Paiva ("“esteriótipo”, por enquanto, se escreve estereótipo").

Continua Fernando Barros e Silva dizendo que o texto de Paiva, *tão pretensioso quanto desconexo*, "faz generalizações apressadas e levianas e se agarra à citação de

³⁷⁴ Idem.

³⁷⁵ Ibidem.

nomes famosos como um bicho-preguiça ao tronco de uma árvore”. Uma referência ao diploma, feita por Paiva, seria um desgastado *discurso corporativista*, adotado para “camuflar sua incontornável falta de talento no trato das palavras”.

“[O autor] parece querer assumir a defesa heróica de um ‘clube imaginário’ de criadores injustiçados. Usa esse recurso falacioso para desqualificar em bloco a crítica de jornal, que, segundo diz, não estaria mais apta à tarefa que lhe é destinada. Em primeiro lugar, o escritor (...) não tem obra que o autorize a defender escritores como Guimarães Rosa ou Walt Whitman. Sua tentativa de se equiparar a (...) talentos reconhecidos que dispensam lembranças desse tipo – é constrangedora.”³⁷⁶

A tragédia pessoal vivida pelo escritor, episódio no qual ficou paraplégico e que se tornou tema de seu maior sucesso editorial, é invocada para enquadrá-lo como *guru* de uma *geração carente* atormentada pelo *sentimento de fracasso*. Paiva seria um “guru dos freqüentadores de shopping-centers” que “nunca existiu como escritor”. Em resposta à defesa que Paiva fez de Paulo Coelho (escritor é o que *sabe se comunicar*, teria dito), recomenda ao escritor que leia mais e, ato contínuo, indica obras de estética literária. Silva conclui que o adversário (que vai continuar “sendo acariciado por tietes de plantão”) conseguira, enfim, o que almejava, que era “promover o seu baú da felicidade literário”, em uma comparação da obra de Paiva com os programas do popular apresentador de televisão brasileiro.

Na mesma edição, Paiva ainda receberia um segundo golpe, que tentaria desqualificá-lo de vez como escritor profissional. Em um *box* com fio e centralizado logo abaixo do título, a jornalista Fernanda Scalzo³⁷⁷ (co-autora da crítica inicial) responde às *acusações* na base da ironia. Questiona a postura de Paiva (“assume ares de senhor para falar de literatura”) para desqualificar suas *pretensões* de ser um grande escritor: “Parece querer que a crítica assuma isso de barato. Seus quatro livros publicados não lhe conferem autoridade suficiente”, alega.

Por questionar sua *autoridade* com acusações de inexperiência (“garotos e garotas”), o “senhor-escritor” demonstrava preconceito em relação aos críticos com diploma universitário, formados nas escolas de jornalismo da cidade. Ademais, terem sido tratados como ingênuos foi insuportável para os críticos, sendo que uma referência de Paiva ao *delírio* do escritor no ato da escrita foi prontamente comparada a “uma

³⁷⁶ Cf. SILVA, Fernando Barros e. Paiva e o baú da felicidade literário. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 03 nov. 1990. Letras.

³⁷⁷ Cf. SCALZO, Fernanda. Nem sub nem grande escritor. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 03 nov. 1990. Letras.

viagem de ácido, coisa de garotos”, uma alusão infeliz do escritor que demonstrava porque ele não deveria reclamar quando a crítica não comenta seu “estilo literário”.

O parágrafo final é agressivo, digno de um tribunal. Nele, lemos que o escritor, completamente desqualificado, precisa perceber que a crítica “não é um saco de farinha, onde cabe de tudo”. Cada livro recebe um tratamento diferente e, antes de discutir qual sua estatura como escritor, deveria se empenhar muito para “se tornar escritor”.³⁷⁸

Alguns aspectos que envolvem a criticada atuação do jornalismo cultural contemporâneo ficam claros nesta polêmica. A questão da formação, por exemplo. Os artistas afirmam que os críticos não têm experiência de vida, que são jovens recém-saídos das escolas de comunicação, sem capacidade de análise da arte. As reformas dos anos 80, de fato, varreram uma geração de antigos jornalistas e os substituíram por uma nova geração predominantemente jovem e com formação universitária. A abertura política, como vimos, aparentemente também trouxe uma *sensação* de liberdade crítica no jornalismo cultural, de querer a tudo e a todos quantificar e qualificar. Há indícios, portanto, de uma atuação crítica onipresente, com enfoque pretensa e excessivamente profundo, ainda que personalista.

Por outro lado, paradoxalmente o jornalista que exerce a crítica naquele período insinua ter muito mais conhecimento sobre determinadas áreas que os próprios artistas criadores, o que o habilita a ser *juiz* das obras e das carreiras, decretando a estatura artística que cabe a cada autor. Amparada no fato de possuir formação acadêmica (leia-se referências internacionais) e de pertencer a uma faixa etária que se iniciou profissionalmente no mesmo momento em que o país recuperou a liberdade de expressão, esta geração de críticos julgava sobrepor-se, por méritos próprios, à criação artística do país (decadente por princípio) e o expunha de forma aberta.

Caso 2. Os boêmios e os pós-modernos

Ainda em 1990, alguns meses antes da primeira, outra polêmica semelhante envolvendo dois críticos já havia acontecido nas páginas da mesma *Folha de S.Paulo*, desta vez no caderno *Ilustrada*. Como estopim, em janeiro daquele ano uma matéria assinada pelo jornalista Luís Antônio Giron acusava algumas estrelas consagradas da música popular brasileira dos anos 30 de terem plagiado impunemente outros artistas em seus maiores sucessos comerciais.

³⁷⁸ Idem.

Dias depois, em 2 de fevereiro, o crítico Ivan Lessa escreveu na página 10 da *Ilustrada* um artigo com o título “Crítico decreta guerra a nove entre 10 estrelas”³⁷⁹ (Figura 52 do Anexo 16), onde rebatia pontualmente os argumentos de Giron. Na conclusão, após desfilir um rosário de *equivocos* do texto em questão, censurou Giron por difamar artistas indiscriminadamente e por atrapalhar a fruição estética com suas críticas de tipo “sub-desconstrucionista-empreiteira-limitada”. Também sugeriu crítica interna ao jornal (e a mudança de área do crítico), ao ressaltar que “uma ombudsmanjada legal seria benéfica para todos”. Sardônico, Lessa indica como destino possível para Giron a crônica social ou a crítica de filme cult dublado (“qui, qui, qui”), dois setores em que, afirma, coisas semelhantes a “metonímia-xintoísta e criogenagem acontecem com uma frequência de assustar cachorro na rua”.

Foi quando a faísca espalhou-se e virou labareda. No dia 7 de fevereiro, Giron publicou sua tréplica³⁸⁰ um tom bem acima, referindo-se a Lessa como um “jornalista livresco”, “um professorzinho da universidade da vida”, um “demolidor quase aposentado” e possuidor de uma “fragmentariedade lúcida à la Paulo Francis”, que, acima de tudo, escreve “como se estivesse ameaçado”, utilizando um “texto rapsódico e gostosinho” para encobrir sua “desonestidade intelectual”.

Convicto, Giron fornece uma pista para entendermos melhor as engrenagens do jornalismo cultural praticado na atualidade. Segundo ele, Lessa:

“(…) enxergou no meu texto tudo aquilo que o apavora na nova geração de jornalistas: a irreverência em relação ao objeto, a imprecisão, a alienação, o preconceito, a incultura. (...) Reafirma o irracionalismo típico de toda uma geração de jornalistas que gastou a juventude e gasta a maturidade a combater os ‘acadêmicos’ –como se esses fossem anticristos– e qualquer texto que fuja do impressionismo boêmio onde beberam nos anos 50 e 60.”³⁸¹

Duas gerações da crítica brasileira, dois sistemas interpretativos que habitam os jornais, separados por talvez menos de duas décadas de vida e, aparentemente, cindidos por um abismo conceitual. O especialista Giron assume para si o perfil de sua geração: irreverente, alienada, preconceituosa e imprecisa, porque inculta. Mesmo assim, aconselha o *irracionalista* Lessa a estudar, pois seu tipo de jornalismo empírico –

³⁷⁹ LESSA, Ivan. Crítico decreta guerra a nove entre 10 estrelas. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 02 fev. 1990. *Ilustrada*. p. 10.

³⁸⁰ GIRON, Luís Antônio. Lessa chafurda em besteiro nacionalista. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 07 fev. 1990. *Ilustrada*. p. 12.

³⁸¹ Idem.

“impressionismo boêmio”– estaria limitado e retrógrado, precisando passar por “uma boa ‘ombudsmassagem’ para tirar o irracionalismo bobão”. Iconoclasta, para defender sua “desconstrução” simbólica lembra aos velhos cronistas dos anos 50 a lição de Walter Benjamin: “o passado não é um terreno linear e simples. Ele se renova a cada ato de escrita”.

A *polêmica Giron versus Lessa* resgata assim um eterno dilema; é a atualização de uma luta com longo histórico no campo das idéias –a atividade crítica– a qual devemos observar atentamente. Categoricamente e como representante modelo da nova sensibilidade, Giron teoriza sobre a obsolescência da geração anterior:

“Como seus colegas de turma, Lessa não aceita a visão renovada sobre os objetos artísticos do passado, confunde linguagem com realidade, análise com notícia, cultura com a noção de ‘artes e espetáculos’ e disfarça a flacidez teórica através do ataque a um pretenso ‘desconstrucionismo’ puritano vigente nas redações de jornal. Na realidade, a fúria destilada pelo texto de Lessa revela, mais que uma discordância pessoal, a existência de um conflito de geração (e de métodos) no jornalismo cultural brasileiro de hoje.”³⁸²

Em tal conflito de geração estão as pistas sobre nosso objeto. A *caricatura* com que Giron exemplifica o conflito não é nada lisonjeira com os predecessores. Esboça um perfil dos jornalistas culturais *à antiga* –que chamaremos *boêmios*– caracterizados como homens de meia idade (“40 a 60 anos”) com origem na imprensa nanica e que trocaram “a reportagem pelo confortável jornalismo frasista de gabinete”; são impressionistas tardios ainda “partidários do ‘achismo’ e do jornalismo empírico irreflexivo”, enciclopedistas (“referencial livresco”) que defendem formatos tradicionais (“artigo, a crônica e a reportagem ‘de campo’”) e advogam que jornalismo é vocação (“valor do craque textual”).

A geração *fin-de-siècle* a que pertence Giron –que chamaremos *pós-modernos*– é auto-retratada como muito jovem (“20 aos 40 anos”), adepta do “jornalismo rápido”, talvez em referência à velocidade e abundância das ofertas culturais, e praticante de um jornalismo cultural com bases científicas que incorporam conceitos das letras clássicas (“análise antimitológica”), da física (“leitura não linear dos fatos”) e da história (“baseada nos documentos”).

Pertencentes a uma geração que cresceu sob influência decisiva da televisão e da revolução microeletrônica, os jornalistas *pós-modernos* se formaram na academia e

³⁸² Ibidem.

foram burilados *dentro* das redações, investiam na reportagem investigativa e nas fontes, privilegiavam a contemporaneidade (“novidade”) e a reflexão analítica (“distância em relação ao material abordado”). Por seu traço *reflexivo*, antiimpressionista, foram acusados pelos mais antigos de impessoalidade e incultura.

Em 10 de fevereiro de 1990, sob a chamada “Polêmica”, a *Ilustrada* vivia seu momento histórico de *tribunal de justiça do jornalismo cultural brasileiro*:

“Meritíssimo juiz, senhoras e senhores do júri: tendo publicado na *Ilustrada* de 2 de fevereiro do ano corrente uma série de ponderações sobre os rumos da MPB no início dos anos 30, baseado parcialmente em especulações do teórico Luís Antônio Giron, também conhecido como **LAG e Da Reportagem Local**, recebi como resposta, ou réplica, como se diz no jargão jornalístico, um violento ataque pessoal em que as armas vis da ironia, do sarcasmo e do deboche infligiram graves danos à minha reputação e obra. (...) Meritíssimo, ilustres jurados: **‘I rest my case’**, para citar o imortal Perry Mason, ou, na tradução de Ruy Barbosa, ‘Eu descanso minha valise’. Em não havendo, inclusive, mesmo na redação da *Folha*, uma palavra adequada para o que se segue a ‘tréplica’ –quadréplica soame a ‘Cadernos Culturais da Bahia’– julgo, e peço que julguem comigo, o assunto encerrado.”³⁸³

Assunto encerrado, parecia que a fogueira se apagara, com o triunfo final –a se crer na capitulação de Lessa– dos *pós-modernos* sobre os *boêmios*. Mas como que para consolidar a vitória e soterrar simbolicamente de uma vez por todas a geração anterior, em um texto de 8 de abril (que noticiava o lançamento de um guia musical) Giron volta à carga, e manda um recado indireto para o seu desafeto: o guia em questão deveria despertar a atenção especial de alguns *críticos ou diletantes eruditos* que, ao lê-lo, “vão descobrir que já passaram e não sabiam”.³⁸⁴

Não havia dúvida. Sugestivamente, os termos deste caso nos remetem ao embate de Afrânio Coutinho com os inimigos da Nova Crítica. Nossa hipótese-base de cisão de modelos, com efeito, parece novamente comprovada pelas fontes e pela história.

Caso 3. A tara bélica e o espírito da arte

Este episódio pode mostrar a dificuldade que também os intelectuais enfrentam no exercício da crítica cultural, especialmente quando suas análises atingem as páginas

³⁸³ LESSA, Ivan. “Teórico” deixa especulação e faz ataque pessoal. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 10 fev. 1990. *Ilustrada*. p. 02.

³⁸⁴ GIRON, Luís Antônio. Guia musical ensina críticos a ouvir sem preconceitos. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 08 abr. 1990. *Ilustrada*. p. 03.

dos jornais e cadernos de cultura, como aqui. Aliás, com mais este caso (*Figura 54 do Anexo 16*), a edição de 27 de outubro de 1990 do caderno *Letras* estava realmente exemplar em relação às polêmicas.

No alto da página, acima do texto envolvendo o escritor e os críticos, mais um artista ocupa o espaço de quatro colunas e um terço de página para ajustar as contas com a crítica. Desta vez, um cineasta se rebela e redige uma violenta réplica contra as argumentações de um crítico-professor, destacadas em um número recente do caderno. Eram, na verdade, trechos de um livro do acadêmico que citavam um trabalho do dito artista para exemplificar uma tese sobre cinema. O teor do texto é virulento a ponto de atordoar qualquer um, até mesmo aos discípulos de Henry Louis Mencken ou Paulo Francis. Sua intenção assumida foi de “espinafrar” totalmente o adversário.

Então, em uma saraivada de adjetivos e impropérios, chama o crítico de “funcionário-público folgado”, “palhaço bisbilhoteiro”, “espúrio”, “puxa-saco profissional”, “reles bisbilhoteiro de fofocas psicologizantes”, “inocente útil de uma bem-urdida trama”, “covarde e deselegante”, de um “mau humor kafkaniano”, “altamente desrespeitoso e irresponsável”; depois classifica seus textos como “ficções tardias”, “chutes fenomenológicos” e acusa-o de “peruar no roteiro dos outros” e de servir aos interesses dos “inimigos da criatividade”.

“(…) trata-se de um reles bisbilhoteiro de fofocas psicologizantes, obsecado (sic) por uma psico-análise (sic) de pacotilha em meio a elocubrações sociologizantes que pouco ou nada têm a ver com o cinema. (...) Como outros eternos candidatos a críticos, alinha descrições sobre descrições, conta a história dos filmes para o leitor desavisado, mas jamais consegue entrar no espírito e na forma do filme propriamente dito.”³⁸⁵

Para o cineasta, a crítica acadêmica (“todo professor de cinema é medíocre”) faz parte de um grupo suspeito de pessoas que são verdadeiros “débeis mentais” de “olhar deslumbrado”: os especialistas. Comentadores cuja “ausência de juízo crítico” e “miopia obtusa” os tornam palhaços do “circo” que é o cinema nacional.

A réplica, mesmo que claramente exagerada e não importando o que levou ao desentendimento, pode nos sugerir dados sobre a relação da crítica com a criação artística, assim como certa percepção negativa que prevalece em alguns setores do

³⁸⁵ Cf. GANZERLA, Rogério. Crítico não entra no espírito do filme. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 03 nov. 1990. *Letras*.

mundo das artes sobre o pensamento acadêmico. Até mesmo as reticências são utilizadas (talvez pelo editor) para sugerir termos impublicáveis:

“Eis aí uma classe de parasitas, mentirosos e enganadores da opinião pública em geral, que deveria voltar aos bancos ginasiais para cumprir sua função com o mínimo de dignidade. Nada mais difícil neste país surrealista, cheio de ‘catedráticos de cinema’, tão imbecis e desorientados como eles sós (sic)... Quando intrometem-se em dados pessoais, tornam-se mentirosos, inúteis, inaceitáveis, senão maldosos e reacionários. (...) A arte da dissimulação que se alinha nas entrelinhas desse espúrio, define a tara bélica de invejosos e recalçados tipos ocultos (...).”³⁸⁶

Vida de crítico não é nada fácil. Para certos setores, não é apenas inútil. Se tomarmos o exemplo acima como indício, o trabalho do especialista acadêmico também constitui, no plano moral, um “arsenal de gratuidades inconfessáveis”, e, no plano ético, um “desserviço prestado pelos fariseus culturais que se dizem donos da verdade e salvadores da pátria”. Se houve, não encontramos a tréplica.

Caso 4. O crítico como ameaça pública

Em mais uma “controvérsia” envolvendo Luís Antônio Giron (*Figuras 56 a 58 do Anexo 17*), só que desta vez também documentada e reproduzida em parte pelo livro *Em Branco e Preto*³⁸⁷ (para o qual Giron, que não foi o único, não autorizou as reproduções na íntegra de seus textos), reafirma-se por um lado a posição do referido jornalista como *expoente* destacado da *febre crítica* que assolou os jornais paulistas no final do século; por outro, consolida-se a *Folha de S.Paulo* como palco privilegiado no quesito *polêmica, réplica e tréplica*. A discussão pública, que posteriormente levaria a alcunha de *virulenta*, mais uma vez opôs um acadêmico-artista a um jornalista-crítico, em um imbróglio no qual têm destaque oposições reincidentes, como a *arte* e a *crítica de jornal*, o *consagrado* e o *novo*, a *academia* e o *jornalismo*, a *verdade* e a *falsidade*.

Em 10 de outubro de 1990, o jornalista escreveu uma crítica na *Ilustrada* sobre o então novo show do artista-professor José Miguel Wisnik. O texto³⁸⁸ criticava a *capacidade interpretativa* da apresentação, que seria “amadorística, com instrumentistas sofríveis e vozes hesitantes pelo nervosismo”. A vocalista, cuja “voz é limitada” e ademais “envelheceu em público sem ter amadurecido esteticamente”, “não tem

³⁸⁶ Idem.

³⁸⁷ NESTROVSKI, Arthur. (Org.). Op. Cit. p. 495.

³⁸⁸ GIRON, Luís Antônio. Wisnik renega seu romantismo e “caetaneia”. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 10 out. 1990. *Ilustrada*. p. E08.

presença de palco e tropeça nas melodias”. Com “instrumental postiço e indefinido”, o grupo realizou uma *maçaroca sonora* que mesclava o “pop, o erudito tradicional, MPB e pitadas de vanguarda”. Decepcionado e sem meias palavras, o crítico chega a dar uma *sugestão* profissional para o artista-professor:

“(...) cantou sem ter voz para isso. Afônico, teve coragem até para fazer uma performance egotípica à la Caetano em 68 ao final. (...) pôs as mãos nas cadeiras feito o baiano e tentou declamar pós-modernices (...). Mas pareceu mais um Eduardo Dusek que se levasse a sério. Gaguejou pateticamente, enquanto a banda rastejava em mais um arranjo horrendo. Deveria se restringir às suas famosas conferências e a compor para bons cantores.”³⁸⁹

O crítico aprecia a “qualidade das letras”, a “eficácia melódica erudita” e a veia acadêmica do criticado, mas, ao comparar as áreas de atuação do artista-professor, afirma que o “rigor de seus trabalhos universitários (...) não passa para os musicais”, com um resultado “burocrático” e “previsivelmente experimental” que “não funciona e soa forçado”. Em suma, tratava-se de uma experiência musical “desastrada”, que “estraga a poesia e o ‘pathos’ de muitas de suas composições”, além de encobrir uma veia “romântica” que deveria se despir das “pesadas fantasias de vanguardismo acadêmico” e se tornar acessível ao grande público. As comparações populares, feitas até com certo humor, são eminentemente depreciativas para o intelectual e criador.

A resposta, publicada três dias depois, já no título³⁹⁰ desdenhava da “falsa crítica” a que foi submetido. Para desqualificar o crítico-jornalista, o artista-professor inicia por sugerir as “pretensões demolidoras” do crítico, que utilizaria um verdadeiro “aglomerado de alusões desconexas” onde não existia “nenhuma discussão de teses”. Para ele, o crítico-jornalista faria parte de uma “linha de desmontagem”, que se expressa como quem tivesse *total domínio do assunto* e condições plenas para *avaliar a propriedade das concepções e das performances*. Mas não tem.

“(...) operava e opera na base do desmanche, e não está sozinho. Não me refiro com isso à figura do ‘desmancha-prazeres’, da qual se orgulha a linhagem de críticos de tipo neurastênico, grandes ou pequenos. Nem se trata propriamente de crítica. Refiro-me mais exatamente ao sucateador de trabalho alheio, que leva ao extremo esse poder que o

³⁸⁹ Idem.

³⁹⁰ WISNIK, José Miguel. A propósito da “falsa crítica” do show de Wisnik. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 13 out. 1990. Ilustrada. p. E02.

jornal tem de criar falsos contextos a partir da manipulação de dados aparentemente pertinentes ao assunto tratado.”³⁹¹

Reivindicando uma “crítica afiada”, o artista-professor argumenta que o texto em questão se trata de uma *mentira* de um “sujeito que fulmina do alto os seus objetos”, escrevinhador de “bobagens” que não valem a pena se prestar atenção, “nem sondar tudo que há de obscuro nelas”. Apontando para os críticos como um todo, que “vão continuar a vomitar arrogância falsária”, reclama dos “insultos que sofremos todos os dias como leitores, mais do que como autores ou intérpretes”. Na “azia desse caldo de cultura”, *alguém* (no caso ele) deve atirar às vezes uma pastilha de *sonrisal*. Mas os *falsos contextos* e a *manipulação de dados* não são as únicas acusações que faz à crítica de jornal, para ele uma “inconseqüência” destinada unicamente ao “lixo”:

“Semelhante inconseqüência só é possível para quem aposta na falta de memória generalizada e toma como padrão universal o lixo. Acontece que o que interessa da vida cultural ainda está (...) naquelas coisas que vieram para ficar, e que não irão para o lixo no dia seguinte junto com a crítica de jornal.”³⁹²

Jornalismo, com o *padrão universal do lixo*, a ele destinado. Contrária e amargamente, para o artista-professor, no futuro a *polêmica* iria parar justamente em um livro-antologia. Mas antes, na tréplica publicada no dia 17 de outubro de 1990, apenas uma semana depois de iniciada a série, o crítico-jornalista refuta de forma *virulenta* a acusação de ser representante de uma crítica *sem memória* e promotor de lixo cultural. No texto,³⁹³ de maneira provocativa o crítico-jornalista começa desqualificando o “opponente” como artista ao perguntar o “que aconteceria se os professores universitários resolvessem virar artistas e revelar seu lado criativo”. De tão *aviltada*, avalia o crítico, a universidade não dá projeção para o intelectual, que busca saída ao “fazer um show nas horas vagas”, com público garantido pelos alunos e divulgação certa, pois “colaboram para os jornais e estão cheios de amigos –e até orientandos– nas redações”.

Em resposta à própria pergunta, avalia que tal situação seria *o caos*, pois os intelectuais tentariam “se impor como intérpretes” e obrigariam os alunos e jornalistas “a gostar de suas produções”, na base da ameaça de corte de bolsas, notas baixas e “achincalhe público”. Ironizando o *sonrisal*, como o próprio catedrático voluntariamen-

³⁹¹ Idem.

³⁹² Ibidem.

³⁹³ GIRON, Luís Antônio. Wisnik quer que a universidade vire show-biz. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 17 out. 1990. Ilustrada. p. E02.

te se colocou na réplica, acusou-o de querer “ser astro sem renunciar à lousa” e de dar aulas “de diluição de pós-modernismo”. É então que, indignado por ter o dedo apontado contra si, explicita a tensão que existe entre a crítica e a arte.

“‘Eu quero a crítica afiada’, escreveu, afirmando que os críticos são maus e burros, incapazes de entender o trabalho dos ‘verdadeiros’ produtores de cultura, estes sim bons e inteligentes. Segundo o antiácido professor-cantor, a crítica é descartável e só provoca azia. A arte, eterna. Logo, aquela não pode dar conta desta.”³⁹⁴

Para Giron, o artista-professor não entende ironias e só aceitaria a “adulação” e o “elogio fácil”, jamais uma crítica que “honestamente” apontou “defeitos no show”. A pretensão (“um Lulu Santos que quer ser Beethoven”) e a indecisão (“Não sabe se decidir entre a sala de aula e o picadeiro”) o faz ser “incapaz de entender a crítica –que é descartável mesmo– como uma forma de conhecimento”.

O crítico-jornalista conclui que o artista-professor causou a polêmica apenas para “divulgar seu show”, mas que não discute “seriamente” o problema que o atormenta: “como ficar famoso aliando o emprego público na universidade e o estrelato na área privada”. Em uma reedição do embate que desde os anos 50 opõe jornalistas a acadêmicos, o crítico-jornalista dispara contra a insinuação de superioridade do *padrão universal dos intelectuais* em relação ao *padrão universal do lixo* dos críticos de jornal ao afirmar que o artista-professor –que deve mesmo é “poupar os ouvidos do público de seus falsetes horríveis”– quer se “adonar do saber e determinar os seus padrões como pertinentes para a crítica”.

Caso 5. Polêmica e simulação

Este é um caso de destaque, por ter sido publicado logo na edição de estréia do caderno *Mais!*, o suplemento concebido nos anos 90 para unir noticiário científico, debates culturais, divulgação editorial e crítica de arte na *Folha de S.Paulo*.

No final de 1991, um músico conhecido escreveu uma carta para o “Painel do Leitor”, na página 3 do primeiro caderno da *Folha de S.Paulo*, para reclamar em público dos jornalistas culturais da casa. Alguns meses depois, no texto “Geração sem crítica” (*Figura 17 do Anexo 6*), um “crítico” avaliava o episódio de ataque aos

³⁹⁴ Idem.

jornalistas como “polêmica que se transformou em mera simulação”. De início, o texto exala (novamente) um tom caricato:

“Costurado num corpo a corpo entre guitarras e ‘máquinas de escrever’ de representantes da geração 80, um novo babado entre música e crítica tem alimentado conversas de bastidores, mobilizado veteranos e arregimentado uma pequena e ruidosa platéia dividida entre palcos e redações. O burburinho é relativamente antigo, mas reesquentou uma oitava acima quando Herbert Viana, em dezembro passado, entrou de parachoques e paralamas no ‘Painel do Leitor’ para atropelar o ‘modelo de crítica que tomou conta do caderno de cultura do jornal’ – e dizer que não dá mais entrevista à *Folha*.”³⁹⁵

O artista veio a público para romper relações com o jornal. O jornal primeiro noticia o fato, depois publica uma “análise crítica” do fato. Ao responder à simulação, perguntaria o leitor, não estaria o jornal a assumindo? Mas acompanhemos o raciocínio, que segue em um tom mais sério na definição do problema: O fato é que tanto nas redações quanto nas artes “parece crescer uma fadiga com as fórmulas de relacionamento que se estabeleceram entre músicos, jornalistas, mídia, média, rádios, TVs na década do clip (...), há uma saturação com as fórmulas –e das fórmulas– que têm regido o processo de produção e consumo tanto do produto musical quanto do jornalismo cultural”.³⁹⁶

Fadiga e saturação são os termos que explicitam uma situação de transição. Há *algo* que já não funciona, e difusamente se supõe que *alguém* irá ocupar este vazio. Enquanto isso não acontece, advirão as revoltas contra o espectro moribundo que assombra as redações. Argumenta-se que a melhor crítica e a melhor arte da mais recente explosão criativa nacional eram feitas pelas mesmas pessoas. Logo, já faz tempo que não temos críticos independentes. Em um estilo de escrita, digamos, *pop*, somos informados que os artistas contemporâneos, submersos na “era pastosa do clip e da diluição de critérios”, encaram a crítica como “estranha (...) à sua ‘arte’”.

Então, vem a confissão: “Ao mesmo tempo, o jornalismo cultural, pelo tipo de desenvolvimento que teve o mercado de imprensa e pelos próprios estímulos modistas-consumistas emitidos pela indústria do disco, passou a ajustar suas lentes à lógica da cultura ‘descartável’ hegemônica”.³⁹⁷ Como, então, conciliar a postura neocientificista

³⁹⁵ GONÇALVES, Marcos Augusto. Geração sem crítica. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 16 fev. 1992. Mais!, p. 03.

³⁹⁶ Idem.

³⁹⁷ Ibidem.

(que preza o embasamento) detectada no caso anterior com a sintonia declarada do jornalismo cultural com a “cultura ‘descartável’ hegemônica”?

No texto, ademais um caso esclarecedor de auto-análise jornalística, mesmo os artistas são implicados no problema, pois graças a um *culto antiintelectual* desprezaram a reflexão e cederam ao esquema do mercado, “na linha estúdio padrão Los Angeles, lançamento festivo, clip no ‘Fantástico’, *crítica na Folha* e shows pelo Brasil para faturar a onda” (grifo nosso).

No geral, terminados os estudos de caso, concluímos que o histórico de polêmicas foi certamente mantido, mas obviamente o nível intelectual dos embates, como vimos, não foi dos mais elevados. Outro diferencial está, além da predominância da *Folha de S.Paulo* como palco privilegiado, no perfil das personagens envolvidas, que opõe invariavelmente produtores culturais (artistas e escritores) de um lado, e os críticos-jornalistas da geração *pop* de outro, atualizando o conflito entre criadores e apreciadores (e destes entre si) da arte e da cultura no Brasil. Pelos relatos acima, vê-se que nada, ainda menos o tempo, apazigua tal conflito.

Por fim, resta uma percepção difusa de insatisfação com o modelo, e a impressão crescente de que alguns já se levantam: “São visíveis sinais de inconformidade com este tipo de ambiente”, assinala Giron. “Mas ainda é o que impera”.

São esses sinais de inconformidade que agora exploraremos.

CAPÍTULO 6 – Jornalismo cultural como notícia

“Toda crítica deve incluir em seu discurso (mesmo que do modo mais indireto e pudico) um discurso implícito sobre si mesma; toda crítica é crítica da obra e crítica de si mesma (...) a crítica não é absolutamente uma tabela de resultados ou um corpo de julgamentos, ela é essencialmente uma atividade, isto é, uma série de atos intelectuais profundamente engajados na existência histórica e subjetiva (...) daquele que os realiza, isto é, os assume.”

Roland Barthes

Os jornais e o fim da crítica: sinais de saturação

Ainda uma leitura de fontes, este capítulo traz uma documentação que, ao revelar uma atividade que *reflete cada vez mais sobre si mesma*, pode corroborar com consistência a constatação primeira de crise conceitual do segmento –afinal, para que(m) servem os cadernos culturais atualmente?– e semear pistas que propiciem a sua superação. Mas a realidade para a crítica é objetivamente difícil.

Sabemos que um crítico só se desenvolve escrevendo e publicando, mas o país carece de imprensa especializada em arte. O alto custo e a falta de patrocínios impedem de se manter periódicos com *espaço regular para críticos nacionais*, o que resulta na situação de ficarmos na dependência de traduções de textos estrangeiros. Temos de recorrer a outras línguas para ter informações sobre nós mesmos. Assim, a idéia que move a observação destas fontes pode ser assim resumida:

“A moderna crítica de arte nasceu como gênero político, no século 18. A reflexão acerca das obras criticadas seria indissociável de um projeto amplo para a cultura como força transformadora da sociedade. A perda desse horizonte leva o crítico a fragmentar seu pensamento, subordinando os juízos a interesses do mercado ou da moda.”³⁹⁸

Tendo em mente, pois, que a crítica como *forma transformadora* não deve desaparecer, levemos novamente nossa atenção aos cadernos, porém agora em seus aspectos, digamos, de metalinguagem.

Neste aspecto, há uma esclarecedora passagem que “suscitou polêmica no meio literário paulista” e gerou, por fim, uma reflexão sobre a objetividade e a metalinguagem da crítica. Em 27 de outubro de 1996, o jornalista e escritor Marcelo Coelho escreveu para o caderno *Mais!* a resenha “Os pesadelos da memória”,³⁹⁹ sobre

³⁹⁸ Cf. CHAIMOVICH, Felipe. Crítica Acuada. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 28 nov. 2004. Mais!.

³⁹⁹ Cf. COELHO, Marcelo. Os pesadelos da memória. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 27 out. 1996. Mais!.

dois novos livros (um de poemas e outro de ensaios) de um ilustre “amigo”, por sinal classificado como “um dos poetas mais inteligentes, profundos e significativos depois de João Cabral”. Como repercussão desse “elogio rasgado”, o crítico recebeu algumas reprimendas que acusavam-no de *cupinchagem*, “coisa de um amigo falando de outro”.

Algumas semanas depois, Marcelo Coelho responderia às investidas com a reflexão intitulada “Performance faz parte do texto jornalístico”,⁴⁰⁰ onde admitia que nunca fora tão “enfático” nos elogios quanto naquele caso. Pela amizade, afirma, poderia escrever um texto com menos intensidade e não “precisaria ter [se] arriscado tanto”. De fato, com “um julgamento mais forte” punha a *cabeça a prêmio*, mas com a confiança de que “valia a pena jogar [a] credibilidade nesse julgamento”; afinal já ocorrera o contrário também, de exagerar para marcar “uma posição crítica, uma opção estratégica” e ir contra o “consenso admirativo” sobre determinado autor.

Para Coelho, o assunto envolve a relação muito complexa que existe entre “sinceridade e performance no texto jornalístico”:

“Dizer tudo o que penso: isto é e não é verdade quando escrevo um artigo. Isto é e não é verdade na vida de cada um. O exagero, o subentendido, a omissão, a diplomacia ou a falta de modos intervêm quando se escreve um texto. O autor pensa uma coisa, mas também leva em conta, quando escreve, o ruído, o rumor em volta. Parece gritar, às vezes, porque a música de fundo está muito alta; às vezes abaixa a voz, porque no tom normal sua intervenção pareceria estridente. Do texto, em letra grifada, ao título, em letras grandes, que está em cima da página, já existe como que uma dissonância.”⁴⁰¹

Em uma sincera e questionadora autocrítica, o jornalista demonstra compreender que pode ser mais uma vez mal interpretado em seus julgamentos e ser acusado, por só falar de si próprio, de “auto-exposição” e de “solipsismo”. Por outro lado, avalia que agindo deste modo pode até “adquirir uma confiabilidade junto ao leitor que não seria tão grande se (...) fosse totalmente ‘objetivo’”. Mas não sem padecer de um sentimento ambíguo de “mortificação e auto-referência”, onde há “vaidade” e “narcisismo” no fato de sentir “prazer em falar sobre” sua crítica, “mas há sofrimento também”. Um dilema, ainda que *não insolúvel*, sobre a objetividade no jornalismo: a metalinguagem está no fato de que só se pode falar com absoluta certeza daquilo mesmo que se fala, enquanto o restante estaria no campo das emoções, da performance, das subjetivas paixões do

⁴⁰⁰ Cf. COELHO, Marcelo. Performance faz parte do texto jornalístico. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 20 nov. 1996. Ilustrada.

⁴⁰¹ Idem.

pensamento e do contexto polifônico em que se escreve. Marcelo Coelho acredita que a objetividade seja um problema tipicamente moderno, que envolve as relações entre *veracidade e metalinguagem*. Para ele, falar objetivamente, sem pretensão a um “‘saber’ anônimo e inquestionável, parece exigir que se fale sobre a própria linguagem, sobre a própria maneira com que se está falando”.⁴⁰²

Não é possível, portanto, ser objetivo (e sincero) em relação aos valores estéticos. Mas, retomando nosso fio condutor, no *paradoxo* do jornalismo cultural contemporâneo, por objetividade se entende a informação, o serviço, que dispensam a “cobertura em profundidade”. Por *restrição* se entende a perda de espaço, a redução das equipes ao mínimo, a estabilidade ameaçada. Somados o impacto da revolução microeletrônica na natureza da informação e o endividamento galopante da grande imprensa, redonda o impasse que se faz sentir no raiar do novo milênio.

A ponto de levar os veículos a abandonarem o anseio *exagerado* de antecipação de tendências ou mesmo de polemização sobre temas culturais, que os guiara por vários anos. A *Folha de S.Paulo*, também na pena de Marcelo Coelho, faz *mea culpa* quando avalia que o jornalismo se retraiu a um papel mais *modesto*; mas o faz de uma forma tanto ambígua, por querer negar a impressão causada de que o estilo *monossilábico* a que se refere, na verdade, já é há tempos *o padrão jornalístico* predominante:

“Passado o tempo das expectativas idealizadas ou apocalípticas do final do século, uma realidade meio chã reduz o jornalismo a um papel modesto. Modéstia que não se confunde, a meu ver, com o registro monossilábico dos eventos do dia, mas requer análise detida de cada obra e cada artista. Uma das funções que se atribui aos cadernos culturais –a de provocar polêmicas e antecipar tendências– talvez tenha sido exagerada; já não é pequeno o esforço de acompanhar criticamente o que se passa, concorrendo com mecanismos muito mais seletivos e ágeis na disseminação de informações.”⁴⁰³

Resta então aos cadernos apenas acompanhar *o que se passa*, que já é muito. Há mais de vinte anos articulista da *Folha*, Marcelo Coelho é o que se pode chamar de testemunha ocular privilegiada destes acontecimentos. Mas seu texto, redigido para posfaciar uma obra que almeja, na própria linguagem jornalístico-publicitária do jornal, tecer “uma visão panorâmica sobre o jornalismo cultural produzido pelo maior jornal do país em um período de mais de uma década”, ressoa um certo desconforto, por um lado

⁴⁰² Ibidem.

⁴⁰³ COELHO, Marcelo. *Posfácio*. In: NESTROVSKI, *Em Branco...* Op. Cit. p. 709-710.

com a hipótese de *superficialidade* intrínseca na produção que afinal (re)apresenta e, por outro, com a surpresa –que sugere dúvida– quanto à capacidade do caderno cultural acompanhar os “temas essenciais”: Defende-se ao afirmar que “não foi sumário nem superficial o esforço do jornal ao acompanhar esses fenômenos”, e, curiosamente, surpreende-se com “a constância com que alguns temas essenciais são rediscutidos na ‘Ilustrada’ ou no suplemento ‘Mais!’, em textos razoavelmente extensos, alheios ao padrão exclusivamente factual do dia-a-dia”.⁴⁰⁴

Com a clareza de quem participou ativamente das transformações analisadas, Marcelo Coelho atinge, enfim, o ponto de inflexão que formalizou o novo *modelo de serviço* no jornalismo cultural: notoriamente objetivista, um “mecanismo de serviço rápido”, mecânico e com pouco espaço para a crítica e para a polêmica.

“O jornal teve ao mesmo tempo de dar conta de toda a agenda de espetáculos e de haver-se com uma duríssima restrição de recursos –refletindo-se nos cortes de consumo de papel e nas dimensões da equipe. Assim, também a ‘Ilustrada’ foi se tornando ‘moderna’, num sentido bem pouco charmoso do termo: para o bem, com a criação de um guia semanal de espetáculos como mecanismo de serviço rápido para o leitor, e com o progressivo abandono de certo arbítrio polemizante da década anterior; para o mal, com a diminuição do espaço para as matérias de crítica e comentário. Com um certo tom mecânico e objetivista no enfoque.”⁴⁰⁵

São fatos que devem ser observados sob um enfoque mais amplo. Assim, façamos agora a leitura dos documentos que se concentram, coincidentemente, em duas edições (*Figuras 18 e 19 do Anexo 6*) do *Caderno 2/Cultura d'O Estado de S.Paulo*: “O Olhar do Crítico”,⁴⁰⁶ que traz um recorte histórico da tarefa de apreciação das artes plásticas no Brasil e reporta opiniões de artistas sobre situação atual; e “A Crise da Crítica”,⁴⁰⁷ um balanço dos impasses da crítica de jornal (pelos parâmetros aqui adotados, impasses do *próprio* jornalismo cultural), costurando sugestões de especialistas em diferentes áreas de criação. Um divã psicanalítico para o jornalismo cultural, o que tem a dizer em público? Este é o teor predominante, já na abertura do especial, ao afirmar que essa “atividade intelectual de natureza valorativa reflete cada

⁴⁰⁴ Idem. p. 708.

⁴⁰⁵ Idem. p. 706.

⁴⁰⁶ Cf. O Olhar do Crítico. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 04 jun. 2000. Caderno 2.

⁴⁰⁷ Cf. A Crise da Crítica. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2.

vez mais sobre si mesma, ameaçada há muito tempo de extinção e mergulhada num certo mal-estar contemporâneo.”⁴⁰⁸

Publicadas pelo mesmo jornal em um pequeno hiato de seis meses, e gravitando sobre temas quase indistintos, estas duas edições *temáticas* combinadas resumem por área (Música Erudita, Música Popular, Literatura, Cinema, Televisão, Teatro, Artes Plásticas e Dança) as preocupações profissionais que transbordam nos meios de comunicação pela *decrecente e insatisfatória* intermediação pública da produção artística, tal como é realizada pela crítica especializada em geral e pelo jornalismo contemporâneo em particular; inquietações que *comprovadamente* se acentuaram na passagem do milênio, incitando jornalistas, artistas, leitores e os próprios cadernos culturais à reflexão sobre o *recorrente* tema.

O Olhar do Crítico – O primeiro especial ocorreu em julho de 2000. Nos textos, esclarecedores, depreende-se a clara intenção de balizamento da atividade crítica na esfera cultural brasileira e de sua (outrora) tradicional expressão jornalística. Assim, o texto de abertura do jornalista Tadeu Chiarelli define as bases do debate:

“Houve uma época no Brasil em que a crítica de arte era exercida nos jornais diários, trazendo para o debate público questões estéticas e artísticas que movimentavam o circuito artístico e intelectual. É possível dizer, inclusive, que a inserção mais ampla na sociedade, de movimentos como o modernismo, e mesmo do concretismo e do neoconcretismo, se deu (...) pelas polêmicas nos jornais.”⁴⁰⁹

Por este enfoque, as principais correntes artístico-culturais brasileiras devem, em grande parte, a sua consolidação pública às *polêmicas nos jornais*. Esta importância histórica da crítica nos jornais serve, como já observamos, de base argumentativa para os atuais *reclamadores* do jornalismo cultural. Inversamente, expandindo o raciocínio, cria-se um movimento cíclico no qual a ausência da crítica no debate público acaba por desestimular a produção criadora, que, uma vez não advindo, impede a reflexão sobre o “novo”. É prioritário refletir sobre o *novo* na arte, pois afinal, como ensinam os manuais, *o jornalismo trabalha com o presente*. Este fato não deve, entretanto, ser uma contingência que turve o olhar sobre a própria história que nos constrói.

⁴⁰⁸ ORICCHIO, Luiz Zanin. A Crise da Crítica. Op. Cit. p. 01.

⁴⁰⁹ CHIARELLI, Tadeu. Jornais afastam-se da polêmica. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 04 jun. 2000. p. D09. Caderno 2.

Assim, nos anos 70, de acordo com o texto de Chiarelli, repetiu-se no Brasil o que já ocorrera anteriormente nos Estados Unidos: lá, como mostra o já citado livro *Os Últimos Intelectuais*,⁴¹⁰ a cultura se tornou *mediocre* quando seus principais “luminares”, nascidos a partir dos anos 40, deixaram o jornalismo e migraram para os *campi* universitários, onde o fluente texto jornalístico foi substituído por extensas monografias acadêmicas que, além de terem linguagem cifrada e inacessível, eram apaziguadas socialmente pela ameaça constante de desemprego. Para Jacoby, tal processo inviabilizava o surgimento naquele país de críticos ativos e seminais, como o foram Edmundo Wilson, Malcolm Oxley, Lewis Mumford, Dwight Macdonald, Mary McCarthy, Philip Rahv, C. Wright Mills, Irving Howe, Gore Vidal e outros.

No Brasil, em movimento similar já avaliado por Sússekind, e como foi visto no primeiro capítulo, o vácuo aberto pela debandada dos críticos foi ocupado por “matérias de arte”, um novo modelo de jornalismo cultural especificamente “direcionado ao lazer e ao comportamento”. Prenunciando os novos tempos, os críticos eram agora jornalistas e especialistas, que privilegiaram em seus textos o mundo *fashion* de *eventos* e *personalidades* artísticas, “colocando em obscuro segundo plano as obras de arte, e as propostas trazidas por elas”. Esta foi a tradução no jornalismo brasileiro do fenômeno da espetacularização da arte, tal como antevisto por Benjamin e proposto por Debord. Assim, por exemplo, o jornal comparece apenas com uma *reportagem noticiosa* no dia da abertura da mostra, caindo o “silêncio pesado sobre esses eventos”⁴¹¹ nos dias que se seguem à abertura da mostra, que varia de 15 dias a dois meses.

Na era da arte como mercadoria total de consumo, o jornalismo da grande imprensa se interessa apenas, por exemplo, pela inauguração de uma exposição, pelo efeito do evento, sem aprofundar-se nos *sentidos* que a arte possa portar. Além de comprometer a qualidade do jornalismo, tal postura imobiliza a arte e revela um aspecto nada aleatório: seu caráter “de fundo conservador e hipocritamente ‘popular’”.

Para completar o teorema, Chiarelli acrescenta que também as instituições ligadas à arte rapidamente entraram no jogo:

“(...) essa visão da arte apenas como mercadoria passível de ser vendida como qualquer outro artigo de consumo pelos jornais ganhou nos últimos anos o apoio não explícito de grande parte das instituições ligadas à difusão da arte no

⁴¹⁰ Cf. JACOBY, Russell. Op. Cit.

⁴¹¹ AMARAL, Aracy. Mundo da arte não tem mais como se indignar. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 04 jun. 2000. Caderno 2. p. D09.

País. Embaladas em cenografias esfuziantes (e quase sempre equivocadas), as exposições atuais já se configuram em sua concepção como matérias jornalísticas, no pior sentido do termo: são falsamente provocativas, trazem uma série de ‘ganchos’ que geram matérias e mais matérias jornalísticas, que acabam servindo como propaganda, como divulgação, como apelo ao consumo rápido e rarefeito de um produto que, depressa, deverá ser substituído por outro, e mais outro, e mais outro...⁴¹²

Neste ponto, surge então a suspeita impertinente de que, ninguém duvidava, *os próprios jornalistas culturais profissionalizados são os responsáveis pela derrocada da análise cultural*, na medida em que foi a sua incidência na área –ressaltam tantos e tão diversos observadores– que marcou o fim histórico de uma tradição crítica no país. Também a questão da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão parece contribuir com o fato, argumentam os *reclamadores*.

Saídos das escolas em quantidades cada vez maiores (e confrontados com espaços cada vez menores), ainda muito jovens, inexperientes, sem bagagem cultural, os jornalistas culturais do final do século construíram sua própria visão da arte e da cultura de acordo com as singularidades de sua época, moldados por uma indústria de bens simbólicos em expansão continuada e veloz, testemunhas de profundas mudanças no jornalismo e na cultura, da informatização das redações, da internacionalização do noticiário, do amadurecimento do *show business*, da arte como status, do ritmo pós-industrial que extermina o trabalho e desloca o sentido para a *superfície dos fatos*.

Trata-se de uma etapa da vida humana em que o pensamento, ao que tudo indica, se limita a *comentar* brevemente os fatos que se sucedem, absolutamente desligados simbolicamente uns dos outros. Este é o mundo da virtualidade tão sonhado pela ficção e enfim concretizado pela *Galáxia da Informação*: uma imbricada operação de distanciamento da realidade. A historiadora da arte e curadora Maria Alice Milliet participa do debate e reforça a idéia de *um novo modelo*. Segundo ela, a crítica de arte desapareceu dos nossos jornais, e o que restou são “notícias ‘quentes’, informações em cima dos fatos, breves comentários, geralmente baseados nos press releases enviados pelos promotores dos eventos”. Milliet acredita, observe-se, que os responsáveis pela situação são os *jornalistas dedicados ao acompanhamento do movimento artístico*, que são, na sua maioria, jovens iniciantes na carreira, cuja bagagem de conhecimento não vai “muito além de generalidade sobre o assunto”.⁴¹³

⁴¹² Idem.

⁴¹³ Cf. MILLIET, Maria Alice. Notícias ‘quentes’ esfriam análises. Op. Cit.

Para Milliet, inclusive, na verdade ocorrem ciclos de aprendizagem e de substituição, pois os jovens jornalistas se aprimoram com o tempo, aprendem o ofício no contato direto com a arte, para então tornar a desaparecer, abrindo espaço para nova leva de principiantes, e assim por diante: “Gostaria de saber para onde vai essa gente, quando começa a ganhar alguma maturidade”.

Não é fácil responder a esta pergunta que, no entanto, implica no pressuposto de que *nos cadernos culturais é que não ficam*. A política de rotatividade de funcionários adotada pelos jornais, mesmo que forçada pelas dificuldades financeiras das empresas, não explica totalmente este fenômeno.

“o tratamento que a imprensa dá a cultura regrediu. Não é falta de cobertura mas de interesse pela arte e suas questões. A regressão vai no sentido do retorno de um certo colonismo social que se deleita em excesso com a presença de personalidades em vernissages e festas e com o diz-que-diz-que de bastidores, reduzindo a arte a simples pretexto para o exercício da futilidade ou para a exibição de poder. Conta mais a ostentação da bolsa ou do relógio de grife que o trabalho do artista. Basta ver nas inaugurações todos de copo na mão e de costas para as obras. Nada contra a degustação, a comemoração, a moda. Incomoda perceber o quanto existe de provincianismo nas atitudes pretensamente cosmopolitas da nossa chamada elite.”⁴¹⁴

No mundo da informação, arte é status e, notoriamente, a(s) elite(s) brasileira(s) não se notabiliza(m) especialmente pelo refinamento e pela polidez nem pelo trato com os sentimentos elevados. Acompanhando as engrenagens de desigualdade social que historicamente nos caracteriza, o jornalismo cultural optou então pelo pior caminho a seguir: celebrar o arrivismo e utilizar a profissão como mera ferramenta de relações públicas para certas camadas auto-eleitas da sociedade.

Mas também devemos lembrar que, sob o *turbocapitalismo* (o atual estágio do capitalismo informacional, segundo Sevcenko), o voyeurismo acompanha *pari passu* o individualismo neoliberal predatório em todo o mundo. A era do *Big Brother* é a mesma era de *The Apprentice*.⁴¹⁵ Na bem-sucedida ótica conservadora dos anos 90, não há mais nobres ideais a defender – a não ser o *sucesso individual* redentor e ostentatório.

⁴¹⁴ Idem.

⁴¹⁵ *Big Brother* é um popular programa de TV que, em tempo real, acompanha um grupo de pessoas confinadas e em competição. *The Apprentice* é uma gincana de TV na qual o vencedor é premiado com um emprego. Sucesso mundial, ambos tiveram versões brasileiras.

A Crise da Crítica – Meses depois deste debate apareceu no *Estadão* uma segunda edição especial dedicada ao tema. Com um título ainda mais direto –“A Crise da Crítica”– o caderno consultou especialistas sobre a forma como diferentes áreas artísticas viam a recente intermediação jornalística de suas produções. O resultado, mais uma, vez reitera a proposição de esgotamento e constituição de novo modelo, apesar das evidentes hesitações e clara discordância com que o assunto é introduzido pelo jornalista e crítico Luiz Zanin Oricchio.

“Crítica e crise são palavras de mesma raiz etimológica. Por isso, aparecem juntas com frequência, e, não por acaso, se diz, com justiça ou não, que a atividade crítica vive em crise e que se pode prever o seu desaparecimento para breve. Aliás, faz-se essa previsão há muito tempo, o que a torna pelo menos duvidosa. No entanto, mesmo contestada, e às vezes minada de seu próprio interior, a atividade crítica continua existindo. Em jornais, revistas e agora na Internet, publicam-se comentários valorativos sobre obras artísticas em suas diversas modalidades. No âmbito das universidades e em revistas especializadas, que não param de surgir, lêem-se análises e comentários, muitos deles bastante elaborados, outros nem tanto, sobre aquilo que aparece de novo no mundo da cultura.”⁴¹⁶

De fato, diversos observadores afirmam que nunca houve tanto espaço para a crítica quanto agora. Avaliam que a crítica universitária recuperou o vigor com novas publicações, que as editoras publicam livros sobre artistas como nunca, que os catálogos sobre as exposições tornaram-se normas e assim por diante.

Mas a questão central que nos move é saber *se existe espaço para a crítica autoral e criteriosa nas páginas dos jornais diários impressos*, isto é, saber se os cadernos culturais, que são até prova em contrário a fonte mais acessível (agora junto com a internet) de informação cultural, ainda comportam a crítica. E se não existir mais, saber quando, como e o quê propiciaram o seu desaparecimento. Mesmo pondo em dúvida a crise, por gasta e recorrente, muitos desenvolvem o raciocínio dos que a explicam. No primeiro ponto está o advento do “pós-modernismo”, com o abandono do cânone ocidental, quando, nas palavras de Oricchio, aboliram-se “critérios e hierarquias; o cânone, conjunto exemplar de obras que serve de referência para as demais, foi posto em xeque”. Foi justamente com a *desconstrução do centro* que a tarefa crítica se tornou *embaraçosa*. “Como julgar a qualidade de uma obra nova se não há mais parâmetros confiáveis para compará-la?”, questiona Oricchio.

⁴¹⁶ ORICCHIO, Luiz Zanin. A Crise da Crítica. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2. p. 01.

No seu aspecto político, a *desconstrução de valores apenas serve ao capital*, já que de forma bem adequada o “vale-tudo-pós-modernista cabe perfeitamente no figurino do vale-tudo do mercado”. Outro importante fator destacado é, novamente, a cada vez maior e onipresente pressão do mercado de bens simbólicos, conjunção na qual interessa “à rápida multiplicação de capital da indústria que os produtos circulem sem nenhuma chancela de qualidade ou hierarquia”, o que leva à desqualificação jornalística da crítica valorativa, *desqualificada como elitista ou impopular*.

É então que Oricchio, para quem a crise da crítica é uma retórica “pelo menos duvidosa”, responde em parte nossa questão ao fornecer uma confirmação inequívoca do surgimento de um novo *modelo de serviço no jornalismo*: “Inútil dizer que já assistimos ao nascimento de uma corporação crítica perfeitamente adaptada a esse estado de coisas e para a qual essa discussão há de parecer museológica”, opina.⁴¹⁷

Pois a corporação crítica *adaptada* nada mais é, no nosso entender, do que a mescla de reportagem (que não pode ser perda de vista) e promoção publicitária (uma ameaça fatal à independência de pensamento), o texto *informativo* e *objetivado* que se tornou padrão, sem o aleive inconveniente da opinião consubstanciada. Temos então um *novo formato*, que ainda não está plenamente descrito ou formalizado, talvez nem mesmo cogitado. Portanto, a tarefa agora passa a ser observar de perto, a partir do termo e amplitude específicos deste debate, como as áreas artísticas respondem a essa nova realidade, coletando e balizando os dados de suas experiências.

A polarização *cultural X serviço* tem exemplos práticos na *música erudita*, por exemplo. O frágil equilíbrio da crítica musical está tanto no compromisso com a *franqueza* e a recusa da *ofensa* gratuita, como na oposição entre a *informação* e a *reflexão*. Em relação à crítica:

“Ela pode ser direta, objetiva, sem meias palavras, preocupada antes de mais nada em informar e orientar. Mas pode também, às vezes, assumir caráter mais subjetivo, voltado para a elaboração literária do texto, tomando a música como ponto de partida para reflexões de outra natureza. O risco da primeira é de parecer demasiado seca e de só interessar a quem quer conhecer; o do segundo tipo, de tangenciar a obra, cair no preciosismo, ou só fazer sentido para quem já conhece o repertório analisado. Encontrar o meio-termo entre um e outra é tarefa delicada, mas, também, estimulante.”⁴¹⁸

⁴¹⁷ Idem.

⁴¹⁸ COELHO, Lauro Machado. Desbravar repertório é função da crítica de música erudita. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2. p. 07.

O ideal para a crítica musical é ser uma “educadora dos sentidos”, que desperte a curiosidade para autores, formas e modelos menos familiares, que reconheça os méritos e julgue as eventuais deficiências, tendo em mente que é sempre “saudável a consciência de que é relativa a importância de sua opinião”. As frases de efeito são condenadas, da mesma maneira que o papel de *impositora de interditos*. Lauro Machado Coelho destaca que o desejável, de fato, é que a crítica musical “opte por um estilo de linguagem, um rigor na qualidade da informação e um equilíbrio na abordagem que conquistem a confiança do leitor e também do artista cujo trabalho se submete a julgamento”. É uma tolice, adverte, querer que *o experimentalismo não exista e que a arte não progrida*.

Ainda em relação à crítica musical, porém agora na área de *música popular*, a constatação é de que o jornalismo cultural só se ocupa com o *aparente*, uma cobertura que expurga a arte e se concentra apenas no fenômeno. Em um pacto com o mercado, não se avalia a contento a corrupção do meio, o *jabaculê*, a *balela* da pirataria e, *sobretudo*, não se escreve uma linha sobre um músico desconhecido: a frase “É jogar papel fora –como, na capa de um jornal, um ilustre ninguém?”, é a típica reação das editorias de cultura quando o assunto é cobertura de música popular.

“A crítica da música popular perde a função se limitar seu comentário à produção da indústria cultural e, ao contrário do que muitos pensam, não é impotente, embora não seja onipotente. (...) Esse tipo de exercício crítico pretensamente desmistificador talvez seja sintomático de um certo sentimento de impotência da crítica de música popular. Para quem fala, afinal? Para que serve, se não é ouvida? A crítica, dizem muitos, não importa mais nada. A velocidade e a quantidade das informações a supera.”⁴¹⁹

Na área de *literatura*, a crítica deve se desprender da busca de respostas para questões prescritivas como *o objetivo do escritor*, que redunda no problema insolúvel da “natureza humana”, de questões como a “realidade histórica”, que deságua em um “sociologismo autoritário”, ou da “identidade nacional”, um corpo quase místico e intangível que assombra nossa cultura há muito tempo.

Há como evitar armadilhas na literatura. O modelo ideal de crítica literária giraria em torno de um “pluralismo irreduzível de valores e numa idéia primitiva de liberdade”, como também no “movimento inventivo de ajuste ao objeto, sem pretender

⁴¹⁹ DIAS, Mauro. MPB de terreiros, botecos e festivais independentes. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2. p. 07.

que haja nisso qualquer espécie de ato cientificamente neutro”. Este ajuste se desdobraria em dois: o *histórico*, que utiliza a documentação para conhecer as circunstâncias da produção, e o de *convenção*, que busca decifrar a incidência e interferência do ambiente, da teoria, da técnica e da tradição literária no objeto.

A homogeneização e padronização, tanto na criação quanto na apreciação, são assim efeitos indesejáveis da sistematização, que devem ser combatidos por uma crítica imbuída da citada “propriedade histórico-convencional”. Já a idéia de “historicidade da intervenção da crítica” no objeto, afirma Pécora, pressupõe que as sucessivas categorias de análise empregadas produzem apenas verossimilhança, e não os impulsos originais do objeto. Isto é, não se descobre jamais seu sentido *primeiro e verdadeiro*, mas apenas os seus *prováveis* sentidos, de acordo com cada época e intérprete. Não há um sentido único. O cenário mais promissor, como resume Alcir Pécora, está na recusa de uma idéia homogênea daquilo que se chama *a crítica* ou *o crítico*. Pragmático, Pécora crê que não há qualquer razão para querer que *todas as pessoas escrevam livros ou críticas devam ter os mesmos objetivos ou usem medidas pelos mesmos padrões*.⁴²⁰

No cinema, revela o documento do *Estado*, foi a crítica pioneira de Paulo Emílio que definiu as bases. Implicava em um processo de formação semelhante à literatura, uma *militância* intelectual empenhada no *processo civilizatório*, idéia que “se perdeu um pouco, para não dizer que se perdeu totalmente”. Para saber comparar com propriedade, talvez não baste apenas ver as grandes obras. Nessa, como em outras áreas, a falta de uma visão ampla da cultura impossibilita o discernimento.

“Mudaram os tempos e mudaram as condições de exercício da crítica. Mas não precisariam mudar tanto alguns dos critérios que orientavam o trabalho desses profissionais. Eram pessoas que concebiam a história do cinema e portanto não deixavam que a reinvenção da roda passasse por novidade. Haviam visto as grandes obras e tinham como estabelecer comparações e hierarquias. Possuíam extensa cultura e sabiam que cinema não é um fenômeno isolado. Tinham como contextualizar. Aquela história: quem entende só de cinema não entende de nada – e nem de cinema.”⁴²¹

Desde os anos 70 o mercado é dominado pelas produções feitas em série. Coincidentemente a partir de então a indústria do cinema encontrou nos adolescentes seu público-alvo e o mercado mundial foi dominado por uma “juvenilização estética”,

⁴²⁰ PÉCORA, Alcir. Análise literária requer pluralismo irredutível. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2. p. 06.

⁴²¹ ORICCHIO, Luiz Zanin. No cinema, o desafio é detectar a exceção entre as mediocridades. Op. Cit. p. 04.

que não deixou muito espaço para exceções. Os filmes *blockbusters*, nascidos do coração da indústria, não devem nada à crítica; mas esta deve se empenhar na descoberta do novo, na procura dos esparsos trabalhos de qualidade, que fogem à regra. O trabalho de reconhecimento do novo e do sentido de invenção, pondera Oricchio, “está entre o que de mais nobre a crítica pode aspirar. (...) Reconhecer e recolher esses fíapos de criatividade num mar de mediocridade não é a menor função da crítica”.⁴²²

Para o profissional, além de “um certo militantismo bem dosado e cético em relação a si mesmo”, a solução ideal dos impasses na crítica cinematográfica está em reunir suficiente *sensibilidade e conhecimento* para enfim reconhecer uma obra de arte, *colocar-se à sua altura, interrogá-la, questioná-la e fazer com que renda o máximo em termos culturais*.

Até o surgimento do computador pessoal e da internet, a *televisão* era o mais recente dos meios de comunicação; pois já com mais de meio século de invenção, ainda não desfrutou de uma crítica consistente de si própria. A crítica de televisão, do meio e não da mensagem, está praticamente “ausente” no Brasil. No pouco espaço onde é ensaiada, não atinge seus objetivos e “deixa de cumprir importante função sócio-cultural na formação do povo brasileiro”. Tampouco o avanço técnico da televisão estimulou a *crítica sobre si mesma*, ou mesmo instigou o desenvolvimento de uma crítica televisiva capaz de analisar com acuidade seus próprios mecanismos, seus próprios componentes. Na opinião de Caldas, a crítica televisiva “parece ainda não ter atingido um patamar satisfatório quanto ao questionamento das diretrizes adotadas pelas emissoras, com base unicamente em metas de audiência, na condução de suas teledramaturgias, seus programas jornalísticos e de cunho popular”.⁴²³

Na área de *teatro*, marcada pela subjetividade do artista e do crítico, a avaliação é de que os profissionais se ocupam “mais da ressonância da obra do que dos parâmetros de avaliação”. Para Mariângela Alves de Lima, o século XX superou a ambição “de arquitetar estéticas normativas destinadas ao repúdio”, advinda da doutrina de inspiração aristotélica que desde a antiguidade acompanhou a criação teatral do Ocidente. Os juízos sobre um espetáculo que os jornais publicam hoje se encerram em opiniões próximas às da platéia, tendo por orientação a “história que impregna a vida de cada indivíduo como a parte que o liga ao todo da coletividade”, portanto baseadas nas

⁴²² Idem.

⁴²³ CALDAS, Waldenyr. TV mostra o país da escatologia e da insensatez. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2. p. 04.

“experiências pessoais”, nas “limitações físicas e emocionais”, nos “desejos”, “preferências” e “courageas íntimas” do crítico/espectador.

A diferença cabal na relação é que a crítica e o público estão no presente, enquanto o teatro está no porvir. Assim não é de todo incompreensível que “o teatro considere desagradável e até prosaica a expectativa de interlocutores acomodados no espaço da platéia, filtrando o vôo da arte pelo crivo das frustrações pessoais, das atribulações do cotidiano, de diferentes comprometimentos ideológicos”. Se nos anos 50 e 60 a crítica militante, caracterizada por *artigos situativos* sem “um ideário estético pré-concebido”, era “solidária com a produção teatral” chegando mesmo a efetuar uma ação sobre o curso da história ao assumir o compromisso “de contribuir para a elevação do nível artístico do teatro brasileiro”, na atualidade os críticos são *menos aguerridos e menos generosos* porque “declinaram da responsabilidade do devir”.

“Há certamente tantas distinções entre o crítico e o espectador comum que só caberiam em tratados, mas a inserção do crítico em meio ao público, modestamente eximido no papel de árbitro, é também consequência de uma rejeição programática da cultura às estéticas normativas. A arte contemporânea impôs a si mesma o dever de estilizar modelos sempre que os reconhece. E é cada vez mais difícil reconhecê-los. (...) É preciso, pois, em grande parte, aceitar os termos que cada obra propõe, singularmente, como um gesto de revolta contra parâmetros.”⁴²⁴

Em uma conjuntura em que a palavra escrita perde espaço, para Teixeira Coelho a atuação crítica nas *artes plásticas* está hoje à mercê do *crítico-curador*, que provoca escândalos, lança e destrói artistas e faz a verdadeira “ponte entre a obra de arte e o público”. Estes são beneficiados pelo formato de mega-exposições, onde predomina a sinestesia, a impressão direta, visual, sensorial que envolve as obras, o ambiente e o público. A influência do crítico-curador sobre o público e o próprio artista é completa, sobrando para “os críticos que escrevem em periódicos” uma “faixa de significação bem mais estreita”. A crítica de hoje assume um ponto de vista *interno à arte*, que busca entender “o modo pelo qual o artista faz o que faz”, com descrições da obra, “examinada em si mesma”, do contexto de produção e do “horizonte maior do sistema de arte em geral”. A análise mais ampla das artes plásticas, ou seja, da relação da obra com as questões políticas e sociais da humanidade, como aqui predominou até o início dos 70, está em franco *desuso*. A tríade *crítica, público, artista* está estruturada sob

⁴²⁴ LIMA, Mariângela Alves de. Críticos teatrais perderam a generosidade. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2. p. 05.

novas referências: a crítica atende aos próprios “críticos de arte, que não raro operam sem narrativa”, os artistas mudaram seus *pontos de fuga* e o público “alterou suas expectativas em relação à arte”, que já não pedem uma *narrativa de mundo*.

Com o crítico-curador também emerge um novo tipo de avaliação: “a crítica como autobiografia”, o registro das *paixões do observador*. Completa o quadro constatação que no Brasil diminuem sempre mais a centrimetragem para a crítica que, de acordo com Teixeira Coelho, não podendo desenvolver narrativas se além à “descrição do espaço interno da obra focada”. A grande crítica, tal qual observa Teixeira Coelho, ao mesmo tempo em que fala da arte apreciada deve ser um relato das *paixões do crítico*, que muitas vezes empresta alguma paixão a artes que *não a possuem absolutamente*. Mas, para isso, há necessidade de *espaço* e, nesse aspecto, o crítico-curador leva “de novo boa vantagem”.⁴²⁵

Fechando o ciclo de atividades abordado pelo especial “A Crise da Crítica”, a situação na área de *dança* parece indicar, em parte, para outra realidade. Na análise de Katz, a crítica na área nunca esteve tão *vigorosa e proliferante*, porém com a ressalva (que para nós faz toda a diferença) de que ela “não está ocorrendo nos meios de comunicação convencionais (jornais, rádios e tevê) e sim nas publicações ligadas às universidades”, onde se dá um estreitamento de relações com o mercado. A autora reconhece “o crepúsculo da crítica a partir de uma drástica redução de seu espaço nas mídias”, mas aponta para possibilidades *auspiciosas* na área de dança, que estaria em um momento muito melhor do que nos anos 80, por exemplo. Para Katz, a convivência entre informação e reflexão parece ser a chave para se superar os impasses nos quais padece a crítica. Argumenta que como “a dança acontece no corpo na forma de pensamento, o seu fazer não pode andar separado do seu refletir”. O crescimento da crítica universitária se daria neste sentido, mas os sinais já ocorrem também nos jornais.

“Uma vez que nos faltam publicações específicas, sobra essa responsabilidade para o jornalismo cultural especializado em dança: ao mesmo tempo informar e produzir reflexão para o leitor comum. (...) Alguns jornais já contam com mais de um profissional dedicado ao setor e não apenas a crença de que o leitor deseja e merece ser qualificado com informação menos superficial vem contaminando o mercado.”⁴²⁶

⁴²⁵ TEIXEIRA COELHO, José. Exposições submetidas às paixões do crítico. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2. p. 06.

⁴²⁶ KATZ, Helena. A dança deixou de ser o patinho feio da teoria. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 03 dez. 2000. Caderno 2. p. 05.

No geral, observamos que as áreas de atuação artístico-cultural se ressentem com o *ocaso* da crítica nos jornais. Mesmo considerando a área de dança, que isoladamente se mostrou mais otimista em relação ao tema, no geral as constatações em várias esferas caminham no sentido de ausência de referenciais, superficialidade, perda de espaço, arrivismo e descompromisso social. Tais características dispõem a arte cada vez mais como um campo de embate e legitimação, e cada vez menos como instrumento de reflexão filosófica e juízo estético. Se *a arte agrega status, dinheiro e poder* aos que a manipulam, afirma Maria Alice Milliet, as questões “inerentes às poéticas que enuncia (ficam) restritas a um pequeno circuito de iniciados”. Da arte, acrescenta Milliet, pode-se dizer que “muitos a freqüentam e poucos a conhecem”.⁴²⁷

A aniquilação continuada do cânone e o excesso de informações, como constatado, são fatores que contribuem para o quadro de regressão analítica e saturação narrativa. Porém, para contrabalançar, também existe a possibilidade de existência de uma *estratégia na superficialidade e no espetáculo*, que objetive o rompimento consciente do jornalismo com os grilhões da sociedade da informação e do mercado onipresente, algo que, no mínimo, duvidamos, mas que temos o dever informativo de registrar. A arte contemporânea, como lembra Milliet, dificilmente *se submete ao juízo crítico* e a tecnologia digital já anestesia o público pelo excesso de oferta informativa. Nestas circunstâncias, curiosamente, é possível que a *espetaculosidade* que marca os grandes acontecimentos culturais e a *superficialidade* com que são analisados pela mídia correspondam a uma estratégia para “romper esse estado de saturação”.⁴²⁸

Não é mesmo impossível, mas é bastante improvável.

Em busca de um ideal: o clamor por renovação

Prolongando esta tendência autocrítica, desde meados dos anos 90 até a passagem do século e logo após, vários eventos, como debates, seminários, cursos de especialização e mesas redondas, começaram progressivamente a surgir com o intuito de avaliar, fomentar e divulgar o jornalismo cultural, muitos deles realizados em instituições de prestígio e anunciados nas páginas dos principais cadernos culturais do país. Quando não se baseiam na avaliação metódica da área, “que tem se ampliado nas últimas décadas”, tais iniciativas são *educativas* (geralmente ainda realizadas em

⁴²⁷ MILLIET, Maria Alice. Notícias ‘quentes’ esfriam análises. Op. Cit. p. D09.

⁴²⁸ Idem.

faculdades particulares) e exploram a “expansão do mercado e as novas condições de concorrência” para tornar os profissionais “mais aptos a atuarem com destreza, segurança e, acima de tudo, com conhecimentos mais específicos na área em que trabalham”. Para isso, privilegiam a “consciência do mercado cultural” e os “critérios de avaliação estética dos produtos e projetos artísticos”. Para os cursos, *a arte é uma mercadoria que, não obstante, possui critérios –mais ou menos específicos– de valor*.

Por outro lado, são todos eventos que, unindo críticos e criticados, aprendizes e peritos, curiosos e analistas, demonstram a abrangência e a importância crescentes que o tema, na última década e meia, vem adquirindo na sociedade. Assim, ainda em julho de 1993, realizou-se no Instituto Goethe em São Paulo a mesa redonda “Jornalismo Cultural no Brasil e na Alemanha”;⁴²⁹ alguns anos depois, em novembro de 2000, o jornal *Folha de S.Paulo* promoveu um debate sobre crítica musical;⁴³⁰ ainda em 2000, a APCA (Associação Paulista dos Críticos de Arte) promoveu uma série de encontros intitulada “A Crítica da Crítica”; em 2002, o Governo do Estado do Amazonas lançou o “I Prêmio Amazonas de Jornalismo Cultural”; no início de 2003 a Universidade Metodista de São Paulo promoveu cursos de especialização, assim com a Pontifícia Universidade Católica (PUC) de Minas Gerais promoveu o “Seminário Jornalismo Cultural”; no ano seguinte a Universidade Federal do Ceará também realizou o seu “Seminário Jornalismo Cultural”; em abril de 2004 foi a vez de “Leituras do Jornalismo” na Faculdade Cásper Libero/SP abordar o jornalismo cultural; em 27 e 28 de maio daquele ano, ocorreu o fórum “Arte e Crítica Jornalística”, no MAC/USP; em agosto de 2004, a série “Trópico na Pinacoteca” discutiu o tema “Forma e Conteúdo da Crítica Cultural”, abordando “os impasses que cercam hoje essa atividade, na imprensa ou fora dela”; meses depois, em dezembro de 2004, foi a vez do “Seminário Internacional Rumos Jornalismo Cultural”, promovido pelo Instituto Itaú Cultural.

E poderíamos citar inúmeras outras iniciativas de menor porte. Na evidente impossibilidade de se avaliar todas estas contribuições, decidimos observar de perto os resultados de apenas um único evento. Com forte carga simbólica por condensar a tensa relação entre o jornalismo, as artes e os eventos culturais de grande porte, o “Seminário Jornalismo Cultural”, realizado em dezembro de 2004 durante a 26ª Bienal de Artes de São Paulo, certamente é um debate representativo do crescimento atual de iniciativas

⁴²⁹ Cf. Mesa redonda discute Jornalismo Cultural. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 25 jul. 1993. Ilustrada.

⁴³⁰ Crítica musical é tema de debate na Folha. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 07 nov. 2000. Ilustrada. p. E05.

investigativas. No registro documental a seguir, intercalamos entrevistas de aprofundamento com alguns participantes e outros observadores.

Cultura e arte no jornalismo – Realizado no Auditório da Fundação Bienal nos dias 30 de novembro e 1º de dezembro de 2004, com promoção da Fundação Bienal de São Paulo, da ABECOM (Associação de Escolas Brasileiras de Comunicação Social) e da ECA/USP (Escola de Comunicações e Artes/Universidade de São Paulo), o “Seminário Jornalismo Cultural” reuniu alguns dos mais significativos profissionais da área de jornalismo cultural que, como constatamos na pesquisa, tiveram participação profissional direta e ativa nas ainda recentes transformações da grande imprensa às quais aqui nos reportamos. Suas idéias e intuições –justifique-se– são esclarecedoras.

Como referência normativa, observamos que as informações e opiniões emitidas no evento provêm de registros em áudio transcritos pela pesquisa, sendo que, até o momento em que estas linhas são escritas, tal documentação permanece inédita em publicações oficiais. Passemos, enfim, a palavra aos protagonistas. Já na abertura do seminário, o escritor e jornalista Luís Antônio Giron, especializado em jornalismo cultural e ex-crítico de artes da *Folha de S.Paulo* (figura constante nos documentos da época, protagonista de dois dos casos acima registrados), expõe à nudez a situação que aflige sua área de atuação. Note-se como chegam a ser irônicos a franqueza e o ímpeto com que o crítico hoje, à sombra apaziguadora do tempo, pede o fim de um modelo que se mostra nulo, mas que inegavelmente é o fruto das sementes que plantara com a sua geração. É uma *luta*, e como tal, conflituosa.

Eis o chamamento amargo que sucede a queda:

“Percebi que crítica não é uma profissão. Eu não posso me chamar de crítico. Isso seria até ridículo, ‘eu sou um crítico!’ Não, eu faço crítica e tento, [na] minha ambição de jornalista, lutar para que o exercício da crítica apareça. Eu vejo a crítica como uma luta, um exercício de resistência, e não exatamente como aquilo que deveria ser, que abrange a função da Crítica: ‘*Vamos ler a cultura e vamos ajudar as pessoas*’. É uma ilusão pensar que a crítica hoje tal como está colocada no Brasil forme alguém. Ela é incapaz de formar alguém, ela é incapaz de lidar com muitas das tendências da cultura, da cultura de rua, da alta cultura, ela não tem instrumental. Seria preciso parar total. *Pára*. Vamos todos, quem faz crítica hoje, vamos conversar, vamos ver o que é a crítica, para que a gente está fazendo isso?”⁴³¹

⁴³¹ GIRON, Luís Antônio. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 01 dez. 2004, Bienal/ABECOM/ECA. [Transcrição].

E, de forma dramática, mais à frente, ouvimos o jornalista se perguntar: “O que eu fiz essa vida toda? Eu servi a quê patrão? Eu servi à verdade, eu servi à liberdade, ou fui manipulado por tudo isso?”⁴³² Ilustrativo de certa animosidade explícita, e é difícil saber se o caso é isolado, existe o fato de que nenhum texto integral de Giron – “um dos expoentes na *Folha de S.Paulo* na época [1990], praticando um jornalismo crítico e afeito ao confronto e à polêmica”⁴³³ – conste no livro-compilação “Em Branco e Preto”; e não foi por ter sido preterido, julgado pouco representativo, uma vez que quatro *críticas* da sua lavra recebem referências no catatau, sendo uma delas relativa à *polêmica* que registramos no Capítulo 5.

Advertências como o autor “infelizmente não autorizou sua reedição”, “não foi possível conseguir autorização para a reedição desse texto”, “o autor não autorizou a participação de textos seus neste livro” e crítica “excluída desta seleção por discordância do autor”⁴³⁴ sugerem veementemente a desarmonia atual de interesses, sejam quais forem, entre o jornalista e a empresa (ou parte dela). Mas também existe a possibilidade lógica de que o jornalista hoje *não concorde mais* com algumas opiniões que tinha na época, e prefere que permaneçam fossilizadas nos arquivos da *Ilustrada*.

Porém, o confronto de fontes não indica para este lado. De fato, ressabiado com o fato de se sentir *manipulado* e em defesa heróica da *arte crítica*, Giron aponta para as dificuldades do atual estágio e inventaria os motivos que o tornaram efetivo e disseminado na imprensa. A crítica *é colocada sob suspeita por alguém de dentro*.

Também para Giron, a principal constatação de crise está, já o sabemos, na redução do espaço da crítica no jornal e dos críticos no jornalismo cultural. Resultado de diversos fatores que aqui já cogitamos, de um momento para o outro a redução se deu, em uma *quase* extinção. O verídico e exemplar depoimento de outro crítico, Clóvis Garcia, esclarece como ocorreu na prática tal processo de corte e redução do espaço destinado à crítica nos jornais. Corte que, no seu caso, o afastou definitivamente da atividade, pois no início tinha “oitenta linhas; um dia me telefonaram e disseram que havia baixado para sessenta linhas; ligaram outro dia e disseram quarenta linhas; ligaram outro dia e disseram 25 linhas. Aí eu pedi demissão e deixei de fazer crítica”.⁴³⁵

⁴³² Idem.

⁴³³ NESTROVSKI, Arthur. (Org.). Op. Cit. p. 494.

⁴³⁴ Idem. As passagens estão, respectivamente, nas páginas 121, 452, 494 e 499.

⁴³⁵ GARCIA, Clóvis. A crítica é uma criação artística. In: GARCIA, Maria Cecília. *Reflexões sobre a Crítica Teatral nos Jornais*. Op. Cit. p. 299-303. Entrevista concedida a Maria Cecília Garcia.

Sinal mais evidente de transformação, a redução do espaço não é o único aspecto da situação. Para Giron, em paralelo e precedendo este fenômeno estão a ausência da *iluminação* crítica das novas gerações (controversa e insolúvel questão de *genialidade* e *estultice* geracional), a inutilidade e inconsistência da atual cobertura e, ainda em pleno desenvolvimento, o processo inesgotável de mercantilização da arte, da notícia, da crítica, do pensamento, da cultura, da vida...

“A crítica tem de ser colocada sob suspeita. Não tem uma função muito clara, não há da parte dos jornalistas nem mesmo uma consciência geral do papel da arte. *Estou fazendo [crítica] no momento...* às vezes [essa atitude] é uma maneira de se promover... É necessário refletir sobre o papel da arte cada vez mais, porque não é só a crítica que está sendo levada pela mercantilização, a arte [também] e não adianta ser idealista nesse ponto: *tudo virou produto hoje*. Mesmo a crítica acaba sendo colocada como derivado justamente do oposto do que é a arte.”⁴³⁶

Neste ponto, torna-se muito claro que as acusações de crise de identidade se acumulam sobre a crítica e o jornalismo cultural, mas não surgem muitas opções para se reverter o quadro. Começa a pairar a pergunta inevitável: quem e como se faz afinal o jornalismo cultural ser como ele é? Todos concordam com a tese de *insuficiência*, até mesmo uma autocrítica retroativa é ensaiada, mas poucos arriscam qualquer sugestão, pois aparentemente a correção de rumo é algo fora do alcance das iniciativas individuais ou mesmo institucionais. O jornalista cultural há de se acostumar a uma terrível luta contra o *embargo* e a *submissão*. Continua Giron:

“Não sei se é questão de a gente lamentar, acho que é uma questão de a gente constatar isso e entender que fazer crítica hoje, como a gente tenta fazer, é uma luta; é uma luta contra um espaço cada vez menor, é uma luta contra os embargos que acontecem dentro das empresas jornalísticas. Hoje não se chama mais censura, hoje se chama embargo. Não vamos ser ingênuos e pensar que a liberdade de expressão é plena nos jornais. É claro que não é. (...) O jornalismo viveu os últimos tempos uma crise muito forte, as pessoas foram demitidas, os jornais enxugaram o seu pessoal, terceirizou; aquilo que era fazer crítica há vinte anos, quando eu comecei, era uma coisa, hoje é outra, hoje é terceirizado; e aí como é terceirizado usa-se ou não a crítica; *ah, eu quero usar esse [crítico] aqui, porque eu sei que ele vai falar isso... eu como editor uso este ou uso aquele*. Tem essa coisa terrível.”⁴³⁷

⁴³⁶ GIRON, Luís Antônio. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

⁴³⁷ Idem.

Novamente, o jornalismo *tem essa coisa*. Considerando-se o ambiente democrático, é de se lamentar realmente. A existência de um serviço terceirizado de crítica se torna obviamente um problema quando significa que o jornal *encomenda uma avaliação que já possui sobre qualquer assunto*. Anula a existência do mesmo. A escolha da pauta é que já determina o valor.

No universo infundável e difuso de mercadorias de arte, aparentemente não poderia ser mesmo diferente. O pensamento crítico independente não sobrevive em um ambiente saturado de produtos a se promover. Foi afastado por estar em descompasso com as novas necessidades do jornalismo e do jornal-empresa. Mas para que isso acontecesse, o posto de *cerceador do jornalista* precisou passar da censura política autoritária para o embargo editorial com implicações econômicas.

Indicado o caminho, outros aspectos vêm então à tona. Para a pesquisadora Maria Cecília Garcia, o *problema do jornalismo cultural* contemporâneo, um consenso entre os debatedores, pode ser compreendido por três prismas distintos: pela importância do jornalismo cultural “em um país dependente e recolonizado como o nosso; o papel da crítica de arte e seu desaparecimento progressivo, como um processo de enquadramento do jornalismo e da cultura em determinados modelos (que não podem ser questionados, ou não querem ser questionados, ou não desejam ser questionados); e a crítica como texto monológico ou dialógico”.⁴³⁸ Atualizando as idéias de Carlos Peixoto, a autora sugere que o início de qualquer mudança positiva no quadro atual está, em parte, na superação do “conceito usual do jornalismo como uma atividade burocrática, de captação e transmissão de informação”. A mecanização do texto, com fórmulas que padronizam e despersonalizam a escrita, é unanimemente apontada como característica negativa do modelo atual.

A constatação, para esta *corrente*, é de que o jornalismo precisa “intelectualizar-se, não no sentido de intelectualização [erudita], da acumulação individual de saberes, de conhecimentos, mas como prática de busca e propagação coletiva de conhecimento”. Os práticos diriam que se trata de um sentimento digno e justo, há muitíssimo cultivado, mas um tanto quanto idealista e socialmente estéril. Para provar, os materialistas acentuariam que não deixa de ecoar um certo tom *holístico* da definição de conhecimento apresentada como a “apreensão intelectual da realidade, a percepção dos

⁴³⁸ GARCIA, Maria Cecília. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

fatos e das coisas, a compreensão da existência, própria e alheia, enfim, a descoberta do ser que está no mundo”. Pensar assim, entretanto, não é (ainda) nenhum crime.

Para equilibrar o eixo propositivo, Garcia cita a idéia de Lorenzo Gomiz sobre a *redução da incerteza diante da vida* como ulterior tarefa do jornalismo, um enfoque talvez bem mais viável e palpável para levar às transformações que tanto são clamadas. Em síntese, para Garcia presenciamos um duplo crime contra a consciência. Explorando o obscurecimento e a insegurança, o *criminoso* modelo de consumo que se impõe ao jornalismo cultural extermina com a crítica de arte, transforma a cultura em um reles produto e cria “zonas de silêncio” sobre a produção:

“O progressivo desaparecimento da crítica de arte das páginas dos jornais, colabora para o aumento da incerteza. (...) Colabora para aumentar as nossas dúvidas, (...) as zonas de silêncio que existem, e que o jornalismo deixa de lançar luz. Em um país dependente e recolonizado como o nosso, (...) a tendência é verdadeiramente criminosa. (...) Porque a crítica é [feita], antes de mais nada, de cenas de vidas, deixar tudo suspenso, mostrar que tudo está em suspenso, que não existe nada consagrado, que tudo é passível de questionamento, de transformação, ou seja, algo muito bom. (...) Portanto (...) deve ser visto como um processo de empobrecimento mesmo da nossa participação nas coisas do mundo, nas coisas que a gente deve e necessita [fazer] acontecer, e também de enquadramento do jornalismo e da cultura (...) é o tipo de cultura feita para o mercado, para ser comercializada, consumida, e não pensada, instruída, questionada etc. É uma visão da cultura como produto e não como processo.”⁴³⁹

As implicações na soberania nacional estariam no bloqueio dos *fluxos vitais* da nossa experiência simbólica, na paralisação da cultura, da criação e da crítica. Assim também a reificação do *consagrado* atende a interesses comerciais evidentes, impedindo que o novo surja espontaneamente e que a reflexão coordene as escolhas processuais. O jornalismo se enquadra nesta estrutura como chave intermediária de persuasão, sedução, imposição, esquecimento.

Em relação à acusação de *discurso autoritário*, freqüentemente levantada contra a crítica, e que interessa de forma oblíqua aos nossos propósitos, Garcia recorre a ferramentas da lingüística como a heterogeneidade do discurso para refutá-la categoricamente: “Não existem discursos totalmente puros, totalmente primordiais, totalmente originais, matrizes. Os discursos são formações, que incorporam, renovam, transformam partes de outros discursos. (...) Isso porque a faculdade crítica é aquela que

⁴³⁹ Idem.

inventa novas formas”.⁴⁴⁰ Por ser o resultado de “*atos intelectuais profundamente engajados na existência histórica e subjetiva*”, Garcia acredita na função didática da crítica, mesmo (talvez principalmente) a jornalística.

Pela acentuada exposição permitida pelos jornais de circulação nacional, a formação do público é uma tarefa que pode e deve ser feita pelo jornalista cultural, pois é ele quem faz a ponte entre artista, obra e público. Não como um intérprete ou o dono do saber, mas como um companheiro de viagem. As pessoas precisam ser educadas para arte e o crítico, como *auxiliar da formação de público*, como *um falador de um diálogo entre ele, o artista e o público*, torna-se imprescindível. O elo de um *triálogo*, uma confraria onde o público participa discutindo a arte “junto com o artista e o crítico”.⁴⁴¹

Ao avaliar a relação entre as instituições e os jornais, Fábio Cypriano, professor de jornalismo da PUC/SP e repórter-crítico (como se define) da *Folha de S.Paulo*, afirma que a *discussão crítica* não representa, de fato, uma preocupação muito séria para os editores, assim como também não o é para eventos como a Bienal, todos desejosos em tão somente aparecer na mídia. Mesmo insistindo na distinção entre as informações *claras e precisas*, a realidade, e o *juízo de valor*, a crítica, Cypriano acentua que é muito restrito o espaço da “crítica no jornal”; e, para exemplificar, revela uma passagem da cobertura da Bienal de 2004 na qual seu editor solicitou-lhe que, ao invés de elaborar um texto crítico, ele escrevesse um “roteiro para os visitantes da Bienal, de quais as obras que eles deveriam observar”.

“(...) a Bienal tem seu chamariz e ao mesmo tempo os jornais têm a sua boa imagem. Então, a valorização não ocorre apenas do ponto de vista dos jornais, mas também ocorre por parte dos agentes. Que acabam se adequando a esse tipo de jornalismo, a esse *cancro jornalístico*, pela necessidade de estar aparecendo no jornal, ou de se popularizar.”⁴⁴²

Da mesma forma, acrescenta, a idéia subjacente neste comportamento –o “cancro jornalístico”– é a “de atingir o grande público, ou seja, na questão de mercado, de consumo, de fazer um roteiro que possibilitasse que o maior número de visitantes olhasse aquilo que vale a pena na Bienal”. Apesar das ressalvas –“em alguns jornais, a crítica até tem uma certa tradição sem suspeitas, como é o caso do teatro, [que] tem tanto no *Estado* quanto na *Folha* críticas permanentes e críticos definidos. Em artes

⁴⁴⁰ Ibidem.

⁴⁴¹ Ibidem.

⁴⁴² CYPRIANO, Fábio. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

plásticas não. No *Estado* não tem crítico e a *Folha* tem um crítico que escreve com uma variação (de tempo) irregular”–, Cypriano considera que *não há o desaparecimento da crítica*. Ou seja, que é possível fazer crítica, “só que de forma diferente”.

Para ele, acuados entre a falta de espaço para a crítica e a demanda crescente por textos mais interpretativos, os jornalistas culturais têm de buscar opções de abordagem que reúnam elementos de reportagem e de opinião. Em resumo, a reportagem com intuito crítico. De olho nesta equação, Cypriano explica sua estratégia de cobertura, uma tática para a construção de um *olhar diferenciado daquilo que em geral se faz*:

“Eu procuro informar o leitor sobre a exposição, quantos artistas, quem é o curador, quantas pessoas já visitaram. Mas ao mesmo tempo já dar pistas das várias possibilidades de leitura daquele evento. Então, no caso da Bienal de São Paulo, por exemplo, o que eu fiz? Nós convidamos dois críticos para visitar a Bienal na antevéspera da abertura e no dia da abertura, depois eu publiquei uma entrevista longa com esses dois curadores que vieram à Bienal e que fizeram a crítica já antes da abertura da Bienal. Então com isso, e aí não estou usando a minha palavra, eu usei a palavra dos próprios críticos, mas incorporando-os dentro do texto jornalístico, a gente faz com que aja um espaço para a crítica dentro daquilo que em geral não se teria permitido.”⁴⁴³

O repórter fornece outros exemplos deste procedimento híbrido de *reportagem-crítica* que permite extrapolar os bloqueios e limitações editoriais. Como ocorreu na cobertura da exposição “*Emoção Artificial*” [Itaú Cultural, São Paulo, 2004], que era voltada para “a tecnologia e onde metade dos computadores não funcionava”. O dado objetivo, metade dos computadores “não funcionava”, foi inserido pelo repórter no debate sobre a tecnologia, resultando em uma “uma leitura crítica da exposição dentro de um texto de reportagem, e não uma crítica propriamente dita”. Ou mesmo na aqui já citada matéria (de certa repercussão, diga-se de passagem) sobre a exposição “*O Corpo entre o Público e o Privado*” [Paço das Artes, São Paulo, 2004], que tinha vários vídeos, só que “os horários e as durações dos vídeos não eram explicitados”.

O repórter visitou a exposição e percebeu que algumas pessoas estavam “dormindo assistindo o vídeo”, o que o estimulou a redigir um texto “priorizando essa situação, ou seja, as pessoas sequer têm a informação de quanto tempo vai ter a obra, no fim das contas acabam dormindo em frente a obra”. Para uma melhor compreensão, atentemos para as primeiras linhas desta matéria:

⁴⁴³ Idem.

“ZZZZZZZ. Sentada num pufe branco, Rita de Cássia Alecrim, estudante do curso de multimeios da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, dormia diante da projeção de ‘Desenho Corpo’, de Lia Chaia, um dos 14 trabalhos da mostra ‘O Corpo entre o Público e o Privado’, no Paço das Artes (...). Das 14 obras, todas em vídeo, dez delas são projetadas em ‘looping’ numa mesma tela, levando o visitante a uma maratona de quase duas horas, se quiser conhecer todos os trabalhos da mostra, e a disputar um dos puffes disponíveis para maior conforto.”⁴⁴⁴

Por detrás da sua descrição irônica, porém real, subjaz uma avaliação, no caso negativa, dos elementos da mostra. É essa ironia crítica, diga-se, que confere sabor ao texto. A objetividade está na detecção das falhas expositivas, reais e perceptíveis, e no seu apontamento público. Mas, no *mundinho* das artes plásticas este texto serviu para *provar* como nos nossos dias o jornalismo cultural está *viciado* em falar mal sobre qualquer tema e assunto. Para Cypriano, entretanto, o caso ilustra a possibilidade do repórter levar tanto a informação objetiva quanto a crítica, em um hibridismo – “algo muito contemporâneo” – que, ademais, já está enraizado nas artes atuais.

Neste sentido, afirma, são galeristas que não são apenas galeristas, mas também curadores de exposição de instituição pública; artistas que não são apenas artistas, mas também críticos; ou diretores de instituto, que cuidam do dinheiro e depois vão ser curadores de exposição: “São várias situações que [fazem] esse hibridismo. E aí que entra a questão ética, ou seja, quais são os limites, quais são os debates”.

Para Lázaro de Oliveira, chefe de reportagem e pauta do programa *Metrópolis* da TV Cultura, os limites e debates partem da constatação de que o jornalismo cultural hoje está num impasse complicadíssimo por não ter “olhos para os novos artistas e expressões”. Para ele, são os aspectos econômicos que delineiam a questão, pois a arte pura não existe mais (ou nunca existiu), e todo artista precisa vender bem. A arte é uma mercadoria e quem “investiu em determinado artista, seja ele qual for, tem de ter esse retorno, ter esse lucro. E aí fica a grande dúvida: o que é arte e o que é mercadoria?”⁴⁴⁵

Como a arte é *mercadoria*, a pressão é muito grande para que ela “se realize nos jornais, nas TVs, nas rádios, para que a sua mercadoria seja valorizada”. O contraponto estaria na *falta de sensibilidade* para entender o que está acontecendo hoje. Entre a valorização do mercado e a incompreensão da arte resulta a inevitável percepção

⁴⁴⁴ Cf. CYPRIANO, Fábio. Mostra de vídeos no Paço faz público dormir. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 11 abr. 2004. Ilustrada.

⁴⁴⁵ OLIVEIRA, Lázaro de. *Jornalismo e Difusão Cultural*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 01 dez. 2004, Bial/ABECOM/ECA. [Transcrição].

residual de que “tem muito mais coisas interessantes acontecendo do que aparece nos jornais”. Frente a esta tensão entre arte e mercadoria, é imprescindível que o jornalista cultural tenha em mente que não é um divulgador, mas *um contador de histórias que ele acha que é do interesse da sociedade*.

Por isso, de acordo com Lázaro de Oliveira, o jornalismo deve favorecer as artes. Seu trabalho deve explicar e sinalizar o que são e como se dão as manifestações artísticas, com o máximo de veracidade e universalidade possíveis. A criação se beneficia da atuação jornalística quando esta cumpre o valioso papel de termômetro das expressões artísticas: a “democratização do fazer arte existe enquanto você estiver fazendo arte; compete ao jornalismo dar visibilidade a isso. Nós temos de ficar cavando, liderando, para tentar ver o que tem de manifestação artística”. Em última instância, o jornalismo cultural traduz em termos simbólicos a experiência artístico-cultural coletiva, enquanto constrói o referencial histórico que balizará as futuras gerações. O jornalismo cultural, de acordo com Lázaro de Oliveira, tem um papel fundamental de *sinalizar o que está acontecendo*, apontar para o futuro, quando houver outro *entendimento daquele período que se passou muito tempo atrás*, “quando é mais fácil, com os elementos na mão, você ter noção do que aconteceu”.⁴⁴⁶

Segundo o articulista da *Folha de S.Paulo* Adriano Schwartz, que foi editor do caderno *Mais!* por cinco anos, o jornalismo cultural brasileiro contemporâneo sobrevive a uma iniludível combinação de “pouco espaço, pouco papel e pouco dinheiro”. A “corrida pelo furo bobo” também figura entre as características do modelo, considerado como um anseio míope pelo *exclusivo*, ademais um termo sem definição muito clara nas redações: “O jornal considera excelente fazer uma reportagem sobre determinado livro que vai ser lançado um dia antes que o seu concorrente, como se isso fosse muito importante”, afirma. Como relata Jotabê Medeiros, os jornalistas não têm mais a noção do que é informação exclusiva e a buscam até mesmo no aberrante *release exclusivo*.

Outro ponto importante, como alude Schwartz, diz respeito à *eleição afetiva* e aos *preconceitos* que existem dentro do jornal e entre jornalistas, “às vezes com o que é feito aqui, às vezes com o que é feito fora do Brasil, às vezes contra quem [tem] vários tipos de produção artística”. Nos cadernos de cultura este fato fica encoberto, de tal modo que o jornalista cultural deveria esquecer que tem amigos no exercício da

⁴⁴⁶ Idem.

profissão, assim como nunca “se propor a escrever sobre amigos, que é uma coisa que infelizmente acontece com frequência”.

Preconceito e favorecimento parecem ser as tônicas da atuação do jornalista como intermediário cultural. Entretanto, sobre a idéia de que o jornalista cultural, imbuído de uma certa “propensão a querer destruir carreiras”, invariavelmente manipula a informação, o doutor em teoria literária a refuta com veemência, uma vez que ele, o jornalista, não tem tempo para pensar no que está fazendo, *quanto mais de manipular o que ele está fazendo*.

Aprofundando este aspecto, sobre a correlação de forças entre o jornalismo cultural e o mercado Schwartz não vê muita opção para o primeiro. Para exemplificar, narra o episódio em que resenhou com franqueza crítica um *best seller* internacional que considerou *horrível* e que, a despeito da opinião negativa veiculada por dias nas páginas do jornal tanto em versão impressa como digital, imediatamente entrou para a lista dos mais vendidos. Os limites da opinião do crítico e do jornal são muito claros:

“(...) seja lá qual fosse a atitude que um jornalista tomasse, o resultado ia ser o mesmo. Se o livro tivesse sido doado ele entraria na lista dos mais vendidos. Se o livro foi comprado para eles fazerem uma campanha para dizer que o livro é de fato lido, e publicasse uma sequência de reportagens e matérias sobre o livro, ele entraria na lista dos mais vendidos, porque iam estar curiosas para saber porque ele é tão ruim. Aquele livro entrou na lista dos mais vendidos e o jornal não teve poder nenhum. Apesar de uma resenha, que eu julgo muito clara, muito explícita, de porquê o livro não era bom ter sido publicada.”⁴⁴⁷

A importância do jornalismo cultural para o desenvolvimento da própria *linguagem jornalística* foi outro ponto destacado por Schwartz. Considerando que “histórica-mente, os cadernos de cultura nos jornais sempre foram tidos como os laboratórios de texto nas redações”, um lugar de experiências por excelência, onde se encontram *saídas criativas*, se torna muito preocupante a redução constante das páginas dos cadernos, “a absoluta falta de espaço” para que tal laboratório se desenvolva.

Suas prédicas finais abrangem dois aspectos: a descoberta da televisão pelo jornalismo cultural, que deve ser discutida de “modo mais sério, que não seja simplesmente a reprodução infinita das fofocas das celebridades” —e aponta como exemplo o recente lançamento do aqui já citado volume sobre as artes brasileiras na *Folha* “Em Branco e Preto”, uma “antologia dos suplementos culturais da *Folha*” no

⁴⁴⁷ SCHWARTZ, Adriano. *Jornalismo e Difusão Cultural*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

qual a “televisão não foi considerada um assunto que merecesse entrar no livro”–; e a separação entre reportagem e opinião, visando desfazer uma confusão predominante (e que, pelo enfoque deste trabalho, se justifica), mas também para prover a carência de *bons repórteres* no segmento.

De fato, apesar de não estar diretamente no foco de nossa investigação, em relação ao último ponto a leitura das fontes evidenciou que a reportagem é um recurso extremamente eficaz para a construção de reveladoras abordagens informativas (*Figura 45 do Anexo 13*). Portanto:

“Nem todo jornalista cultural precisa ser um crítico cultural. A área de jornalismo cultural precisa urgentemente de bons repórteres. É muito comum, depois de pouco tempo no jornal, os jornalistas, ainda muito novinhos, começarem a fazer crítica de alguma área que eles acompanham. Quando a formação para isso deveria ser diferente (...). Não é uma questão de valor, uma função não é mais importante que a outra, só acho as funções diferentes que no jornal hoje estão muito confundidas.”⁴⁴⁸

Voz ligeiramente discordante, no que se refere ao modo como avalia a área, o ex-editor de cultura da revista *Veja* Carlos Graieb acredita que a produção de qualidade sempre termina por se impor, sugerindo que o jornalismo cultural funciona como *filtro eficaz* no cenário contemporâneo quando se “está falando de transmitir informação, de registrar a produção cultural de um país”.

Seu otimismo, no entanto, não é incondicional, pois vê alguns perigos no trabalho de *difusão da informação a respeito da cultura*. O primeiro deles é a cooptação do jornalismo “pelo serviço de marketing, divulgação das grandes firmas de indústria cultural, as gravadoras, pelas grandes editoras, as televisões”. Em vista da imensa quantidade de material de divulgação que o jornalista cultural recebe –releases, CDs, livros etc.– deve selecionar, pois o *espaço não é infinito*. Nesse jogo seletivo, sempre alguém prevalece sobre a qualidade em si. Para Graieb, parece óbvio que aqueles que *forem mais eficientes na informação de suas novidades acabem prevalecendo*. O jornalista precisa estar atento à *pressão exercida pela indústria cultural*, à pressão que provém de empresas com “departamento de imprensa especializado, departamento de marketing especializado”.⁴⁴⁹

⁴⁴⁸ Idem.

⁴⁴⁹ GRAIEB, Carlos. *Jornalismo e Difusão Cultural*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

O segundo perigo na visão de Graieb está no *bom-mocismo* em defesa da cultura popular, que é como chama o *clichê* de “achar que a cultura popular é sempre mais importante do que esse lixo que a indústria cultural nos impinge”. Considerando que “existe boa cultura popular e existe cultura popular ruim”, Carlos Graieb reafirma que “a boa cultura popular acaba achando o seu lugar”.

O jornalismo pode, inclusive, estimular o contato com a (ou consumo da) cultura. É então que, mais uma vez, as novas gerações herdaram o ônus de uma educação pública falida e de uma educação privada mercenária, uma vez que no Brasil existe um jornalismo cultural *sedutor*, *bem escrito* e *inteligente*, mas não está na *linguagem* que os nascidos, digamos, depois de 1980 empregam em seu ofício.

“Será que o jornalismo é capaz de fomentar, de difundir esse contato com as coisas da cultura? Acho a coisa um pouco mais complicada. Não sei se *crise* é exatamente a palavra. O jornalismo sabe fazer isso, sabe difundir o gosto pela cultura. Ele sabe fazer isso quando ele é sedutor, quando é bem escrito. (...) Ele tem de [usar] as armas que são próprias do jornalismo, vamos dizer assim: a boa armação, a linguagem inteligente (...) nem sempre isso acontece. As redações hoje em dia estão cheias de gente nova que chegou com pouca bagagem, às vezes a linguagem (...) é pasteurizada.”⁴⁵⁰

Se quiser difundir cultura e não apenas informação sobre cultura, o jornalista deve buscar alguns efeitos. Uma primeira solução para o impasse estaria na sedução pela *polêmica*, ou seja, na construção de um texto que “tira a pessoa da cadeira dela e [a faz falar] ‘pô, concordo com isso’, falar ‘não, discordo com isso’, ‘esse bicho é imbecil’, ‘não, esse bicho é um gênio’”. Mesmo com o *talento* e com todas as *armas* e *ferramentas*, o jornalista cultural ainda precisa conviver com as pessoas que *vivem a cultura hoje em dia*. Pessoas que “têm uma visão bem instrumental da cultura”, que *utilizam* a “cultura para suprir alguma deficiência da vida deles”. Mas “não a deficiência existencial”, pois “as pessoas não têm uma visão humanista da cultura”.

Em um detalhe sobre a recepção que pode fazer toda a diferença no debate, Graieb afirma que esta visão *instrumental* da cultura, que se tornou manifesta e coletiva, coloca o jornalista com pendores *humanistas* em conflito com os interesses de seu interlocutor, o leitor. Assim, as grandes questões filosóficas *não causam mais interesse*.

“Como morrer, como viver. Grandes questões da tradição filosófica. Estas questões não são mais procuradas, as

⁴⁵⁰ Idem.

“pessoas não procuram mais respostas para este tipo de pergunta. (...) Elas querem cultura para ser promovidas no emprego, para ter uma boa conversa com os amigos, para se divertir um pouco. Não acho que tenham uma visão grandiosa da cultura, não acho que elas tenham uma visão humanista. Alguém que mexe com cultura nos meios de comunicação tem essa preocupação, de a arte como algo maior do que isso, e vive na eterna angústia, porque a sua visão da cultura não bate com a visão de cultura que a média das pessoas para quem escreve tem.”⁴⁵¹

As pessoas querem cultura para o dia-a-dia. Ponto. Mesmo padecendo desta angústia de pregar no deserto, para “não abrir mão do seu ideal” e superar a *instrumentalização da cultura* o jornalista cultural precisa “aprender a lidar um pouco melhor com as ansiedades das pessoas com quem estão falando”, encontrar um meio termo entre “essa visão grandiosa de jornalista de cultura e essa visão instrumental que as pessoas têm”. É preciso, pois, passar *um pouquinho a mais do que isso*.

Um das referências para o nosso trabalho, por ter sido repórter de cultura tanto na *Folha de S.Paulo* como n'*O Estado de S.Paulo*, o jornalista Jotabê Medeiros é testemunha ocular da condição de *patinho feio* que a editoria de cultura ocupa no jornalismo diário. Segundo Medeiros, “conta-se nos dedos o número de jornalistas que trabalham no setor”, que cada vez mais assume caráter empresarial. Para os poucos que permanecem, o que se deve evitar é o excesso, talvez evitar *ser mais realista que o rei* na lógica industrial. E novamente aparece a questão ética. “Se o jornal paga uma pessoa para definir critérios de valor”, afirma Medeiros, “é uma prerrogativa do jornal, o jornal é uma empresa, assim como a televisão é uma empresa. A discussão de onde vão os limites éticos no exercício da profissão, acho que cabe a gente discutir”.⁴⁵²

O argumento de Medeiros é que se a “principal moeda de um meio de comunicação é a sua credibilidade”, o jornal não pode colocá-la *em cheque* ao, por exemplo, legitimar a exposição de um “artista medíocre”. O jornal é julgado pelo público leitor continuamente, que muitas vezes não tem *capacidade* para isso, mas que está na base da tão propalada *credibilidade* do meio. Não pode haver equívocos, sob pena de descrédito profissional. A consequência mais natural deste raciocínio seria, no nosso entender, *a passiva aposta no consagrado*.

“Se a credibilidade é o maior patrimônio de um meio de comunicação, o exercício permanente da crítica é um dos elementos que mais lhe emprestam lastro. Não a crítica

⁴⁵¹ Ibidem.

⁴⁵² Cf. MEDEIROS, Jotabê. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

como sinônimo de opinião, apenas, mas enquanto postura. O olhar crítico e ponderado do meio de comunicação sobre cada fato ou idéia relevante estabelece uma relação de confiança entre ele e seus ‘clientes’ (leitores, ouvintes, espectadores).”⁴⁵³

Em relação à cobertura de política cultural, que poderia legitimamente se constituir em uma subárea do jornalismo cultural, Jotabê Medeiros aponta para a postura relapsa dos profissionais e dos jornais nos tempos mais recentes: “O jornalismo não acompanha de perto a engrenagem [cultural]. Isso é uma falha gritante e recente da cobertura cultural”. Neste aspecto, falha-se no próprio *caráter de serviço público* do jornalismo, de orientação não para o consumo, mas para a cidadania, algo idealmente muito além dos gêneros, formatos e estilos. O papel do jornalista na prática da profissão inclui fiscalizar se o investimento público na produção artística não está “sendo lesivo aos cofres públicos, se isso funciona de forma honesta, se isso traz benefícios”.⁴⁵⁴

Mas, como sabemos, nem sempre é assim que acontece. O jornalista enfrenta *in aeternum* um problema ético e de consciência. Se ontem era a ditadura militar que o coíbia, hoje é a indústria e o desemprego que lhe põem à prova. O jornalista que se submete cegamente a esse estado de coisas, propõe Medeiros, pratica um tipo de *corrupção*, de *colaboracionismo*. Semelhante ao nefasto período da ditadura militar, havia também jornalistas que praticavam um *jornalismo acrítico, subordinado aos interesses do governo*.⁴⁵⁵

Indutivo, o professor e jornalista Oscar D'Ambrosio apresentou uma esquematização dos pontos que considera problemáticos em relação ao jornalismo cultural: 1. *Especialização*: a compartimentação do saber impede a compreensão global dos processos; 2. *Uso da Informação*: a “geração internet” não consegue relacionar a profusão de informações; 3. *Novas Tecnologias*: a falta de conhecimento das máquinas dificulta o trabalho; 4. *Meritocracia*: reconhecimento do ensino como princípio de capacitação; 5. *Avaliação Quantitativa*: o volume de produção e vendas condiciona a análise; 6. *Ética*: competição profissional nas redações; 7. *Linguagem*: pseudo-sabedoria rebuscada e que ninguém entende; 8. *Escolha Profissional*: pressão social na juventude; 9. *Resistência a Mudanças*: professor, artista e jornalista são conservadores; 10. *Objetivos*: formação profissional irregular. Troquemos em miúdos.

⁴⁵³ Cf. VALE, Israel do. *Jornalismo Cultural e Uniformização do Gosto*. Op. Cit.

⁴⁵⁴ MEDEIROS, Jotabê. Entrevista concedida a Marcelo Januário. Op. Cit.

⁴⁵⁵ Idem.

Aspectos estruturais definem uma formação profissional insegura, incompleta e compartimentada, um saber isolado, baseado no jargão pretensioso e em eterna adaptação aos novos meios, uma força de trabalho ameaçada pelo nepotismo e pelo compadrio e concorrendo ferozmente na categoria, até se apaziguar de forma mais ou menos rápida em algum posto mais ou menos compensador.

Convenhamos, uma visão nada idílica. D'Ambrósio alega, porém, que ainda assim a linguagem rebuscada é um dos pontos mais sensíveis do problema, pois invadiu abertamente a academia e também as redações dos jornais (*Figura 16 do Anexo 6*). A idéia é que a escrita *difícil* serve para impressionar e até enganar os incautos, pois onde não há argumentos para se rebater, tudo acaba ficando por isso mesmo. Para tanto, bastaria se construir um texto “bem complexo e cheio de termos que poucas pessoas no Brasil sabem entender”, e então receber as palmas ou o silêncio, sempre consciente de que no geral o público “abaixa a cabeça e bate palma”.

“Resenha de livro, matéria de exposição de arte, estão impregnadas dessas palavras, que metade dos leitores não vai entender, onde o escritor, o autor, se esconde atrás de uma pseudo-sabedoria. Quem escreveu finge que fez um grande texto e quem leu finge que entendeu, porque fica mal com os seus pares dizer: ‘eu não entendi o que este artigo diz’. Ou o que é pior, você lê o texto e não sabe se o autor gostou ou não do livro. (...) Você chega ao final e vai perguntar ‘mas o cara gostou do filme ou não?’”⁴⁵⁶

Concordemos em parte com os argumentos, pois o contrário disso *não é pegar o leitor pela mão* e guiá-lo como a um cego –o auge do serviço dirigido– mas quiçá tão apenas sugerir-lhe aspectos *possíveis* que lhe escapavam na obra.

Em contrapartida aos pontos problemáticos, Oscar D'Ambrosio enumera as características que, para ele, auxiliam na superação dos desmandos na missão jornalística sobre a cultura. Inclui a *exatidão*, cuidado extremo com datas, nomes e pesquisas; a *rapidez*, princípio de enciclopédia; a *leveza*, condição de ser agradável sem ser excludente; a *visibilidade*, que enfatiza o diálogo entre imagem e texto; a *multiplicidade*, domínio de várias áreas, interdisciplinaridade; a *consistência*, compromisso ético de oferecer um produto bem acabado.

São pontos indiscutíveis até para o jornalismo como um todo, mas que também aqui podem gerar ambigüidades ao não diferir substancialmente do modelo já

⁴⁵⁶ D'AMBROSIO, Oscar. *Jornalismo e Política Cultural*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 01 dez. 2004, Bienal/ABECOM/ECA. [Transcrição].

empregado. Entendemos que talvez não baste o texto ser leve, rápido, e visível (como tende a ser por natureza no jornalismo diário), ou mesmo exato e bem acabado (o que já é bem mais difícil), para portar algo mais que a informação e o traço *opinioso* de seus juízos. Não basta estar grafado em letras de forma sobre o papel-jornal, como pensam tantos. Algo parece fazer a diferença. *É neste diferencial que se recolhe o nosso Santo Graal*. Continuemos, pois, a busca de suas marcas imateriais.

O jornalista Israel do Vale, ex-editor-adjunto da *Ilustrada*, chega a se irritar ao questionar até mesmo a nomenclatura dos atuais cadernos, *que vendem consumo por cultura*. Todos, sem exceção, “viraram indicações de consumo” redundantes e preconceituosas e, embora cumpram certo papel, não deveriam *ser o tom predominante*.

“Já está bem na hora de começar a questionar o termo ‘caderno de cultura’. Não é de hoje, mas a cada dia é mais irritante o fato que os cadernos de cultura, que já foram chamados também de *Artes & Espetáculos*, hoje são só guias de entretenimento de consumo. (...) O jornalismo de cultura que se faz hoje é um jornalismo redundante, reafirmativo, preconceituoso; é hora de os próprios jornalistas começarem a se incomodar. O que me incomoda nesse contexto é que isso seja tratado com naturalidade (...), como se as coisas fossem: ‘ah, é assim mesmo, a gente está aqui é para vender jornal e revista’.”⁴⁵⁷

O papel social do jornalista é novamente invocado para fazer frente ao inescapável desempenho de títere da indústria de consumo. Contrapor o ambiente “mediado por subterfúgios” em que apenas os grandes e consagrados assuntos têm a prioridade, ambiente no qual o jornalista “perdeu o compromisso com o desejo de revelar coisas”, é o grande desafio. Como o jornal e a revista são produtos feitos por empresas que visam lucros, o papel do jornalista é fazer um produto “que seja vendável, mas (sem) perder os parâmetros do que seja o nosso papel enquanto jornalista”.⁴⁵⁸

Sob outro ângulo, Israel do Vale avalia que a “internet virou do avesso a lógica da circulação de informação e os jornais ainda não souberam se adaptar a isso”. Os novos meios eletrônicos mudaram a forma de apuração da notícia, de contato do jornalista com a notícia, tanto pelas facilidades quanto pelas dificuldades. As dificuldades econômicas surgem quando a equipe cada vez menor (devido às demissões) impede que o jornalista, com menos tempo, possa sair para a rua, viver mais

⁴⁵⁷ VALE, Israel do. *Jornalismo e Política Cultural*. Op. Cit.

⁴⁵⁸ Idem.

a realidade. A consequência natural é que, se ele passa mais tempo dentro das redações, *tem menos tempo de exposição com o assunto sobre o qual ele trata.*

Ao lado do citado isolacionismo, há de se enfrentar também a suposta *crise de identidade* (da qual já nos ocupamos) a que se submete o caderno de cultura, conceitualmente indeciso entre o suplemento de análise acadêmica e o guia de serviço.

“Tem um outro problema que interfere na configuração do que são os cadernos de cultura que é uma certa crise de identidade, na medida em que, dos anos 80, principalmente, para cá, foram criados cadernos de idéias, ou de livros, que são os cadernos que normalmente concentram a ‘reflexão’; isso de um lado, de outro lado foram criados guias de consumo mais explícitos, são os guias de programação de eventos dos finais de semana, e o caderno de cultura ficou no meio desse tiroteio sem saber muito para onde correr.”⁴⁵⁹

Por falta de parâmetros de julgamento, as novidades continuam a ser negligenciadas pelo jornalista cultural, que Israel do Vale chama enfaticamente de *jornalista de redação*. O volume e a rapidez do fluxo informativo, além da redução extrema do espaço, forçam o uso de filtros que são legítimos, mas que “vão cada vez se afunilando mais”, forçando a se descartar “muita coisa automaticamente por impossibilidade de julgar”. Mas também “ainda não há essa inquietação do jornalista em puxar coisa que talvez ninguém saiba que existam e que podem ser da maior relevância do ponto de vista artístico”.

Talvez os meios digitais possam trazer as respostas. Segundo Vale, o “processo de transformação dos parâmetros de consumo de cultura está apenas no início” e poderá inevitavelmente levar à migração do conteúdo cultural para o celular – que cada vez mais comporta rádio, televisão, filme etc. Isso para não se falar dos computadores pessoais. Assim, a grande questão que se coloca sob este aspecto é qual a capacidade do jornalismo cultural de viver essa *efervescência digital*?

O *jornalismo de redação* nos jornais capitalistas discursa sobre produtos e bens de troca, que tendem a desaparecer no seu atual formato. Já hoje as pessoas não mais precisam comprar ou *pegar com a mão* certas produções, como a música, situação que a faz perder valor na hierarquia e na escala de definição de temas. Portanto, os parâmetros de julgamento na eleição de assuntos precisam ser reavaliados urgentemente pelo jornalismo cultural impresso, uma tarefa que decisivamente já está sendo feita pela internet. Entusiasta da tecnologia, Israel do Vale confia “nas possibilidades que a

⁴⁵⁹ Ibidem.

internet abre para o jornalismo”, mesmo que isso signifique que os impressos fiquem mais uma vez para trás, pois “o digital vai ser mais uma fonte de informação cultural que não vai ser retratada pelos cadernos de cultura”.

Incapazes de acompanhar o ciclo histórico, que fiquem então na deles, e assumam definitivamente que o que cobrem é *entretenimento*, *show business* e não *cultura*. Os cadernos, sugere Vale, deviam deixar claro que “o papel deles é cobrir um certo nicho da produção cultural, dos grandes números e ponto. Isso ia ser saudável em todos os aspectos. Faça isso abertamente, sem essa coisa velada que se faz”.⁴⁶⁰

O professor e artista Marco Gianotti indica três diferentes enfoques para a questão: centrado no jornalista, nas instituições e no público. Mais uma vez a *culpa do jornalista* reside na situação de desigualdade intelectual, na qual “um jovem jornalista que acaba de se formar, no máximo tem um treinamento paralelo de *trainee*, mas que muitas vezes se vê obrigado a cobrir, ou a ser um interlocutor do artista”.

Dada a velocidade da informação e a obsessão pelo furo, o jovem jornalista é *forçado a simplificar suas idéias* e, devido à sua pouca formação, o que ele tem de acesso à informação é “mediado por essa cultura do *press release*, [sendo] obrigado a pegar essa informação já [processada] por uma estratégia de propaganda”. As assessorias de imprensa, um *fenômeno típico do capitalismo*, não são necessariamente perniciosas, desde que se *saiba* trabalhar com elas. Como afirma Jotabê Medeiros:

“[As assessorias *não* são] o maior problema da profissão. As assessorias representam um interesse. Nem sempre esse interesse é espúrio. Há fatos noticiosos que passam pelas mãos dos assessores. Depender unicamente desses fatos, ou tornar assessores fontes permanentes de informação, isso é uma deformação profissional. Rejeitar ideologicamente as assessorias (que são um fenômeno típico do capitalismo) é besteira. Elas existem, estão aí. Cumprir saber lidar com elas sem se vender.”⁴⁶¹

Em seus aspectos negativos, portanto, a relação assessoria-jornalismo comporta a sujeição da opinião aos interesses de marketing. Como ressalta o professor e artista plástico Antonio F. Costella, “a apreciação crítica envolve muitas nuances, é uma coisa que exige muito mais sutileza. A hora que você joga para o particular isso para ser pronto, que eu vou ao [mundo] exterior fazer isso, de um certo modo você fica na mão desse mundo exterior. É lógico que uma editora vai querer mandar um texto que diga

⁴⁶⁰ Ibidem.

⁴⁶¹ MEDEIROS, Jotabê. Entrevista concedida a Marcelo Januário. Op. Cit.

que o livro é bom. Todo *release* sempre vai exaltar as virtudes daquilo que você está querendo vender”.⁴⁶² No entanto, a inevitabilidade das assessorias de imprensa é hoje quase um consenso, seja como resposta ao crescimento constante da produção e oferta artísticas seja pela importância *econômica* do assessor na circulação de informações. Como qualquer outra área profissional, a assessoria pode agir mal, ao tenta derrubar matérias, por exemplo, mas também pode auxiliar o trabalho do jornalista.

Por isso, a permeabilidade técnica com o jornalismo diário aumenta em muito a responsabilidade do assessor, que não precisa necessariamente produzir *releases* ruins. Com a migração de jornalistas, entre outros fatores, as assessorias tendem a crescer em qualidade, podendo fornecer informações confiáveis e, às vezes, bem escritas, que possam até mesmo ser, como já são, publicados por jornais de lugares distantes, na íntegra. A questão é que do jeito que as coisas estão “tem muito *release* hoje que é melhor que muita crítica de arte”.⁴⁶³

Por outro lado, mesmo que produzam muito e com qualidade de realização superior, os artistas que não contam com uma assessoria profissional de imprensa acabam ignorados pelos meios de comunicação, que em outros tempos, não tão longínquos assim, promovia o *tête-à-tête* com os criadores e se refestelava na simulação de centro irradiador de cultura e sofisticação: “de repente, você olhava para trás e estava entrando uma companhia teatral inteira! Inclusive com o figurino da peça; iam lá [e] a gente ‘ah, puxa a cadeira’, sentava todo mundo e ficava conversando com os artistas e essa integração [é] muito boa”. Era um tempo em que os artistas iam aos jornais e até escreviam críticas, em um total *hibridismo* do mercado cultural com o jornalismo, com os repórteres da redação. Entretanto, ressalta Giron, o volume atual de lançamentos culturais é tão grande que o serviço de assessoria se torna “absolutamente útil”.⁴⁶⁴

Mas os clamores apontam para outro cenário. Intimidado pela experiência e cooptado pela máquina, o jornalista é apenas um –talvez o mais fraco– vértice da equação, que tem na corrosão das (tão parca e penosamente criadas) instituições o seu lado mais sombrio, por serem tão livres dos comedimentos éticos que marcam o jornalismo quanto são amalgamadas com o marketing e com a especulação da arte.

A opinião que prevalece é que enquanto a classe jornalística é cada vez mais manipulada pela linha de montagem de redação, “que permite a substituição de qualquer

⁴⁶² COSTELLA, Antonio F. Entrevista concedida a Marcelo Januário. Op. Cit.

⁴⁶³ GIRON, Luís Antônio. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

⁴⁶⁴ Idem.

de suas ‘peças’ sem maiores traumas”, os *verdadeiros emissores*, a indústria e as instituições, fornecem *press releases* mal escritos e adotam estratégias de vendas “apelativas”; os *intermediários*, os jornalistas e os jornais, diluem a informação ao ponto palatável que *não implique em qualquer expressão jornalística*.

“O problema hoje em dia do jornalismo cultural está também na raiz, no sentido que você tem uma deterioração, uma espécie de perda de qualidade da informação que vem do próprio divulgador cultural. Pense: o que é o MASP ter de apelar para uma modelo fantasiada de dançarina do Taiti para poder divulgar um Velásquez, um Monet ou um Picasso. Essa informação já vem digerida, passa por um *press release* que muitas vezes entende menos ainda o que é arte, e vai, seguindo a estratégia do marketing cultural, tornar essa informação a mais palatável possível. Essa informação já chega para o próprio jornalista jovem, que é obviamente ocupa o papel de um profissional que depois de vinte anos foi demitido –porque o salário dele torna-o quase incompatível com a novas regras do mercado– e esse jovem jornalista é obrigado mais uma vez a encarar um processo de informação no qual a qualidade só tende a cair.”⁴⁶⁵

Para enfim *criar cultura*, o jornalismo cultural precisa fornecer “à informação um peso, um estatuto reflexivo que hoje é muito raro no jornalismo contemporâneo”. Mas, se é tão raro, porque exigí-lo logo do jornalista cultural? Como construir um “compromisso com a própria criação enquanto informação” se todos os compromissos estão rompidos e todos os sonhos sepultados? Mas eis que nosso objeto ressurgiu e se afirma como dínamo da história. Na década de 80, como relembra Gianotti, a *Ilustrada* tinha um papel também de *formação de opinião*: “As pessoas liam a *Ilustrada* porque de certa forma [nela] era mapeada não apenas a informação de como ir ao cinema, mas também de que disco ser ouvido, em que lugar ela deveria se dirigir”. Era um caderno que implicava quase uma *política de vida*, um veículo que *formava uma geração*. “Isso infelizmente é algo que se perdeu”, admite.⁴⁶⁶

O fato é que a *Ilustrada* criava a moda. E como vimos, mesmo sendo talvez cedo para se avaliar, seu modelo tornou-se inviável e desgastado. As próprias *testemunhas* reconhecem a *ansiedade* com que tal foi estabelecido, erigido sobre bases movediças que se mostraram traiçoeiras, e sempre a anos-luz de qualquer objeção ao processo de exclusão e degradação que assola impiedosamente o país. Culturalmente inclusive.

⁴⁶⁵ Ibidem.

⁴⁶⁶ GIANOTTI, Marco. *Tendências do Jornalismo Cultural*. Seminário Jornalismo Cultural, São Paulo, 01 dez. 2004, Bial/ABECOM/ECA. [Transcrição].

O esquema de Gianotti se completa com o terceiro aspecto, o do público. A *culpa do público*, aparentemente, é ter perdido as mínimas condições de educação com as seguidas reformas de ensino aplicadas no país, pois Gianotti afirma que nos “anos 80 havia o papel cultural e educativo que o jornal criava no seu público”, uma consideração até plausível, e que “hoje, ao contrário, o jornalismo cultural fica refém de um público cada vez mais sem informação”. Logo, o novo público como que *paralisa* o jornal, que se esfacela sem referências do receptor.

Se para muitos a internet pode ser um alento para a reflexão, para observadores como Gianetti ela se reveste de um pedantismo pernóstico ímpar, como ocorre quando “jornalistas criam uma espécie de *blog* pessoal, uma espécie de coluna, em que eles começam simplesmente a vomitar impressões gerais sobre o que eles estão fazendo ali”. Aqui, temos o exemplo de *péssimo jornalismo*, a avalanche de achismos e palpites. “Não há mais, justamente, o lugar da reflexão”,⁴⁶⁷ conclui Gianetti.

E nós, por força das evidências, somos impelidos a concordar com ele.

⁴⁶⁷ Idem.

CONCLUSÃO – A dança com a vida

“Seria o caso de perguntar também se os bons sentimentos são capazes de produzir boa crítica.”

Marcelo Coelho⁴⁶⁸

“Será o consumo –ou a falta dele– o melhor dos juízes?”

Luís Antônio Giron⁴⁶⁹

Ao chegarmos a este ponto, há duas percepções dominantes. Segundo o mito, *Sísifo* foi condenado pelos deuses a rolar incessantemente uma rocha até o topo de uma montanha, de onde a pedra cairia de volta devido ao próprio peso. A lenda pode ser entendida como uma alegoria de trabalho inútil e sem esperança. Já o *Zeitgeist*, ou *espírito do tempo*, é um substantivo composto alemão que se tornou um conceito de psicologia social e de filosofia, significando o clima intelectual, moral e cultural geral de uma época. Oscilamos entre ambas.

Por um lado, entre uma tarefa sem um arremate muito claro, uma argamassa de tendências *reais* a se modelar, ou seja, *sem uma conclusão-proposta*. E isto nos angustia. Mas, por outro, ao mesmo tempo em que captamos com nitidez a luz do palco, um caleidoscópio polifônico de vozes se descortina e nos permite vislumbrar um vale projetado por entre as frestas, ou seja, *o delineamento do objeto e seu entorno*. E isto nos estimula a confiar no método.

Uma consequência metodológica natural desta opção é a impossibilidade técnica de vislumbrar qualquer tendência de comportamento, quando a única que prevalece é a surda *necessidade de reforma da atividade jornalística*. A futurologia não estava nos planos da pesquisa, pois quando iniciamos a busca das condições que convergiram para a atual configuração do jornalismo cultural impresso em São Paulo tínhamos em mente tão somente uma investigação de caráter histórico, exploratória e comparativa.

Assim colocamos porque, dentro das condições e propósitos auto-atribuídos, claramente não foi uma empreitada investigativa e exploratória com resultados muito, digamos, *otimistas*. E assim talvez já o esperássemos. O interesse pela área pautou-nos o tema, mas não nos obriga a louvá-la, referendá-la, lamentá-la ou socorrê-la. Esta

⁴⁶⁸ COELHO, Marcelo. Delicada compaixão prejudica crítica de Paes. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 03 mar. 1990. Letras. p. 03.

⁴⁶⁹ GIRON, Luís Antônio. Textos sobre o marxismo viram sucata nas livrarias de SP. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 07 abr. 1990. Letras. p. 01.

questão preocupou-nos muito no transcorrer dos trabalhos, pois não era crível, ao se estudar o jornalismo cultural em transição com o milênio, inexistir aspectos de alento e expectativa quanto à sua declinação *formal, opinativa e estilística*. Afinal, até prova em contrário, a arte sempre aponta para o futuro, em direção às novas sensibilidades e sentimentos. À quebra da passividade e da indiferença. À verdade.

No entanto, nossa hipótese inicial residia na *percepção* que, no momento mesmo em que “uma variedade extrema de espetáculos está à disposição do público, multiplicando as tarefas da crítica e da reportagem”,⁴⁷⁰ a sociedade em geral, incluindo os artistas, jornalistas e leitores, não está satisfeita com o que é oferecido atualmente em nossos cadernos impressos de cultura. Este atilamento quase óbvio instigou-nos a buscar os motivos e as raízes do desconforto, meta esta que sempre guiou a explanação, mesmo quando derivamos (e desviamos) para outros aspectos, interesses e assuntos que envolvem o tema.

O próximo passo foi indagar se o jornalismo cultural praticado pelos cadernos paulistas (e também por outros) na passagem para o século XXI se tornou um pálido e superficial reflexo da riqueza cultural brasileira ou se as novas condições de produção e difusão da cultura, industrial, mediada pelo marketing e absorvida pelo conceito de *entretenimento*, não possibilitariam outra abordagem (nos moldes das tradicionais publicações que o jornalismo já legou à inteligência brasileira e nas quais as preocupações reflexivas e a crítica analítica prevaleciam), senão atendendo “imparcialmente” as necessidades de orientação prática e utilitária do leitor-consumidor, dando o definitivo adeus às ilusões humanistas, desincumbido da missão de debater idéias e de estimular o pensamento. A crise dos paradigmas, por sinal, virou o curinga explicativo da vez. E a reportagem virou sua panacéia.

Nossas conclusões levam-nos a considerar a hipótese de incompatibilidade dos modelos. O saudosismo não trará de volta o que se supõe ser um ambiente de vitalidade intelectual. Se os tempos mudaram, para tentar compreender seu movimento torna-se necessária também a mudança dos instrumentos analíticos, livrá-los dos entraves ideológicos, intelectuais, políticos e culturais. O entretenimento se tornou a realidade da cultura. Essa é a cultura do nosso tempo. A questão se deve ou pode deixar de sê-lo é um enigma que só o próprio tempo responderá. Devemos, entretanto, conhecer mais

⁴⁷⁰ COELHO, Marcelo. *Posfácio*. In: Nestrovski, *Em Branco...* Op. Cit. p. 708.

detalhadamente os mecanismos de que chamamos de superficialidade do entretenimento para não sermos tragados pelo ceticismo e cairmos em descompasso com a história.

Nessa linha, já foi observado que no Brasil:

“a gente ainda subestima o poder econômico, cultural e social do entretenimento, e a universidade tem preconceito em acolher essa temática. As pessoas não percebem o quanto ele forja as nossas vidas, a vida das crianças. Sem contar o fato de que as maiores empresas do mundo são as do entretenimento. Isso não está sendo devidamente discutido. Assim como há uma teoria da comunicação, é preciso que a gente comece a criar uma teoria do entretenimento, porque é muito cômodo para a indústria do entretenimento que ela não seja discutida.”⁴⁷¹

Talvez assim abdiquemos em definitivo dos *achismos superficiais*. Por detrás do *olhar superficial* está o *zeitgeist* do novo milênio. Sem embargo, as principais hipóteses se confirmaram pela avaliação dos dados e das fontes. Podemos afirmar, com base na pesquisa quantitativa, na leitura dos documentos e na revisão bibliográfica, que o jornalismo cultural nas décadas de 80 e 90, face às dificuldades econômicas e aos novos meios microeletrônicos de comunicação, passou a ser constituído (mas também confundido) majoritariamente por peças de *serviço informativo*, uma espécie de verniz jornalístico-publicitário pautado pela agenda industrial e televisiva, em detrimento da avaliação crítica independente e judiciosa dos assuntos artístico-culturais.

Os desdobramentos recentes para o *jornalismo de celebridades* também reforçam esta constatação. Logo, *como* e *onde* atua hoje aquele que é considerado um crítico de arte? Como o jornalismo pode superar o *Complexo de Superficialidade*?

“Creio que há um leque amplo de alternativas para suas funções, nas quais se espera que o crítico culto —é uma obrigatoriedade que seja um investigador constante— atue com independência, sem subserviência e, sobretudo, com transparente sentido de ética. Do contrário, corre o risco de tornar-se presa fácil do ambiente frívolo que rodeia o meio das artes, localizado no limite estrito, fio da navalha, entre os que detêm o poder do dinheiro e o campo da capacidade criadora de valor, ou enganosa.”⁴⁷²

O jornalismo cultural mostra-se, assim, cada vez mais sintonizado com a indústria, ao passo que as empresas jornalísticas enfrentam a falência reduzindo gastos com profissionais, diminuindo o espaço para a crítica ensaística nos cadernos,

⁴⁷¹ TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Vida inteligente no mundo da diversão. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 30 nov. 2003. Mais!, p. 03. Entrevista concedida a Juliana Monachesi.

⁴⁷² AMARAL, Aracy. Mundo da arte não tem mais como se indignar. Op. Cit. p. D09.

investindo no serviço e na reportagem de divulgação; atrela-se literalmente ao pêndulo oscilante da oferta cultural industrializada. Um modelo industrial de jornalismo chega ao seu epílogo e em todos os países há o ressentimento do esvaziamento crítico.

Os profissionais, artistas, jornalistas, professores, publicitários, fazem coro ao condenar a cobertura jornalística de cultura, presa à agenda, *superficial*, atrelada ao consagrado. Dentre os motivos visíveis, se destacam o endividamento das empresas, o alto preço do papel, o rodízio constante de jornalistas, a polêmica *juvenilização* das redações, a *promiscuidade* com o marketing, dentre outros, que levaram à queda de qualidade e ao apelo às reformas gráficas, à *venda casada* com bugigangas editoriais e à liquidação do espaço do papel-jornal. Um aspecto em especial é sensivelmente prático, como reconhece o veterano crítico Clóvis Garcia: “Dentro do jornal, o crítico geralmente é um colaborador. Sendo assim, ele não é um empregado do jornal. Por isso, ele é dispensado de uma hora para outra”.⁴⁷³

Eternamente em crise, a crítica no jornal sempre foi considerada em vias de extinção. Desde o tempo dos suplementos literários e da militância *cientificista* de Afrânio Coutinho, a tensão vinha residindo entre os acadêmicos e os jornalistas, entre o engajamento político e a consciência de classe, entre a ideologia e a estética. Nos anos 80 do século XX, uma *descompromissada*, *cosmopolita* e *blasé* “geração de críticos”, insuflada pela abertura política, tomou conta do noticiário cultural e instaurou –talvez inconscientemente– o *jornalismo pop* como norma dos grandes diários. Um formato que era, como aqui registrado, claramente mais propenso à imitação dos centros urbanos industrializados do que à reconstrução democrática do país.

Além disso, a *febre da crítica* desta década, copiosamente reproduzida país afora, tinha mais de colonialismo cultural que propriamente de discernimento ético e estético, mais de moda que de verdadeiro estilo. Vivendo um crescimento da produção artístico-cultural, o formato ainda aparecia desregulado, mas já anunciava o que estava por vir. Com o aprofundamento da crise econômica no início dos anos 90, coincidentemente veio à tona a *geração sem crítica*, centrada no serviço, na agenda e no *celebrismo*. Mais do que uma transformação dos profissionais ou da profissão afigura-se uma mudança na própria lógica industrial, que aparentemente busca sobreviver economicamente às custas da supressão do diálogo e do debate.

⁴⁷³ Cf. GARCIA, Clóvis. A crítica é uma criação artística. Op. Cit.

A quantificação da produção nos cadernos da *Folha de S.Paulo* e de *O Estado de S.Paulo*, no que pese a natural dificuldade de classificação dos conteúdos das fontes, também apontou para um significativo aumento das matérias sistematizadas como de *peças de serviço*, apesar de *não evidenciar uma substituição plena de gêneros* ou mesmo a ausência de *crítica cultural* nas publicações. Em linhas gerais foi este o quadro que emergiu da pesquisa, módulo explicativo que obviamente não se aplica a todas as circunstâncias dos órgãos informativos em questão ou a todas as especificidades do segmento jornalístico avaliado.

Como termo desta incursão exploratória, portanto, reservamos os tímidos (mas sugestivos) indícios de superação que já se anunciam, as propostas mais ou menos formalizadas, mais ou menos sugeridas. Muitos opinam. Poucos se assumem. Todos ainda na base do *temos de fazer algo*. Afinal, os jornais, ainda, são feitos por homens. Se Carlos Peixoto sugere a *propagação coletiva de conhecimentos*, tarefa para o qual o jornalismo precisa “intelectualizar-se e distanciar-se da concepção limitante que o converteu em uma atividade especializada na busca e divulgação de informação” (Garcia, 2004:12), outros clamam *cansados* pelo fim da *desconversa*, para o resgate da escrita que nos forneça caminhos por onde seguir.

“Há um ‘falatório’ em nossa escrita, há subterfúgios, e um pavor de ser sincero sem pedir licença aos outros, sem fazer micagens. (...) Aonde foi parar a nossa escrita? Dizem que ela agora dança com a vida. Perfeitamente. Ela, no entanto, não tem vida. Tem formalidades, truques, que vão sendo repetidos pelo povo, já habituado à desconversa. Essa desconversa mata uma cultura. (...) queremos nossa prosa, uma prosa sem mentiras, porque estamos cansados. Não a prosa que brilhe, mas que ilumine.”⁴⁷⁴

Portanto, ainda sem soluções à vista, diante da irreversibilidade do processo de *liquidação da crítica* procura-se olhar para o futuro, ou seja, para a tecnologia. A internet, por exemplo, apesar de já passado o momento de “euforia exagerada” que caracterizou seu momento de popularização, tem viabilizado uma superabundância de revistas culturais eletrônicas, que, entretanto, ainda não encontraram sua linguagem própria. Com a expansão que já vem ocorrendo dos canais informativos para suportes digitais que vão além dos computadores pessoais (limitado também por estar preso a

⁴⁷⁴ RODRIGUES, Antonio Medina. O olhar crítico de Piza sobre a cultura do País. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 02 set. 2000. Caderno 2, p. 07.

plataformas), muitos observadores se questionam se a ferramenta digital pode vir a ser um caminho novo para “a recuperação da crítica de profundidade”.

Na opinião de Alcir Pécora, para quem o problema da crítica está nos paradigmas e não no formato, tal *recuperação* não ocorrerá nestes moldes, pois a internet “pode veicular futuramente crítica de profundidade, mas não é o que vai gerar essa crítica”. Para seu restabelecimento seria preciso um “esforço de descoberta de formas de crítica não derivadas de velhos esquemas universalistas e prescritivos de análise, que já não encontram nenhuma sustentação verossímil”.⁴⁷⁵ Por outro lado, a transformação dos *parâmetros de consumo de cultura* a que anteriormente se referiu Israel do Vale (Capítulo 6), é uma singularidade histórica ainda sem definição tecnológica muito precisa, e pode conduzir os meios de comunicação para formatos como o *supercelular* e outros, ainda sequer cogitados ou inventados.

Mas, pelo que indicam os recentes acontecimentos, as mudanças não tardarão. Em um momento em que, por exemplo, os grandes títulos da imprensa cotidiana internacional passam por crises de crescimento e, pior, “sofrem importantes mudanças” (troca constante de diretores de redação e recapitalização, quando não meramente venda), o modelo econômico que os mantêm há mais de um século parece, enfim, ter se esgotado. A estratégia de baixar o preço de seu jornal para “multiplicar o número de leitores” e atrair publicidade perdurou por muito tempo em quase todos os países do mundo com grandes empresas de comunicação.

Significou a ruptura para uma nova fase da história da imprensa, que acompanhou a modernização das sociedades ocidentais e que, aparentemente, chega enfim ao limiar da entropia. Deve-se reconhecer que foi um modelo de inegável sucesso. Desde meados do século XIX, quando os jornais dos países centrais (e depois nos países periféricos) se industrializaram e adotaram a estratégia publicitária, o formato moderno da imprensa se pronunciou e se impôs como *única opção viável de sobrevivência editorial*. A imprensa moderna, com seu gosto *pela reportagem e pelas novidades, pelo sensacional e pelas manchetes*, vive desde então sobre um “duplo teorema, aparentemente muito simples: vender mais barato para vender mais; financiar a empresa ao mesmo tempo pela venda do jornal e pela publicidade. Mas esse modelo

⁴⁷⁵ Cf. KASSAB, Álvaro; GOMES, Eustáquio. A crítica morreu? Op. Cit.

hoje está comprometido, no plano do conteúdo quanto no plano econômico. E tudo leva a crer em um fim de ciclo histórico”.⁴⁷⁶

Para nossa pesquisa, o maior interesse está na discreta e quase despercebida referência de Greilsamer ao modelo comprometido no *plano do conteúdo*. A submissão à publicidade e ao mercado aparentemente chegou ao limite, se não como doutrina econômica, ao menos no conceito de jornalismo como atividade independente e de comprometimento democrático com a sociedade civil, que seja ao mesmo tempo “indispensável, confiável e prazeroso, com notícias precisas, contextualizadas e bem escritas, com um cardápio diversificado, instigante e inteligente”.⁴⁷⁷

A hora da virada – Na verdade, a dependência econômica compromete a *singularidade* e a *relevância* dos jornais no mundo todo. Apesar de um jornal tradicional como o *The New York Times* demonstrar rápida recuperação de sua recente crise (aumentou a circulação e obteve lucros líquidos de mais de US\$ 300 milhões em 2004, partiu para a televisão e tem o site informativo mais visitado do planeta),⁴⁷⁸ seu exemplo não pode ser considerado padrão. O diário norte-americano, diga-se de passagem, após um período de declínio conseguiu tais resultados reinvestindo na *qualidade dos conteúdos e refazendo as seções de cultura e de crítica*, entre outras ações de natureza estritamente jornalística.

No caso da França, entretanto, onde gigantes jornalísticos como *Le Figaro* e *Le Monde* passam por sérias dificuldades, a receita publicitária dos jornais tende a diminuir e as mídias concorrentes –audiovisuais, como a televisão e a internet, e impressas, como as revistas– absorvem o fluxo publicitário que outrora se concentrava neles, os jornais. Como escreve o jornalista francês, “de uma posição de monopólio, a imprensa cotidiana passou para uma situação de sitiada”. Ao menos naquele país os jornais ainda são vistos como “engajados demais”. Mas, se fosse realizada uma pesquisa no Brasil sobre os jornais de grande circulação, o resultado seria talvez o mesmo. Igualmente, os leitores já *não se encontram mais nos jornais*, ou por serem tão *parciais e insípidos* para os mais velhos quanto são *difíceis* para os mais jovens.

⁴⁷⁶ GREILSAMER, Laurent. Agonia de um ciclo histórico. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 16 jan. 2005. Mais!. p. 03.

⁴⁷⁷ BERABA, Marcelo. Imprensa, crises e desafios. *Folha Online*, São Paulo, 11 abr. 2004. Acesso em 16 mar. 2005. [Ombudsman]. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om1104200401.htm>>.

⁴⁷⁸ MOM, Hugo Alconada. Os segredos de um jornal que põe a qualidade acima de tudo. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 20 abr. 2005. p. A16.

O fato é que jornais pelo mundo afora buscam soluções as mais variadas, como diminuir o formato –tal qual os tablóides ingleses, que “perdem sua soberba e uma marca de identidade centenária, mas ganham leitores”, e os jornais alemães, que adotaram “uma versão reduzida, mais leve e barata”– ou recorrem ao já gasto expediente (já usado também no Brasil) da *venda casada* dos jornais com os objetos estranhos ao jornalismo como as “coleções de livros, enciclopédias ou DVD's”.

Aliás, a *venda casada*, como confirma Marcelo Beraba,⁴⁷⁹ tornou-se uma tábua de salvação econômica para os jornais impressos, pois quando “suas vendas aos domingos, estimuladas artificialmente por brindes e enciclopédias, passaram da casa de 1 milhão de exemplares, a *Folha* (que em maio de 1995 lançou junto à edição diária um atlas histórico e obteve a maior circulação da história da imprensa brasileira, com 1.613.872 exemplares) chegou a se comparar aos maiores jornais do Ocidente em circulação”. Hoje já não há nenhum jornal brasileiro entre os cem maiores do mundo.

No Brasil, além da queda de circulação de jornais e revistas, as dívidas das empresas jornalísticas eram estimadas no primeiro semestre de 2004 em “R\$ 10 bilhões (a maior parte em dólar)”, provocando uma crise sem precedentes e a extinção de quase duas dezenas de milhares de vagas de trabalho em apenas dois anos. O quadro esteve tão grave a ponto de se questionar se vivíamos “a maior crise da história das empresas jornalísticas brasileiras”; como fez Beraba, complementando que “é uma crise enorme, daquelas que parecem que nunca vão acabar, a maior, com certeza, que a minha geração de jornalistas jamais vivenciou”.⁴⁸⁰ E que, como aqui registrado, *mudou a profissão*.

Dentre as prováveis razões da *catástrofe*, o ombudsman da *Folha* Marcelo Beraba cita a *euforia* das empresas de comunicação com a “espiral de crescimento” vivida na primeira metade da década de 90. Motivadas pelo aumento continuado da circulação dos jornais e pela “estabilização e (...) fortalecimento da moeda”, as empresas “acreditaram de fato nas previsões de crescimento econômico” e passaram a investir em tecnologia e em “agressivas estratégias de marketing”. Como resultado, “se endividaram pesadamente em dólar para continuar a se expandir”.

Com a desvalorização do real em 1999, a economia entrou em estagnação e a renda caiu. Assim, não só o número “dos que compram em banca ou assinam jornais e revistas” diminuiu, como também o *bolo publicitário* passou a ser mais disputado. A crise trouxe consequências drásticas e o *estrageiro é visível a olho nu*: “economia de papel,

⁴⁷⁹ BERABA, Marcelo. O futuro dos grandes. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 13 mar. 2005. p. A06. [Ombudsman].

⁴⁸⁰ Cf. BERABA, Marcelo. Imprensa, crises e desafios. Op. Cit.

demissões, achatamento salarial, perda de profissionais qualificados, fragilização das Redações e retração total das empresas”.⁴⁸¹

A realidade, já há um bom tempo, tem sido de sufoco para pagar dívidas e de total impossibilidade de investimento. Como demonstram os dados estatísticos do Instituto Verificador de Circulação (IVC) e da Associação Nacional de Jornais (ANJ), depois de atravessar os anos 90 com crescimento quase ininterrupto (com ligeiras quedas em 1994 e 1996) na circulação média diária, possibilitado em grande parte pela *venda casada* de exemplares, o conjunto de grandes jornais brasileiros entrou no século XXI assistindo a uma insistente queda de circulação.

Depois de três anos em queda acentuada, a média de circulação em 2004 ficou em 6.522 milhões de exemplares por dia, indicando certa estabilidade em relação ao ano anterior, que apontou a cifra de 6.470 milhões de exemplares.⁴⁸² Houve um ligeiro e quase imperceptível aumento, que o ombudsman da *Folha* chamou em sua coluna dominical de *miseros 0,8%*. Em comparação com o ano 2000, no entanto, “a queda é de 17%”, ou seja, “a curva é decrescente, e ainda não é possível se afirmar que as vendas pararam de cair”.

Ainda de acordo com Beraba, a situação para os três grandes jornais, *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo* e *O Globo*, é ainda pior, pois a circulação nestes três diários cai “sem interrupção desde 1996” e o recuo conjunto foi de cerca de 31% em relação ao ano 2000. Em 2004, a *Folha* –que realizou naquele ano “o maior corte de jornalistas de sua história recente e promoveu o achatamento dos salários da Redação”⁴⁸³– vendeu uma média diária de 308 mil exemplares, 2,3% menor que os 315 mil de 2003 e *quase a metade* do índice de há 10 anos, os 606 mil exemplares de 1995. *O Estadão* atingiu 385 mil exemplares *no seu auge*, e terminou 2004 com 233 mil, “10 mil a menos do que no ano anterior”.

Ao mesmo tempo, entretanto, o faturamento dos jornais com publicidade –índice que pode ter sido até maior, segundo outras pesquisas– cresceu 15,41% no mesmo período. A reestruturação das dívidas em 2004, se não reduziu a dependência em relação ao sistema bancário, ao menos trouxe novo fôlego aos jornais. Tanto que a lenta e frágil estabilização, conseguida mediante “violentos cortes de pessoal e de despesa

⁴⁸¹ Idem.

⁴⁸² Ibidem. Dados: IVC/ANJ.

⁴⁸³ BERABA, Marcelo. Próspero 2005! *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 26 dez. 2004. p. A06. [Ombudsman].

praticados nos últimos anos”, levou alguns diários a novamente *cuidar do produto*, como demonstra a recente reforma gráfica e temática feita pelo *Estado*.

Portanto, a insistente queda de circulação, como sugere Marcelo Beraba, “não pode ser explicada apenas pela crise financeira” ou “pelo preço”, constatando que, com os novos serviços noticiosos da internet (o primeiro serviço de jornalismo eletrônico do país foi o *JB Online*, que surgiu em 1995), os cidadãos “já não dependem tanto dos jornais para se informar”. Logo, as *deficiências* e a *perda de credibilidade*, resultados prováveis da “falta de investimentos em campanhas” e em “bons profissionais”, se evidenciam na *competição* com outros meios informativos. E o diferencial de informação analítica, que sempre caracterizou a imprensa, na visão das grandes empresas jornalísticas parece não ser definitivamente a saída para o impasse.

Neste cenário, não há mesmo como se *privilegiar o produto*.

“Mas as reações [dos jornais] envolvem mais a forma que o conteúdo: a dimensão marketing supera a dimensão intelectual. Elas se baseiam em um esforço empresarial, que reduziu fortemente os custos de produção e de distribuição. Em suma, ainda não propõem uma réplica definitiva à nova concorrência das mídias eletrônicas.”⁴⁸⁴

E a concorrência, de fato, só faz aumentar. Em ciclos cada vez menores surgem novas tecnologias de comunicação que colocam os jornais impressos na defensiva. E a cada nova técnica informacional que surge, as outras não desaparecem, mas se conformam e se adaptam como podem ao cenário de uma intensa disputa por espaço na consciência coletiva e nas receitas publicitárias.

Se, conforme já descreveram Briggs & Burke,⁴⁸⁵ na década de 30 o inovador e perigoso concorrente era o rádio, nos anos 60 apareceu a televisão e nos 90 foi a vez da internet, nos primeiros anos do novo milênio surge, surpreendentemente para muitos, o “jornal gratuito”.⁴⁸⁶ Nos Estados Unidos, principal centro irradiador de modelos, já surgem experiências que confirmam a tendência de “um novo conceito de jornalismo”, como o *Washington Examiner*, de circulação gratuita, redação exígua e com público restrito a mercados regionais, que tem o objetivo declarado de “introduzir um novo modelo de jornal diário para todo o país” (e conseqüentemente para o mundo).

⁴⁸⁴ Cf. GREILSAMER, Laurent. Op. Cit.

⁴⁸⁵ BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma História Social da Mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004. p.14.

⁴⁸⁶ MAISONNAVE, Fabiano. Jornal gratuito quer rivalizar com “Post”. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 02 fev. 2005. p. A11.

Com formato tablóide e 64 páginas, o *Examiner* começou a circular em fevereiro de 2005 com uma tiragem de 260 mil exemplares e já concorre comercialmente com o tradicional *The Washington Post*, que tem circulação de cerca de 700 mil a 1 milhão de exemplares. Pesquisas de mercado mostram o *Post* como um “jornal denso e arrogante demais”, uma percepção que pode ter influência decisiva na redução contínua de leitores que assombra os jornais impressos norte-americanos nos últimos anos.

Hipoteticamente, o meio digital pode gerar novas tendências ou, ao menos, estimular o jornalismo cultural impresso a reencontrar sua dispersa vocação, necessária como nunca em um período histórico marcado por uma dimensão informacional inédita. Com efeito, neste ambiente em que se torna “cada vez mais difícil agradar cidadãos saturados de notícias e bombardeados pelos apelos do mercado”, a pressão da sociedade tende a ser por “informação precisa, boas histórias, equilíbrio e diversidade”.⁴⁸⁷

A evolução tecnológica também pode indicar novos caminhos, uma vez que “o jornalismo cultural depende de um novo ritmo temporal em meio à vertigem contemporânea. É preciso ensinar o leitor a desacelerar seu tempo de consumo de novos dados”.⁴⁸⁸ Os obstáculos, no entanto, não estão apenas na economia e na gestão, mas também na discussão do “papel do jornal numa sociedade que vive mutações rápidas e constantes”.⁴⁸⁹ Tais *mutações* dizem respeito ao processo jornalístico como um todo e, neste aspecto, evidentemente não poderiam deixar de ter forte impacto sobre o jornalismo cultural.

Entrementes, os desafios em reter o público leitor podem apontar soluções e são positivos na medida em que, como afirma Castells, “uma transformação dos conteúdos dos meios de comunicação de massa só é tida como possível como consequência de mudanças no processo de produção”.⁴⁹⁰ Aparentemente, é o *próprio processo de produção* que, no atual estágio, se encontra na berlinda.

Afinal, quem tem o dever de chamar o público é a publicidade. O jornalismo de serviço pode, e deve, informá-lo sobre o calendário de eventos e sobre aquilo que facilite a agenda e o cotidiano. Mas é a crítica, *na medida em que debate idéias artísticas e culturais*, quem o orienta e o seduz para a vida. São instâncias que não devem se confundir e, muito menos, anular-se umas às outras. Assim, digital ou

⁴⁸⁷ Cf. BERABA, Marcelo. Próspero 2005! Op. Cit.

⁴⁸⁸ ROCHA, João Cezar de Castro. Livro revela transformações do jornalismo cultural. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 20 nov. 2004. Ilustrada. p. E06.

⁴⁸⁹ Cf. BERABA, Marcelo. Próspero 2005! Op. Cit.

⁴⁹⁰ CASTELLS, Manuel. Op. Cit. p. 117.

impresso, pago ou gratuito, o caminho para o jornalismo cultural retomar o prestígio público e a relevância comunicacional da qual já desfrutou passa pela *atração do leitor*.

Se nos cadernos culturais é que se cria “uma relação afetiva com o público”,⁴⁹¹ os jornais jamais se privarão dos seus suplementos. Ao crítico-jornalista, pondera Giron,⁴⁹² cabe a consciência de que, a despeito de qualquer tema, *sua palavra não é a derradeira e definitiva*, além de se lembrar que, necessariamente, *faz parte do público*, e é precisamente por isso que *irrita tanto o público*.

⁴⁹¹ ABREU, Miriam. Daniel Piza: o jornalismo cultural e o poder de seduzir o leitor. *Comunique-se*, São Paulo, 16 jul. 2003. Acesso em 01 mar. 2005. Disponível em: <<http://www.masteremjornalismo.org.br/secao/cultural/texto.cfm?secao=9&codigo=66>>.

⁴⁹² GIRON, Luís Antônio. *Jornalismo Especializado e Crítica de Arte*. Seminário Jornalismo Cultural. Op. Cit.

BIBLIOGRAFIA

- ABREU, Alzira Alves de. (Org.) Et. Al. *A Imprensa em Transição: o Jornalismo Brasileiro nos Anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. *La Construcción de la Noticia*. Barcelona: Ed. Paidós, 1989.
- BALZAC, Honoré de. *Ilusões Perdidas*. São Paulo: Abril Cultural, 1981.
- BARTHES, Roland. *Crítica e Verdade*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1970. (Coleção Debates).
- BAUMAN, Sygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BELLO LEÓN, Jaime; GONDELLA, Ana; QUIARO, María E. *En Busca de la Definición Perdida del Periodismo Cultural Diario: Entre la Modernidad y la Posmodernidad*. Caracas: Canícula, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *As Regras da Arte: Gênese e Estrutura do Campo Literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BRAND, Stewart. *O Relógio do Longo Agora: Tempo e Responsabilidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma História Social da Mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004.
- BITTNER, Dulcília S. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Ática, 1986. p. 92.
- CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*. São Paulo: Edusp, 2000.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (Volume 1).
- CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex. (Org.). *Jornalismo e Literatura: a Sedução da Palavra*. São Paulo: Escrituras Editora, 2002. (Ensaio Transversal).
- CHARTIER, Roger. *A História Cultural: Entre Práticas e Representações*. Lisboa: Difel, 1988.
- COUTINHO, Afrânio. *Crítica e Críticos*. Rio de Janeiro: Editora Organização Simões. 1960.
- _____. *Crítica e Poética*. Rio de Janeiro: Livraria Acadêmica, 1968.
- _____. *Da Crítica e da Nova Crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Lisboa: Mobilis In Mobile, 1991.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus. *Elementos para uma Teoria dos Meios de Comunicação*. RJ: Edições Tempo Brasileiro, 1979.
- FAUSTO, Boris. *História do Brasil*. São Paulo: Unesp, 2002. [1ª Edição de 1994].
- FOLHA DE S.PAULO. *Primeira Página*. São Paulo: Publifolha, 2000.
- GADINI, Sérgio Luiz. *A Cultura como Notícia no Jornalismo Brasileiro*. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro/Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003. 98 p. (Série Estudos 8).

- GARCIA, Maria Cecília. *Reflexões Sobre a Crítica Teatral nos Jornais: Décio de Almeida Prado e o Problema da Apreciação da Obra Artística no Jornalismo Cultural*. São Paulo: Ed. Mackenzie, 2004.
- GENTILLI, Victor. *Sistema Midiático e Crise do Jornalismo: dos Anos 50 à Decadência Posterior a 80*. Tese de Doutorado, ECA/USP, São Paulo, 2002.
- GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. *Do Jornalismo Político à Indústria Cultural*. São Paulo: Summus Editorial, 1987.
- JACOBY, Russell. *Os Últimos Intelectuais*. São Paulo: Edusp, 1990.
- JATOBÁ, Annamaria da Rocha. *Leituras Jornalística e Estética do Suplemento Cultural Contexto*. Dissertação de Mestrado, ECA/USP, São Paulo, 1989.
- KUCINSKI, Bernardo. *A Síndrome da Antena Parabólica*. São Paulo: Fund. Perseu Abramo, 1998. p. 76.
- LIMA, Alceu Amoroso. *O Jornalismo como Gênero Literário*. São Paulo: Edusp, 2003.
- LORENZOTTI, Elizabeth de Souza. *Do Artístico ao Jornalístico: Vida e Morte de um Suplemento Literário de O Estado de S.Paulo (1956 a 1974)*. Dissertação de Mestrado, ECA/USP, São Paulo, 2002.
- MAMOU, Yves. *A Culpa é da Imprensa: Ensaio Sobre a Fabricação da Informação*. São Paulo: Editora Marco Zero, 1992.
- MARCONDES FILHO, Ciro. (Org.). *Imprensa e Capitalismo*. São Paulo: Kairós, 1984.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. (2ª Edição).
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- MELO, José Marques de. *Jornalismo Opinativo: Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro*. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003. (3ª edição).
- _____. Et Al. *A Imprensa em Questão*. Campinas: Ed. Unicamp, 1997.
- MORIN, Violette. *El Tratamiento Periodístico de la Información*. Barcelona: A.T.E., 1974.
- NESTROVSKI, Arthur. (Org.). *Em Branco e Preto: Artes Brasileiras na Folha (1990-2003)*. São Paulo: Editora Publifolha, 2004.
- _____. (Editor) Et Al. *Um País Aberto - Reflexões Sobre a Folha de S.Paulo e o Jornalismo Contemporâneo*. [Cátedra de Jornalismo Octavio Frias de Oliveira]. São Paulo: Publifolha, 2003.
- OLIVEIRA, João E. Evangelista de. *Política e Cultura Pós-moderna: Um Estudo dos Cadernos Culturais do Jornal Folha de S.Paulo*. Tese de Doutorado, ECA-USP, 2000.
- OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. *Pós-modernidade*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1995.
- ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.
- OSBORNE, Harold. *A Apreciação da Arte*. São Paulo: Editora Cultrix, 1978.

- PALLAMIN, Vera M. (Org.) e LUDEMANN, Marina (Coord.). *Cidade e Cultura: Esfera Pública e Transformação Urbana*. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.
- PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.
- PRYSTHON, Angela. *Cosmopolitismos Periféricos: Ensaio sobre Modernidade, Pós-Modernidade e Estudos Culturais na América Latina*. Recife: Bagaço, 2002.
- RIVERA, Jorge B. *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós Estudios de Comunicación, 1995.
- SAID, Edward W. *Reflexões Sobre o Exílio*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz (Org.). *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. (Volume 4).
- SEVCENKO, Nicolau. *A Corrida para o Século XXI – no Loop da Montanha Russa*. São Paulo: Cia. das Letras, 2001.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *O Adiantado da Hora: A Influência Americana Sobre o Jornalismo Brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.
- SILVA, Wilsa Carla Freire da. *Cultura em Pauta: um Estudo Sobre o Jornalismo Cultural*. Dissertação de Mestrado, ECA/USP, 1997.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.
- SONTAG, Susan. *Contra a Interpretação*. Porto Alegre: L&PM, 1987.
- SÜSSEKIND, Flora. *Papéis Colados*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1993.
- TRAQUINA, Nelson. *O Estudo do Jornalismo no Século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2002.
- TRAVANCAS, Isabel. *O Livro no Jornal*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- TUBAU, Iván. *Teoría y Práctica Del Periodismo Cultural*. Barcelona: Editorial A.T.E., 1982.

DOCUMENTOS ONLINE

ABREU, Miriam. Daniel Piza: o jornalismo cultural e o poder de seduzir o leitor. *Comunique-se*, São Paulo, 16 jul. 2003. Acesso em 01 mar. 2005. Disponível em:

<<http://www.masteremjornalismo.org.br/secao/cultural/texto.cfm?secao=9&codigo=66>>.

ANTELO, Raúl. As revistas literárias brasileiras. *Boletim de Pesquisa NELIC-UFSC*, Florianópolis, nº 2, 10 set. 1997. Acesso em 10 dez. 2004. Disponível em:

<http://www.cce.ufsc.br/~nelic/boletim_de_pesquisa2/texto_raul.htm>.

AUGUSTO, Sérgio. O frenesi do furo. *Bravo!*, São Paulo, 10 out. 2000. Acesso em 12 fev. 2004. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=4>>.

BAGGIO, Adriana. Jornalismo cultural: da futilidade à prioridade. *Digestivo Cultural*, São Paulo, 04 dez. 2003. Acesso em 12 jan. 2004. Disponível em:

<<http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=1233>>.

BAHIANA, Ana Maria. Coisas de mulher. *Comunique-se*, São Paulo, 07 dez. 2004. Acesso em 21 dez. 2004. Disponível em:

<<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?op2=&op3=&editoria=300&idnot=19577>>.

_____. Jornalismo cultural: quem paga? *Digestivo Cultural*, Los Angeles, 17 nov. 2003. Acesso em 24 fev. 2003. Disponível em:

<<http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=74>>.

_____. O que é um bom crítico? *Portal Comunique-se*, São Paulo, 29 set. 2003. Acesso em 15 dez. 2003. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br>>.

_____. O bom jornalismo cultural. *Portal Comunique-se*, São Paulo, 17 jun. 2003. Acesso em 15 dez. 2003. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br>>.

BERABA, Marcelo. Imprensa, crises e desafios. *Folha Online*, São Paulo, 11 abr. 2004. Acesso em 16 mar. 2005. [Ombudsman]. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om1104200401.htm>>.

CALMON, Antonio. Autor de novela se irrita com textos de jornalistas. *Comunique-se*, São Paulo, 03 dez. 2004. Acesso em 21 dez. 2004. Disponível em:

<<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?Requery=N&idnot=19534&editoria=300>>.

CARVALHO, Olavo de. Quatro perguntas sobre jornalismo cultural. *Olavo de Carvalho Org.*, Rio de Janeiro, [s/d]. Acesso em 13 fev. 2004. Disponível em:

<<http://www.olavodecarvalho.org/textos/4perguntas.htm>>.

COELHO, Marcelo. Como discutir jornalismo cultural? *Cáspes Libero*, São Paulo, 26 fev. 2002. Acesso em 16 fev. 2004. Disponível em:

<<http://biondi.fcl.com.br/facasper/jornalismo/artigos/noticia.cfm?secao=12&codigo=2>>.

COUTO, José Geraldo. Jornalismo Cultural em crise. *Banco do Brasil*, São Paulo, 24 nov. 1995. Acesso em 13 fev. 2004. Disponível em:

<<http://www.bb.com.br/appbb/portal/bb/si/pbcs/rsm/JoseGeraldo.jsp>>.

CURRLIN, Danielle. Jornalismo Cultural é pauta na Estácio. *Estácio de Sá*, Florianópolis, 25 fev. 2004. Acesso em 25 fev. 2004. Disponível em:

<<http://estacio.stelapublish.stela.ufsc.br/stelapublish/Portal/conteudo/161003E.html>>.

DALMONTE, Edson Fernando. Mediações Comunicativas da Cultura Segundo Martín-Barbero. *PCLA*, São Paulo, nº 4, 10 jul. 2000. Acesso em 28 jan. 2004. Disponível em:

<<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista4/res%20eventos%204-2.htm>>.

DÁVILA, Sérgio. Reportagem também é cultura. *Folha Online*, São Paulo, 08 set. 1996. Entrevista concedida a Marcelo Leite. [Ombudsman]. Acesso em 22 jan. 2005. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ombudsman/omb_19960908.htm>.

DINES, Alberto. O toque Armani no jornalismo. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, 19 out. 2004. Acesso em 19 jan. 2005. Disponível em:

<http://www.tvebrasil.com.br/observatorio/arquivo/principal_041019.asp>.

FARKAS, Thomaz. Thomaz Farkas, civilizador. *Revista PJ:Br – Jornalismo Brasileiro*, São Paulo, 10 ago. 2004. Acesso em 10 dez. 2004. Entrevista concedida a Marcelo Januário. Disponível em:

<http://www.eca.usp.br/prof/josemarques/arquivos/entrevistas4_a.htm>.

FRED 04. Jornalismo Cultural em Crise. *Sambanoise*, Recife, 23 ago. 2000. Acesso em 12 fev. 2004. Disponível em: <<http://www.sambanoise.hpg.ig.com.br/jorncrise.html>>.

IORE, Andye. Jornalismo cultural. *Supers*, Maringá, 10 jan. 2002. Acesso em 12 dez. 2003. Disponível em: <<http://www.supers.com.br/variedades/tcc-jor-cultural.htm>>.

KASSAB, Álvaro; GOMES, Eustáquio. A crítica morreu? [Entrevista com Alcir Pécora, Moacir Amâncio e Paulo Franchetti]. *Jornal da Unicamp*, Edição 260, 02 ago. 2004. Acesso em 19 jan. 2005. Disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/agosto2004/ju260pag06.html>.

LAGE, Nilson. Comentários à dissertação “O Estado de S.Paulo (1942-1972), uma contribuição à história das técnicas jornalísticas”, de Liriam Sponholz. *Curso de Jornalismo*, Santa Catarina, UFSC, [s/d]. Acesso em 21 fev. 2005. Disponível em:

<<http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/lage-estadao.html>>.

LANYI, José Paulo. Odiados, mas necessários. *Comunique-se*, São Paulo, 24 mar. 2005. Acesso em 28 mar. 2005. Disponível em:

<<http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3D21099%26Editoria%3D240%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D68626709089%26fnt%3Dfntnl>>.

_____. Críticas desprezíveis. *Portal Comunique-se*, São Paulo, 17 set. 2003. Acesso em 15 dez. 2003. Disponível em:

<www.comunique-se.com.br//conteudo/newsshow.asp?op2=1&op3=2&editoria=240&idnot=11754>.

MACHADO, Cassiano Elek. A renovação cultural. *Folha Online*, São Paulo, [s/d]. Acesso em 22 jan. 2005. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/renovacao_cultural.shtml>.

MANZANO, Rodrigo. O decálogo do desencanto. *Portal Imprensa*, São Paulo, 07 abr. 2005. Acesso em 07 abr. 2005. Disponível em: <<http://www1.uol.com.br/imprensa>>.

MELO, José Marques de. Cultura, jornalismo e o mercado em rotação. *Revista PJ:Br - Jornalismo Brasileiro*, São Paulo, ECA/USP, 3ª edição. 10 nov. 2003. Acesso em 19 fev. 2005. Entrevista concedida a Marcelo Januário. Disponível em:

<http://www.eca.usp.br/prof/josemarques/arquivos/entrevistas2_c.htm>.

MICELI, Sergio. Artistas, burgueses, negócios e modernismos. *Trópico*. São Paulo, [s/d]. Acesso em 19 jan. 2005. Entrevista concedida a Flavio Moura. Disponível em:

<http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/1662_1.shl>.

MIRANDA, Lula. A fogueira das vaidades. *Agência Carta Maior*, São Paulo, 14 mai. 2003. Acesso em 15 jul. 2003. Disponível em:

<http://agenciartamaior.uol.com.br/agencia.asp?coluna=visualiza_arte&id=785>.

RACHEL, Ana. Olhos de Ressaca. *Consciência.Net*, São Paulo, 22 nov. 2003. Acesso em 10 jan. 2004. Disponível em: <<http://www.consciencia.net/2003/12/12/rachel1.html>>.

RESENDE, Beatriz. Apontamentos de Crítica Cultural. *Aeroplano Editora*, [s/r], [s/d]. Acesso em 14 fev. 2004. Disponível em:

<http://www.aeroplanoeditora.com.br/sala_apontamentosdecritica_entrevista.html>.

RIZZO, Sérgio. Jornalismo Cultural. *Cáspes Libero*, São Paulo, 10 nov. 2000. Acesso em 20 fev. 2004. Disponível em:

<<http://biondi.fcl.com.br/facasper/jornalismo/entrevistas/noticia.cfm?secao=2&codigo=13>>.

ROSCHER, Renato. História: Folhetim. *Folha Online*, São Paulo, [s/d]. Acesso em 11 fev. 2005. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/almanaque/folhetim_index.htm>.

SANT'ANNA, Affonso Romano de. Paradigmas do Jornalismo Cultural no Brasil. *Publicações*, Banco do Brasil, [s/r], [s/d]. Acesso em 21 fev. 2005. Disponível em:

<http://www.bb.com.br/appbb/portal/bb/si/pbcs/rsm/Affonso_Romano.jsp>.

SCHNEIDER, Greice. Alternativa à pasmaceira. (Ao menos uma delas). *Claque*, Salvador, 28 jan. 2002. Acesso em 13 dez. 2003. Disponível em: <<http://www.claque.com.br/greice/grli012802.htm>>.

SILVA, Deonísio da. Suplemento *trash*, conteúdo idem. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, nº 154, 09 jan. 2002. Acesso em 14 fev. 2005. Disponível em:

<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/fd090120021.htm>>.

SILVA, Neto da; TRIGO, Pedro Matos. I Encontro Ibero-Americano de Jornalismo Cultural. 2001, Porto, Portugal. *PCLA*, [s/r], Volume 3, nº 1, out. 2001. Acesso em 14 mar. 2005. Disponível em:

<<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/revista9.htm>>.

TOLEDO, Fernando. *Agenda do Samba & Choro*, São Paulo, 17 set. 2002. Acesso em 05 jan. 2004. Disponível em: <<http://www.samba-choro.com.br/s-c/tribuna/samba-choro.0209/0798.html>>.

VEIGA, Rui. Padrões da crítica de arte. *Mackenzie na Imprensa*, São Paulo, 03 dez. 2004. Acesso em 03 jan. 2005. Disponível em:

<<http://www.mackenzie.com.br/dhtm/imprensa/naimprensa3.php?ass=603>>.

VELOSO, Caetano. O jornalismo em debate. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, 11 dez. 2000. Acesso em 19 jan. 2004. Entrevista concedida a Geneton Moraes Neto. Disponível em:

<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd201220002.htm>>.

VILLA, María J. El Periodismo Cultural: reflexiones y aproximaciones. *Revista Latina de Comunicación Social La Laguna*, nº 6, Tenerife, 02 jun. 1998. Acesso em 18 nov. 2004. Disponível em:

<<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/83mjv.htm>>.

ZAPPA, Regina. Jornalismo cultural e auto-estima. *Biblioteca Virtual do Estudante Brasileiro*, [s/r], [s/d]. Acesso em 12 fev. 2004. Disponível em:

<<http://www.bibvirt.futuro.usp.br/textos/humanas/portugues/interpoesia/zappa.html>>.

APÊNDICE

No recorte temporal analisado, além dos textos sem assinatura creditados como “Da redação”, “Da Reportagem Local”, “Especial” e similares, o extenso corpo de colaboradores (eventuais ou fixos) dos cadernos incluía repórteres, articulistas e críticos. No aspecto autoral, em todos os cadernos e períodos devemos notar que, muitas vezes, certos autores escreviam sobre mais de um assunto, não raro na mesma edição. Portanto, as divisões por área e o corpo de colaboradores, uma lista nada definitiva que inclui jornalistas, intelectuais, professores, artistas e especialistas, se referem apenas aos textos identificados na amostragem.

O Estado de S.Paulo em 1990 – Colaboradores em ***Artes Plásticas***: Alberto Beuttenmueller, Alice Brill, Aracy Amaral, César Giobbi, Elza Pires, Felipe Taborda, J. C. Ismael, João Cândido Galvão, Marielza Augelli e Norma Freire; ***Cinema***: Antonio Querino Neto, Daniel Martino, Delmo Moreira, Fernando de Andrade, Luiz Carlos Merten, Luiz Nazário, Marcelo Plasse, Mauro Dias, Pepe Escobar, Sonia Nolasco e Telmo Martino; ***Dança***: Ana Francisca Ponzio (balé) e Helena Katz; ***Literatura***: Antonio Medina Rodrigues, Antônio Moniz Vianna, Antonio Olinto, Aurora Bernardini, Caio Fernando Abreu, Carlos Felipe Moisés, Cristina Costa, Débora Ribeiro, Eduardo Maretti, Fulvia M. L. Moretto, Hamilton dos Santos, Helena Nery Garcez, Homero Senna, João Manuel Simões, João Roberto Faria, José Onofre, João Silvério Trevisan, José Lins Grunewald, José Nêumane, Luiz Fernando Oricchio, Maria Paulo Vizioli, Mariarosaria Fabris, Moacir Amâncio, Régis Bonvicino, Roberto Romano, Ruy Castro, Teixeira Coelho e Teresa Cristófani Barreto; ***Moda***: Darlene Dalto, Regina Guerreiro e Vera Moreira; ***Música***: Airton Seligman, Ângela Lacerda, Arnaldo Senise, Eduardo Bueno, Eduardo Martins, Fernando Naporano, Henrique da Cunha, Jéferson de Souza, Jimi Joe, Lauro Lisboa Garcia, Marcelo Maeda, Maria Izabel Borges, Mauro Dias e Regina Echeverria; ***Música Erudita***: Emanuel Dimas de Melo Pimenta, João Marcos Coelho e Vera Fonseca; ***Quadrinhos***: Carlos Eduardo Miranda, Eduardo Bueno, Marcelo Alencar, Marcos Vanzetti, Mauro Martinez dos Prazeres, Rogério de Campos e Rosani Pavani; ***Rádio***: Antonio Pedro Tota; ***Gastronomia***: Cynthia de Almeida e Maria da Glória Lopes; ***Vídeo***: Evaldo Mocarzel; ***Teatro***: Almeuida Fischer e Marta Góes; ***Televisão***: Bárbara Gancia, Brenda Fucuta, Cecília Vallério, Keli Adauto Rodrigues, Leila Reis e Vera Sastre.

Em meio a muitas traduções de autores estrangeiros, outros colaboradores emergem com matérias assinadas da amostragem em diversas áreas, ou sem área específica identificada. Nesta categoria estão: Almeida Fischer, Benedicto Ferri de Barros, Célia Berrettini, Dinorah do Valle, Edith Pimentel, Emir Sader, Eugênio da Silva Ramos, Fábio Lucas, Francisco Iglésias, João Quartim de Moraes, José Carlos Avellar, José Flávio Motta, Julita Scarano, Lênia Márcia Mongelli, Leonardo Fróes, Lídia Santos, Maria Eugenia Boaventura, Maria José de Queiroz, Massaud Moisés, Nilo Scalzo, Osvaldo Coggiola, Péricles Luis André do Prado, Walter Zanini, Yedda Tavares e Zélia de Almeida Cardoso. Em *política*: Bolívar Lamounier, Judith Muszynsky, Marcus Figueiredo, Maria D'Alva Gil, Maria Tereza Sadek e Rogério Bastos Arantes.

Folha de S.Paulo em 1990 – Colaboradores em *Artes Plásticas*: Amir Labaki, Ana Maria Bahiana, Antonio Carlos Seidl, Marília Martins e Márion Strocker; **Cinema**: Eugenio Bucci, Inácio Araújo, Lisette Lagnado, Marcos Strecker Gomes, Ricardo Musse, Rogério Sganzerla e Tales de Menezes; **Dança**: Érika Palomino; **Design**: Bernardo Carvalho e Humberto Saccomandi; **Gastronomia**: Sílvio Lancellotti; **Humor**: Nelson Pujol Yamamoto; **Literatura**: Carlos Ávila, Claudia Cavalcanti, Daniel Fresnot, Diogo Mainardi, Frederico Barbosa, Hélio Bicudo, Ivan Lessa, Jaime Spitzcovsky, Joaquim Aguiar; José Maria Cançado, José Paulo Paes, Lucia Nagib, Marcelo Rubens Paiva, Renato Janine Ribeiro, Sergio Miceli e Silviano Santiago; **Música**: Álvaro Machado, Antonio Gonçalves Filho (ópera), Carlos Calado, Cláudio Julio Tognolli, Jean-Yves de Neuville, João Moura Jr. e Sérgio Torres; **Quadrinhos**: (Figura 32 do Anexo 10) André Forastieri e Rogério Campos; **Rádio**: Israel do Vale Neto; **Sociedade**: Joyce Pascowitch; **Teatro**: José Carlos Camargo; e **Televisão**: Annette Schwartzman e José Simão. Em diversas áreas, ou sem área específica identificada, incluindo ensaios, estão: Augusto Massi, Bia Abramo, Carlos Alberto Longo, Carlos Eduardo Dória, Carlos Eduardo Lins e Silva, Celso Bastos, Clóvis Rossi, Fernanda Peixoto Massi, Fernando Barros e Silva, Gesner Oliveira, João Batista Natali, Jorge Caldeira, Luís Antônio Giron, Marcelo Coelho, Marcelo Leite, Marco Chiaretti, Maria Amélia Matos, Mario César Carvalho, Nelson de Sá, Nelson Brecher, Nicolau Sevckenko, Nise da Silveira, Paulo César Souza, Paulo Francis, Paulo Neves, Régis Bonvicino, Ricardo Arnt, Ricardo Bonalume Neto, Sérgio Augusto, Telma Lessa da Fonseca, Teresa Ribeiro e Trajano Vieira.

O Estado de S.Paulo em 2000 – Colaboradores em **Artes Plásticas**: Emília Moura, Maria Hirszman e Tonica Chagas; **Cinema**: Carlos Alberto Mattos, Heloísa Seixas, José Álvaro Moisés, Luiz Carlos Merten e Marcelo Lyra; **Dança**: Helena Katz; **Fotografia**: Simonetta Persichetti; **Literatura**: Angélica de Moraes, Boris Schnaiderman, Carlos Franco, Dib Carneiro Neto, Geraldo Galvão Ferraz, Haroldo Ceravolo Sereza, Ivan Junqueira, José Castello, José Mario Pereira, Marília Librandi Rocha, Marici Salomão, Mauro Dias, Ronaldis de Melo e Souza, Ubiratan Brasil e Wilson Bueno; **Música**: João Marcos Coelho, Jotabê Medeiros e Mauro Dias; **Quadrinhos**: Álvaro de Moya; **Sociedade**: Danuza Leão; **Teatro**: Mariângela Alves de Lima; **Televisão**: Alessandro Giannini, Alexandra Penhalver, Bruno Saito, Carla França, Gabriel Priolli, Gabriela Gemignani, Juliana de Souza, Keila Jimenez, Marcos Pierry, Sonia Apolinário e Tânia Regina de Lucca; **Turismo**: Kátia Zero, Pepe Escobar e Rosa Bastos. Em várias áreas ou sem campo específico: Beatriz Coelho Silva, Beth Néspoli, Celso Lafer, Ivan Teixeira, Lourival Gomes Machado, Mary Del Priore, Moacir Amâncio, Paulo Mendes de Almeida, Renato Janine Ribeiro, Rodrigo Brasil, Sérgio Augusto, Sérgio Milliet e Teixeira Coelho.

Folha de S.Paulo em 2000 – Colaboradores em **Artes Plásticas**: Beth Milan, Celso Fiorante e Sheila Grecco; **Cinema**: Amir Labaki, Bernardo Carvalho, Daniel Castro, Fátima Gigliotti, Inácio Araújo, Ismail Xavier, José Geraldo Couto, Laymert Garcia dos Santos, Leon Cakoff, Lucio Ribeiro, Sérgio Rizzo e Stella Senna; **Dança**: Ana Francisca Ponzio; **Gastronomia**: Hamilton Mellão Jr. e Josimar Melo; **Literatura**: Angélica Torres, Cláudio Weber Abramo, Giovanna Bartucci, José Maria Cançado, Luís Bueno, Luiz Costa Lima, Maurício Santana Dias, Tales de Menezes, Voltaire de Souza e Walnice Nogueira Galvão; **Moda**: Erika Palomino; **Música**: Álvaro Pereira Lima, André Barcinski, Carlos Calado, Ivan Finotti, Jean Canuto, Pedro Alexandre Sanches e Tom Cardoso; **Música Erudita**: Arthur Nestrovski; **Sociedade**: Joyce Pascowitch e Mônica Bergamo; **Televisão**: Alexandre Maron, Armando Antenore, Bruno Garcez, Daniel Castro, Érika Sallum, Esther Hamburger, Fernando de Barros e Silva e Helio Schwartzman; **Vídeo**: Tiago Mata Machado.

Em 2000, os cadernos assistem a uma explosão de “Free-lance para a **Folha**”, além da presença crescente de colaboradores internacionais, agora em número significativamente maior do que dez anos antes. Colaboradores sem classificação específica ou ensaístas/jornalistas com vários temas: Alcino Leite Neto, Antonio

Candido, Carlos Heitor Cony, Cláudio Ângelo, Contardo Calligaris, Evaldo Cabral de Mello, Fabio Cypriano, João Gilberto Noll, José Arthur Gianotti, José Murillo de Carvalho, José Simão, Luiz Felipe de Alencastro, Manolo Florentino, Marcelo Coelho, Marcelo Pen, Marcos Flamínio Peres, Mario Sérgio Cortella, Nicolau Sevcenko, Osvaldo Giacoia Junior, Ricardo Bonalume Neto, Sérgio Dávila e Sylvia Colombo. Os estrangeiros Carlos Fuentes, David Lapoujade, Fernando Savater, Mario Vargas Llosa, Marshall Berman, Richard Rorty e Slavoj Žižek.

Em um exemplo de como os *eruditos* podem se encaixar no esquema de listas e resumos esquemáticos está a edição número 412 do *Mais!* (*Figura 24 do Anexo 8*), que em 2 de janeiro de 2000 trazia a “eleição dos cem melhores poemas do século e dos 30 principais poemas brasileiros de todos os tempos”. Este foi um projeto, revela a fonte, que demandou 1 ano de mapeamento “do que mais significativo foi produzido na literatura e no pensamento deste século, não só no Brasil como em todo o mundo”.⁴⁹³ O júri foi formado Alcir Pécora, Aleksander Javanovic, Augusto Massi, Décio Pignatari, Irlemar Chiampi, Ivo Barroso, José Lino Grunewald, Leonard Fróes, Nelson Ascher e Sebastião Uchôa Leite.

⁴⁹³ Cf. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 02 jan. 2000. *Mais!*.

ANEXOS

Instantâneos de uma cobertura de cultura – Os anexos contêm 18 pranchas com 62 reproduções fotográficas dos cadernos e suplementos analisados na dissertação. Concentrada em edições de 1990 e 2000, mas também abrangendo outros momentos dos jornais fora do período específico da pesquisa, esta coleção de imagens tem o objetivo de registrar as históricas capas e folhas de inauguração dos cadernos, assim como a especificidade e evolução gráfica de cada um deles, o uso de figuras, a hierarquização do noticiário, a incidência e segmentação dos temas, a polêmica da crítica, as diferenças e semelhanças físicas entre as reportagens de profundidade e os guias de serviços, a presença (crescente) do espaço publicitário e as fontes informativas que nos pareceram propícias para recorte e leituras exploratórios.

Muitos aspectos retratados foram selecionados de antemão, enquanto outros surgiram apenas com a leitura das peças informativas. Trata-se, assim, de um registro iconográfico da *forma* com que o jornalismo cultural corporificou-se nos cadernos abordados, a sua aparência, exterioridade. Entretanto, não houve a intenção de se submeter o material retratado, quanto aos seus aspectos de diagramação, artes gráficas, fotografia ou ilustração, a um escrutínio mais detalhado e técnico, exercício este que pode ser desenvolvido por pesquisas posteriores.

Logo, as imagens são sugestões para o olhar e para a sensibilidade, também em busca de indícios que possam balizar os aspectos controversos do embasamento teórico e das opiniões coligidas. Fragmentos guardados para um futuro no qual o desenvolvimento do jornalismo cultural brasileiro impresso seja, enfim, objeto de análise histórica, reconhecido em sua importância de intermediário e de propulsor do conhecimento e da cidadania. Ou da indústria, se for o caso.

I. Cadernos culturais na *Folha de S.Paulo*.

Figura 1.
Primeira edição da *Folha Ilustrada* sob o título *Folha de S.Paulo*. FSP, 01 jan. 1960. Destaque para política internacional.

Figura 2.
O caderno de cultura *Mais!* em sua edição de estréia. *Mais!*, FSP, 16 fev. 1992. Na página 7, o resgate da polêmica nos jornais.

Figura 3.
Segunda edição da *Folha Ilustrada*, ainda na *Folha da Manhã*. *Folha da Manhã*, 11 dez. 1958. Anúncio na capa como tradição.

Figura 4.
O caderno inaugural da *TV Folha*. FSP, 10 nov. 1991. Contraste "entre o mundo do jornalismo e o universo da propaganda".

II. Caderno 2: estréia saudada como acontecimento.

Figura 5.

Chamada para o lançamento do principal caderno cultural do *Estadão*: "discussão cultural, polêmica, arte, roteiros e cores". "Grande festa no Palladium apresenta hoje o Caderno 2". OESP, 02 abr. 1986.

Figura 6.

Invadir o seu jornal: chamada de capa para a primeira edição do *Caderno 2*, que destaca MPB e televisão. "Eles vão invadir sua TV". OESP, *Caderno 2*, 06 abr. 1986.

Figura 7.

Para fãs: edição temática do *Caderno 2* explicita o flerte com a cultura pop. "John Lennon: dez anos depois". OESP, *Caderno 2*, 01 dez. 1990.

III. Na *Folha*, televisão e literatura...

Figura 8.

Capa do encarte *Televisão*, que precedeu o *TVFolha*. Nos anos 90, o mercado televisivo se torna o novo filão financeiro e o veículo o meio de maior penetração na população, motivando a criação de produtos segmentados. "MTV completa um ano no Brasil e quer virar a Record dos anos 90". FSP, *Televisão*, 03 nov. 1991.

Figura 9.

No caderno *Letras*, como no passado, destaque para a literatura. Tentativa de fusão de erudição com jornalismo. "Leilão pode salvar acervo histórico". FSP, *Letras*, 07 jul. 1990.

IV. ...academia e mercado.

Figura 10.

Capa do *Jornal de Resenhas*, caderno com linguagem acadêmica e público específico não sobreviveu à indiferença do "leitor médio". Nele, porém, o mercado editorial passava pelo crivo de especialistas. "O fervor sereno". *Jornal de Resenhas*, FSP, 08 jan. 2000.

Figura 11.

O encarte *Acontece*: onde poderia haver uma separação saudável, espaço para o roteiro e o serviço se amplia na promoção direta de eventos e produtos. "Agenda do Ano Novo". *Acontece*, FSP, 01 jan. 2000.

V. Anúncios crescem e expulsam os textos.

Figura 12.

"João Câmara diz que pinta na 'contramão'". *Ilustrada*, FSP, 01 jan. 1990.

Figura 14.

"A noite é de Gal Costa, em superprodução". *OESP*, 01 set. 1990.

Figura 13.

"Almodóvar antes do ataque de nervos". *Ilustrada*, FSP, 01 abr. 2000.

Figura 15.

"O alemão Fritz Lang conquista o Velho Oeste". *OESP*, 05 ago. 1990.

VI. A atividade da crítica e a crítica da atividade.

Figura 16. Hibridismo.
Dilema. "Acadêmicos, entre a tese e o jornalismo". OESP, 02 ago. 1990. p. 4.

Figura 18. Especialidade.
"O olhar do crítico". OESP, 04 jun. 2000.

Figura 17. Estrelismo.
O que disseram... "Geração sem crítica". Mais!, FSP, 16 fev. 1993. p. 3.

Figura 19. Contingência.
"A crise da crítica". OESP, 03 dez. 2000.

VII. Guias de consumo: dados em excesso, nenhuma análise.

Figura 20.

Guia: Cinema, Show, Eventos, Parques, Arredores, Museu... Miscelânea de ofertas levou tempo para se condensar. *Caderno 2, OESP, 09 jan. 1990.*

Figura 21.

Duas páginas com sete colunas de catalogação explícita. *Caderno 2, OESP, 01 dez. 2000. p. 8-9.*

Figura 22.

Guia de filmes e atrações na TV: interagendamento com a indústria televisiva. *TV Folha, FSP, 02 jan. 2000.*

VIII. Ranking, listas e estrelinhas: quantificar é preciso...

OS MAIS VENDIDOS DA SEMANA			
BRASIL	MAIOREÇÃO	BRASIL	MAIOREÇÃO
1. Os Dez Mais! (11.100)	1. Os Dez Mais! (11.100)	1. Os Dez Mais! (11.100)	1. Os Dez Mais! (11.100)
2. Os Dez Mais! (10.500)	2. Os Dez Mais! (10.500)	2. Os Dez Mais! (10.500)	2. Os Dez Mais! (10.500)
3. Os Dez Mais! (10.000)	3. Os Dez Mais! (10.000)	3. Os Dez Mais! (10.000)	3. Os Dez Mais! (10.000)
4. Os Dez Mais! (9.500)	4. Os Dez Mais! (9.500)	4. Os Dez Mais! (9.500)	4. Os Dez Mais! (9.500)
5. Os Dez Mais! (9.000)	5. Os Dez Mais! (9.000)	5. Os Dez Mais! (9.000)	5. Os Dez Mais! (9.000)
6. Os Dez Mais! (8.500)	6. Os Dez Mais! (8.500)	6. Os Dez Mais! (8.500)	6. Os Dez Mais! (8.500)
7. Os Dez Mais! (8.000)	7. Os Dez Mais! (8.000)	7. Os Dez Mais! (8.000)	7. Os Dez Mais! (8.000)
8. Os Dez Mais! (7.500)	8. Os Dez Mais! (7.500)	8. Os Dez Mais! (7.500)	8. Os Dez Mais! (7.500)
9. Os Dez Mais! (7.000)	9. Os Dez Mais! (7.000)	9. Os Dez Mais! (7.000)	9. Os Dez Mais! (7.000)
10. Os Dez Mais! (6.500)	10. Os Dez Mais! (6.500)	10. Os Dez Mais! (6.500)	10. Os Dez Mais! (6.500)

Figura 23.
"Os mais vendidos da semana".
Ilustrada, FSP, 08 set. 1990.

Livros Mais vendidos	
Recentemente lançado, o novo romance de Paulo Coelho vai direto para a primeira posição da lista de ficção, em não ficção, o posto inicial é ocupado por Jerry Seinfeld.	
1. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	1. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
2. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	2. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
3. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	3. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
4. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	4. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
5. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	5. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
6. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	6. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
7. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	7. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
8. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	8. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
9. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	9. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
10. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	10. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos

Figura 25.
Termômetro do mercado editorial ajuda nas vendas. "Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos". *Mais!*, FSP, 03 dez. 2000. p. 24.

Ranking dos vídeos mais alugados	
1. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	1. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
2. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	2. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
3. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	3. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
4. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	4. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
5. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	5. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
6. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	6. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
7. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	7. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
8. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	8. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
9. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	9. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
10. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	10. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos

Os dez mais!	
1º	A Terra Desolada (The Wast Land), de T. S. Eliot (1898-1962) - Nasceu nos EUA, Eliot se sentia culturalmente ligado à Europa, tendo morado em Londres a maior parte da vida. Além de poeta, foi ensaísta e dramaturgo, tendo morado no Brasil em 1948. No ano de 1922 publicou seu poema-manifesto da literatura do século, em que contestou a tradição de referências à tradição literária europeia na descrição de um continente devastado por um processo de desintegração que vivia desde o Renascimento. "Poema", trad. de José Louzeiro, Nova Fronteira, R\$ 24,00.
2º	Tabacaria, de Fernando Pessoa (1888-1935), sob o heterônimo de Álvaro de Campos - O poeta português é autor da mais original criação poética dentro do século, a heteronímia, ou seja, a criação de múltiplas personalidades poéticas com vida pessoal e espiritual própria. Campos é, segundo Pessoa, um engratado formado em Glasgow (Inglaterra). Vivendo integralmente os conflitos da modernidade, é o mais inquieto e caótico dos heterônimos. "O Tabacaria", Nova Fronteira, R\$ 24,00.
3º	O Cemitério Marinho (Le Cimetière Marin), de Paul Valéry (1871-1945) - Valéry foi grande ensaísta e se via sobretudo como um homem devotado à inteligência. Daí viria sua relação com a poesia que o tornaria um "poeta poeta", na expressão de Augusto de Campos. "Cemitério Marinho" é a prova cabal do acerto de um de seus afirmados, que diz que poesia é aquilo que não pode ser resumido. "O Cemitério Marinho", trad. de Jorge Wanderley, Mas Livros.
4º	Vejando para Babilônia (Selling to Byzantium), de William Butler Yeats (1895-1939) - O poeta e autor teatral irlandês recebeu o Nobel de 1923. Da plena maturidade são seus poemas mais citados, como este "Vejando para Babilônia", no qual a velhice e a morte, confrontadas com a permanência da arte, se vêem transfiguradas num espaço mítico além da vida. "W. B. Yeats - Poemas", trad. de Paulo Vilela, Companhia das Letras, R\$ 26,00.
5º	Hugh Selwyn Mauberley, de Ezra Pound (1895-1972) - Este poema escrito em 1920 é o trabalho longo de leitura mais fluente do século, já que é em grande parte escrito em forma mais tradicional e tem um claro narrador claro, o dos decalógicos do poeta americano E. P. e de seu duplo britânico, Mauberley, ameaçados de estípite artístico. "Poemas", trad. de Augusto de Campos, Fucile, R\$ 26,50.
6º	Pronto por Ignacio Sánchez Mejías (Lento por Ignacio Sánchez Mejías), de Federico García Lorca (1898-1936) - Lorca foi tanto poeta popular do "Romancero Gitano" (1928) quanto aquele que se hermetizou, fascinado, diante da metrópole, em "O Poeta em Nova York", publicado postumamente em 1981. Foi assassinado aos 36 anos pelos franquistas no início da Guerra Civil Espanhola. "O Poeta", trad. de William Aguiar de Mello, Martins Fontes, R\$ 39,00.
7º	Elegias de Duino (Duineser Elegien), de Rainer Maria Rilke (1875-1926) - Nasceu em Praga, levou uma vida aristocrática, patrocinada pela nobreza europeia. As "Elegias de Duino" emprestam seu nome do castelo próximo a Trieste onde começaram a ser compostas nos anos de 1910-1912. São poemas concluídos mais de dez anos depois. "Elegias de Duino", trad. de José Paulo Pires, Companhia das Letras, R\$ 21,00.
8º	A Espira dos Bárbaros, de Konstantinos Kavafis (1863-1933) - O mais importante poeta grego do século nasceu em Alexandria, no Egito, e morreu na Inglaterra. Em "A Espira dos Bárbaros", poemas ao mesmo tempo político e mitológico, aparece a figuração de um espaço em que nada se faz porque os bárbaros atacaram. "Poemas", trad. de José Paulo Pires, Nova Fronteira, R\$ 21,00.
9º	Zona (Zone), de Guillaume Apollinaire (1889-1918) - Poeta francês e patriota, apesar de nascido em Roma, teve uma infância acidentada, que incluiu participação voluntária como soldado na Primeira Guerra. Em "Zona" (1913), Apollinaire elimina a poesia e cria um ritmo nervoso, cheio de vida e de um canto de louvor à modernidade. "Alcôde", Gallmeister, 34 francos.
10º	Mensagem, de Fernando Pessoa (1888-1935) - Pessoa de momento nasceu em Lisboa e passou seus anos de formação na África do Sul. Dos vários livros projetados e até efetivamente escritos por ele, "Mensagem" (1934) foi o único publicado em vida. "O Poeta", trad. de William Aguiar de Mello, Martins Fontes, R\$ 39,00.

Figura 24.
Na virada do milênio, mania de listas pode auxiliar as "bibliotecas do interior".
"Os dez mais!". *Mais!*, FSP, 02 jan. 2000.

Figura 26.
"Opinião dos críticos" é exposta com estrelas, bolinhas e veda-dictos: "quem não gosta é ruim da cabeça", decreta um dos "críticos". "Ranking dos vídeos mais alugados". *Ilustrada*, FSP, 07 fev. 2000. p. 05.

Opinião dos críticos	
1. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	1. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
2. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	2. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
3. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	3. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
4. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	4. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
5. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	5. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
6. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	6. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
7. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	7. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
8. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	8. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
9. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	9. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos
10. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos	10. Srta. Prym' lidera ranking dos mais vendidos

IX. A força do mercado: destaque para novas áreas no OESP.

Figura 27. Moda. "A noite italiana de Armani made in Brazil". OESP, 01 mar. 1990.

Figura 28. Consumo. "O barato do consumo no lado out de Nova York". Caderno 2, OESP, 08 jul. 1990.

Figura 29. Adolescência. "Idéias". Zap!, Caderno 2, OESP, 01 dez. 2000.

Figura 30. Gastronomia. "Chefs famosos partem para carreira solo". Caderno 2, OESP, 07 jan. 2000.

X. Apuro gráfico: a vez dos quadrinhos, ilustrações e charges.

Figura 31.
Nos 90, o boom dos quadrinhos.
"Magra, sexy, um sonho de mulher".
Caderno 2, OESP, 06 jan. 1990. p. 05.

Figura 32.
"Moebius faz western digno dos clássicos".
Ilustrada, FSP, 08 out. 1990.

Figura 33. "O caderno de Ana Cristina será editado".
Letras, FSP, 12 mai. 1990.

Figura 34. "O estado de graça".
Caderno 2, OESP, 06 ago. 2000.

XI. Talento na crônica, no comentário e na reportagem.

Figura 35.

O humor ganha a capa do caderno de cultura: Luis Fernando Veríssimo colabora semanalmente com cartuns e crônicas para *O Estado de S.Paulo*. "Ferradura". *Caderno 2*, OESP, 07 jan. 1990.

Figura 37. Aptidão: Ruy Castro abrilhanta o noticiário de cultura. "Trapalhadas no Catete". *Caderno 2*, OESP, 04 fev. 1990.

Figura 36. O comentário ferino de Paulo Francis. "Diário da Corte". *Ilustrada*, FSP, 17 mai. 1990.

Figura 38. Rubem Braga: objeto e sujeito do jornal. "A história do cronista essencial". *Cultura*, OESP, 02 jul. 2000.

XII. Sinopses de livros e filmes, programação e dados “inúteis”.

Figura 39. Mercado editorial.
"Livros". *Ilustrada*, FSP, 01 set. 1990.

Figura 41. Mercado de televisão. "Programação". Ilustrada, FSP, 01 set. 1990.

Figura 40. "Lançamentos". Caderno 2/Cultura, OESP, 05 mar. 2000.

Figura 42. Música e “índices”.
“Indifolha”. Ilustrada, FSP,
01 set. 1990.

Figura 43. Mercado de vídeo: oito sinopses, todas sobre filmes americanos e ingleses. “*Lançamentos*”. *Caderno 2/Cultura, OESP*, 27 out. 1990.

XIII. Instântaneos de uma cobertura de cultura.

Figura 44.

Literatura: no início dos anos 90, o Modernismo se faz presente com o centenário de um dos seus maiores expoentes. "*Oswald de Andrade: centenário de nascimento*". Cultura, OESP, 06 jan. 1990.

Figura 46. Arte gráfica para o cinema. *"A paixão segundo Godard"*. Caderno 2/ Cultura, OESP, 05 mar. 2000.

Figura 45.

Cultura popular: interessante mapeamento das manifestações artísticas por cidades. "O Estado oculto". *Ilustrada*, FSP, 03 jan. 2000.

Figura 47. Na virada do milênio, a inevitável mania de listas e classificações que “resumem” a cultura. “*Os cem melhores poemas do século*”. *Mais!*, FSP, 02 jan. 2000.

XIV. Dois exemplos de exposição da indústria...

Figura 48. A visibilidade "estatístico-jornalística": Respalhada pelo *Datafolha*, uma visão de cultura resumida em *ranking* esquemático de performance comercial e faturamento. Quase todas as áreas da indústria cultural são avaliadas por critérios como "maior índice de vendas", "mais caras", "mais vendidos", "mais alugados", "maior bilheteria" e "mais tocadas". "Mercado artístico revela surpresas em 87". Ilustrada, FSP, 31 dez. 1987.

Figura 49. A visibilidade publicitária e o espaço à venda: Em uma prática consagrada nos anos 90, como registrado acima, várias páginas dos cadernos culturais são *totalmente* ocupadas por anúncios pagos de eventos. Este tipo de publicidade direta migraria posteriormente para os guias.

"Shows e Vamos ao Teatro". Ilustrada, FSP, 06 out. 1990.

XV. ...e dois momentos que dão o que pensar.

Figura 50. Uma ressaltiva intrigante:

O editor: "Isso não significa (...) que os críticos que trabalham na **Folha** não correspondam às exigências feitas aos candidatos do concurso". "A *Folha* abre concurso de crítica". *Ilustrada*, FSP, 15 dez. 1985. p. 06.

Figura 51. Um duelo sob medida:

O artista: Festival "se destaca pela importância social: a compreensão das relações entre as atividades artística e jornalística no Brasil de hoje. (...) O humor, dom divino da inteligência, foi confundido com gracinha irresponsável, característica sórdida da idiotia. (...) Nunca tão pouco de tutano pôde ser extraído de tantas laudas escritas".

O crítico: "seu longa-metragem conseguiu conquistar seis bolas pretas em dez possíveis. É o mais cruel espelho de sua incompetência. (...) Nem a cartunesca personagem [do filme] gosta de apanhar tanto quanto ele. (...) Em patética autodefesa, o cineasta da bola preta tenta agora amadoristicamente distribuir lições de jornalismo. (...) canhestro (...) é melhor mesmo (...) procurar outra profissão". SEVÁ, Augusto. "Imprensa faz papel da Inquisição em Gramado". LABAKI, Amir; BUCCI, Eugênio. "Cineasta foi o pior do festival". *Ilustrada*, FSP, 11 ago. 1990. p. 02.

XVI. O campo de batalhas da opinião.

Figura 52.
Crítico vs. crítico. LESSA, Ivan.
"Crítico decreta guerra a nove entre 10 estrelas". Ilustrada, FSP, 02 fev. 1990, p. 10.

Figura 55.
Escritor vs. crítico. PAIVA, Marcelo Rubens. "Não existe mais método para a crítica jornalística". Letras, FSP 27 out. 1990. p. 6.

Figura 53.
Crítico vs. escritor. SILVA, Fernando Barros.
"Paiva e o baú da felicidade literário";
SCALZO, Fernanda. "Nem sub nem grande escritor". Letras, FSP, 03 nov. 1990.

Figura 54.
Cineasta vs. crítico.
SGANZERLA, Rogério. "Crítico não entra no espírito do filme". Letras, FSP, 03 nov. 1990.

XVII. A tribuna e o palco: polêmica para posteridade.

Figura 56.

Ato 1: O crítico-jornalista aponta para a "maçaroca sonora". GIRON, Luís Antônio. "Wisnik renega seu romantismo e 'caetaneia'". Ilustrada, FSP, 10 out. 1990. p. E08.

Figura 57.

Ato 2: O artista-professor responde que a "crítica de jornal" irá "para o lixo no dia seguinte". WISNIK, José Miguel. "A propósito da 'falsa crítica' do show de Wisnik". Ilustrada, FSP, 13 out. 1990. p. E02.

Figura 58.

Ato 3: Na tréplica, a conclusão de que o oponente "é incapaz de entender a crítica - que é descartável mesmo". GIRON, Luís Antônio. "Wisnik quer que a universidade vire show-biz". Ilustrada, FSP, 17 out. 1990. p. E02.

XVIII. Da literatura à televisão, da maioridade à adolescência.

Figura 59.

A primeira edição de uma publicação que marcou época: "Críticos, ou decifreadores de charadas?" *Suplemento Literário, OESP, 06 out. 1956.*

Figura 60.

Nos anos 90, a televisão se tornou o centro da cultura. *Telejornal, OESP, 14 jun. 1992. [nº 1].*

Figura 61.

Segunda edição do *Folhetim*. "Leitura e humor", "atualidades internacionais" e "diversão". *Folhetim, FSP, 30 jan. 1977.*

Figura 62.

Dedicado ao público jovem, um "guia de lazer, cultura e consumo" com "reportagens e serviços". *Folhateen, FSP, 18 fev. 1991. [nº 1].*