

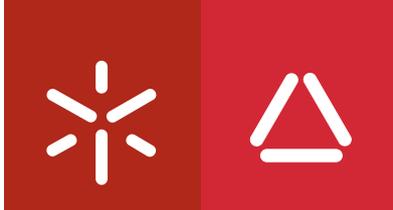


**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Isabel Cristina Fernandes da Silva

**O Jornalismo Cultural na Imprensa Regional  
– O Caso do Diário do Minho**

Junho de 2009



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Isabel Cristina Fernandes da Silva

**O Jornalismo Cultural na Imprensa Regional  
– O Caso do Diário do Minho**

Mestrado em Ciências da Comunicação  
Área de Informação e Jornalismo

Trabalho efectuado sob a orientação da  
**Professora Doutora Helena Sousa**

DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO EM VIGOR, É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA TESE APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE.

Universidade do Minho,...../...../.....

Assinatura: \_\_\_\_\_

*Uma publicação que se intitula literária nunca poderia transigir com a preguiça mental, ou com incapacidade de pensar, mas partir do princípio de que não há vida intelectual sem um mínimo de esforço e disciplina.*

Décio de Almeida Prado<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Cit. In Piza (2003: 37)

## **AGRADECIMENTOS**

A elaboração do presente trabalho não seria possível sem a preciosa colaboração de diversas pessoas às quais estou sinceramente agradecida. Assim, quero deixar o meu obrigada pela ajuda prestada:

- ↪ Aos meus pais, pela vida, pela força, pela alegria, pela palavra de incentivo sempre presentes;
- ↪ À Ex.ma Sra. Professora Helena Sousa, minha orientadora pedagógica no Estágio/ Relatório, pelos conhecimentos que me transmitiu e pelos esclarecimentos e ajuda que me foi dando no decorrer do trabalho, indispensáveis para a sua realização;
- ↪ Ao Ex.mo Sr. Padre José Miguel Pereira, Director do Diário do Minho, pela oportunidade de realizar Estágio neste jornal e pela cordialidade com que sempre me recebeu;
- ↪ Ao Ex.mo Sr. Damião Pereira, Chefe de Redacção do Diário do Minho, e a toda a equipa que a integra, pela ajuda, partilha e palavra de incentivo que sempre me deram;
- ↪ Aos colegas que me acompanham desde que embarquei nesta aventura chamada Ciências da Comunicação, sem o apoio dos quais não teria chegado até aqui.

Agradeço ainda a todas as pessoas não mencionadas que, de algum modo, contribuíram, mesmo que de forma indirecta, para que a concretização deste trabalho fosse possível.

A todos, o meu **muito obrigada!**

## ÍNDICE

Agradecimentos .....	4
Índice .....	5
0. Introdução .....	6
1. O estágio .....	8
1.1. O Diário do Minho .....	8
1.2. Vivências de Estágio .....	9
1.2.1. Expectativas .....	9
1.2.2. Prática .....	10
1.2.3. Balanço final .....	11
1.3. A questão: que lugar ocupa o jornalismo cultural nas páginas do Diário do Minho? .....	12
2. Metodologia .....	14
3. Contextualização .....	16
3.1. Jornalismo Cultural – contributos para uma reflexão .....	16
3.2. O Jornalismo Cultural na sociedade portuguesa contemporânea .....	24
3.2.1. O Jornalismo Cultural no Diário do Minho .....	26
3.3. A crescente profissionalização das fontes de informação no contexto do Jornalismo Cultural .....	28
3.3.1. As Fontes no Jornalismo Cultural .....	30
3.4. O papel da imprensa regional no Portugal contemporâneo .....	32
3.4.1. O Diário do Minho no panorama informativo regional .....	35
3.5. A redacção do Diário do Minho .....	36
4. O Jornalismo Cultural nas páginas do Diário do Minho .....	38
5. Considerações finais .....	43
Bibliografia .....	45

## 0. INTRODUÇÃO

O presente Relatório de Estágio, inserido no plano curricular do segundo ano do Mestrado em Ciências da Comunicação – Área de Especialização em Informação e Jornalismo, da Universidade do Minho, apresenta o ponto de partida para duas análises distintas.

Por um lado, pretende materializar a reflexão sobre o modo como decorreu o estágio curricular integrado no referido Mestrado, realizado no jornal *Diário do Minho*. As alegrias, os progressos, os constrangimentos, as melhorias a operar serão alvo de meditação e consideração cuidadas.

Por outro lado, pretende ser o mote para uma análise sobre o modo como o Jornalismo Cultural é abordado na imprensa regional, mais concretamente no jornal *Diário do Minho* (DM).

A nível pessoal, esta é uma questão que não me é indiferente. Tendo realizado um estágio de três meses neste jornal, com um trabalho incidindo essencialmente no âmbito do Jornalismo Cultural, apraz-me reflectir sobre o trilha percorrido nesta área, com vista a analisar o exercício efectuado e, em consequência, procurar aprimorar futuros desempenhos. Para lá das motivações pessoais, e ainda com base na experiência vivida durante o estágio, acredito que urge reflectir sobre a forma como a crescente profissionalização das fontes de informação poderá influenciar o modo como o Jornalismo Cultural é tratado nas redacções em geral e na deste jornal em particular.

Parte-se do pressuposto, por observação empírica, que o diário bracarense confere, nas suas páginas, um lugar inequívoco a notícias sobre actividades culturais diversas, por vezes mesmo em posição de destaque, mas fá-lo através de uma forma de noticiar quase sempre adstrita a uma panóplia de comunicados de imprensa e agendas culturais que quebram, não raras vezes, a imparcialidade da notícia e a colocam ao serviço das fontes de informação.

Pretende-se, deste modo, que este trabalho ajude a perceber, através de uma entrevista ao responsável pela redacção do jornal e de uma análise do trabalho realizado durante o estágio, qual o papel destinado ao Jornalismo Cultural nas páginas do *Diário do Minho* e o que o condiciona. O estudo será complementado com o recurso a

bibliografia existente na área que se considere adequada à melhor compreensão das observações realizadas.

Para a sua consecução, entendo necessário atentar nos seguintes pontos :

- ↳ Caracterizar o Jornalismo Cultural enquanto género jornalístico;
- ↳ Enquadrar o Jornalismo Cultural na sociedade contemporânea, em geral, e nos princípios editoriais do DM, em particular;
- ↳ Discutir a influência da crescente profissionalização das fontes no jornalismo contemporâneo;
- ↳ Definir o papel da imprensa regional no Portugal de hoje;
- ↳ Dar a conhecer genericamente o modo como funciona, genericamente, a redacção do DM (rotinas, gestão de tempo, recursos humanos, etc.);
- ↳ Discutir o tratamento dado do Jornalismo Cultural na redacção do Diário do Minho;
- ↳ Reflectir sobre a adequação do trabalho efectuado durante o estágio aos princípios editoriais do jornal.

## 1. O ESTÁGIO

### 1.1. O DIÁRIO DO MINHO

O primeiro número do *Diário do Minho* veio a público em 15 de Abril de 1919. Surge, na altura, como sucessor do *Echos do Minho*, jornal que o padre José Joaquim Vilela havia publicado duas vezes por semana a partir de 7 de Janeiro de 1911. Passaria mais tarde a trissemanário e, por fim, a diário, em 1 de Março de 1914. O *Echos do Minho* viria a desaparecer em 13 de Fevereiro de 1919 (Ribeiro, 2006: 6).

A compra do *Echos do Minho* e ulterior formação da Empresa Minho Gráfico, propriedade do periódico, obedeceu a uma resolução tomada no Congresso Católico de Dezembro de 1920 (Oliveira, 1976: 75-81). Depois de várias oscilações quanto aos dias de publicação – já foi publicado sete dias por semana, mas houve também momentos em que o seu aparecimento nas bancas era inconstante –, durante um longo período de tempo saiu de segunda-feira a sábado, até que passou a sair diariamente, numa edição de 48 páginas, excepto nos dias a seguir ao Natal e à Páscoa.

Actualmente, a estrutura do DM inclui o jornal e uma gráfica, para além de uma outra empresa – a *Diminho* –, que funciona como agência de publicidade e que já assegurou a distribuição do jornal como alternativa à conhecida empresa de transportes e distribuições VASP.

De acordo com informação colectada e compilada pelos responsáveis do jornal, habitualmente disponibilizada quando este é alvo de visitas de estudo, a linha ideológica do DM foi claramente expressa no seu primeiro editorial: um jornal católico, minhoto e português. O diário minhoto afirma-se ainda como um jornal independente de qualquer poder político e económico, que procura divulgar uma informação imparcial, de todos e para todos.

O jornal, que completou no último mês de Abril 90 anos de existência, tem-se afirmado nos últimos anos como líder da imprensa regional do distrito de Braga, conforme atestam os últimos dados da empresa de sondagens Marktest (*Fonte*: Suplemento do DM publicado em 15-04-2008, assinalando a passagem do seu 89.º aniversário). Com efeito, o *Diário do Minho* consolidou em 2007 a liderança entre os jornais regionais, mantendo, pelo quinto ano consecutivo, o título de jornal mais lido.

## 1.2. VIVÊNCIAS DE ESTÁGIO

Dando continuidade a um exercício de reflexão permanente levado a cabo durante os três meses que durou o meu estágio curricular, proponho-me agora realizar uma espécie de balanço final, onde possa confrontar as minhas expectativas e anseios sentidos antes do estágio com a prática desenvolvida e experiências vividas ao longo deste período de extrema aprendizagem.

### 1.2.1. Expectativas

Consciente de que estava prestes a iniciar uma importante etapa da minha vida, e dado o meu percurso académico, que me proporcionou já a experiência de muitos estágios, foi com alguma ansiedade que encarei os meses que antecederam este momento – o aproximar do desconhecido a isso conduz.

Ainda assim, com a bagagem teórica adquirida no decorrer do curso e alguma experiência ganha quer em artigos pontuais de imprensa, quer através dos trabalhos práticos realizados ao longo do curso, no início do estágio encontrava-me segura quanto às minhas capacidades, acreditando ser capaz de responder com elevado grau de eficácia às solicitações do meu orientador e restante equipa da redação do *Diário do Minho*.

Em relação aos orientadores, esperava compreensão, apoio, honestidade e um apurado sentido crítico, que me permitissem melhorar o meu desempenho em cada dia. Ansiava propostas de trabalhos aliciantes, que não defraudassem a minha escolha por um meio de comunicação regional em detrimento de outro de abrangência nacional – acima de tudo, a oportunidade de praticar os diversos géneros jornalísticos: entrevistas, breves, reportagens, etc.

No que à redação do DM diz respeito, esperava que esta disponibilizasse os recursos materiais necessários ao meu trabalho quotidiano, e acreditava encontrar jornalistas que partilhassem comigo os seus conhecimentos e experiência e ajudassem a tornar a minha passagem pelo DM agradável e proveitosa, quer do ponto de vista humano quer do ponto de vista da minha aprendizagem.

### 1.2.2. Prática

Com o início do estágio, cedo percebi que a minha passagem pelo DM seria algo diferente daquilo que idealizara.

No primeiro dia, o director do jornal, Padre José Miguel Pereira, designou como meu orientador o chefe de redacção, Damião Pereira. Este cumpre um horário com início às 14h e término no momento do fecho da edição do dia; estando eu a efectuar um horário entre as 10h/13h e 14h/18h em alguns dias e noutros entre as 9h/14h, facilmente podemos constatar que o nosso contacto foi escasso.

Esta situação foi ainda agravada pelo facto de ele ter constantemente inúmeras solicitações por parte da sua equipa, ficando a supervisão do meu trabalho por vezes entregue a outros elementos da redacção. Este facto poderá ter originado alguma descontinuidade no processo de aprendizagem, uma vez que cada jornalista tem um modo muito próprio de organização do seu trabalho. Não obstante, posso afirmar que esta situação teve como lado positivo o facto de me permitir contactar com várias perspectivas acerca do modo de construção de uma notícia, enriquecendo assim o meu leque de experiências.

Ainda quanto ao trabalho realizado, logo no primeiro dia fui informada de que estaria à vontade para sugerir temas para trabalhos de reportagem ou dar “dicas” para elaboração de notícias – caso isso não acontecesse, ver-me-ia, provavelmente, limitada a escrever “breves” durante todo o estágio. Procurei contrariar esta tendência, informando o chefe de redacção ou seu substituto de situações com potencial para se tornarem notícia e sugerindo os temas para quase todos os trabalhos de reportagem que realizei. Esta realidade proporcionou-me alguma autonomia, que considero ter sido bastante positiva na minha evolução ao longo do estágio.

Quanto às condições com que me deparei na redacção, não posso deixar de referir a simpatia e companheirismo mostrado por toda a equipa do DM, incluindo as secretárias de redacção, que sempre se mostraram disponíveis para me acompanhar e auxiliar em tudo o que fosse necessário. Já a nível material, lamento a falta de computadores na sala da redacção, o que me obrigou não raras vezes a, durante o período da tarde, deslocar-me para a sala dos gráficos, onde tinha que trabalhar sozinha.

Em relação à supervisão pedagógica por parte da universidade, na pessoa da Prof. Helena Sousa, aprez-me afirmar que o nosso trabalho conjunto globalmente bem, tendo sempre recebido da sua parte sugestões para contornar os obstáculos que iam surgindo no decorrer do estágio e uma palavra de incentivo. O Projecto de Estágio que suporta este trabalho foi também atempadamente alinhavado, permitindo desde cedo uma organização e um estudo criteriosos.

### **1.2.3. Balanço final**

Globalmente, considero o balanço final destes três meses de estágio positivo, na medida em que me permitiu consolidar a bagagem teórica que adquiri durante o curso e, acima de tudo, incrementar os aspectos do *Saber Fazer, Saber Ser, Saber Estar e Saber Saber* nesta área de especialização por mim escolhida.

Congratulo-me com a escolha de um meio de comunicação regional nesta fase crucial do meu processo de aprendizagem, já que, tal como esperava, me proporcionou a oportunidade de trabalhar em diferentes áreas temáticas e nos mais diversos géneros jornalísticos: entrevistas, breves, reportagens, etc., conciliando ainda um “trabalho de rua” com o trabalho na redacção.

Quero realçar o trabalho desenvolvido a nível de reportagem, que me permitiu uma grande autonomia ao longo de todo o processo (selecção de temas, escolha dos entrevistados, fotografia, redacção do trabalho), bem como adquirir experiências importantes na área do jornalismo. O estabelecimento de critérios de selecção para os temas e pessoas, a dificuldade no contacto com algumas entidades/ individualidades, a construção de um texto guiado por um fio condutor que o dotasse de pleno sentido, etc., foram momentos extremamente importantes neste estágio, permitindo-me crescer pessoal e profissionalmente nesta área.

Gostaria que os aspectos menos positivos relativos a este estágio pudessem ser melhorados em oportunidades futuras, pois o DM pode constituir um óptimo campo de estágio para quem pretende construir carreira na área da imprensa. Em jeito de sugestão, julgo que o ideal seria o jornal propor como orientadores pedagógicos os jornalistas mais experientes da redacção e não alguém com cargos de chefia, já que estes poderiam certamente facultar um apoio mais próximo aos estagiários.

### **1.3. A QUESTÃO: QUE LUGAR OCUPA O JORNALISMO CULTURAL NAS PÁGINAS DO DIÁRIO DO MINHO?**

Decorrido cerca de um mês desde o início do estágio, desde logo pude perceber que o meu trabalho no DM se centraria, essencialmente, em trabalhos de cariz cultural, quer ao nível da notícia quer ao nível da reportagem. Assim, pareceu-me oportuno procurar entender de que modo é tratado o Jornalismo Cultural na redacção do DM, bem como o lugar que ocupa nas páginas deste jornal.

As minhas primeiras observações foram, deste modo, no sentido de perceber de que modo é abordado o Jornalismo Cultural: que princípios editoriais se seguem, que fontes se utilizam, de que modo são dadas as notícias?

Da análise realizada, constatei que o diário bracarense confere, nas suas páginas, um lugar cativo a notícias sobre actividades culturais diversas, por vezes em posição de destaque (primeira página, títulos apelativos), mas fá-lo através de uma forma de noticiar quase sempre adstrita a uma panóplia de comunicados de imprensa e agendas culturais que quebram, muitas vezes, a imparcialidade da notícia e a colocam ao serviço das fontes de informação.

Com efeito, as notícias que partem da iniciativa dos jornalistas da redacção são escassas. Este facto dever-se-á, em grande parte, à existência de uma agenda que é preciso cumprir, e os tópicos que constituem essa agenda são aqueles que chegam ao jornal pelas mãos das mais diversas entidades. Surge, esporadicamente, um ou outro tema de forma imprevista que consegue granjear algum espaço mas, ainda assim, maioritariamente com origem em fontes externas ao jornal. Isto acontece de um modo global, não apenas no que diz respeito ao Jornalismo Cultural.

Quanto a este último, ainda que não raras vezes lhe sejam concedidas honras de primeira página ou títulos “gordos”, o espaço disponível no jornal não lhe permite ir muito além de umas dezenas de caracteres, que muitas vezes mais não fazem do que debitar informações comerciais sobre este ou aquele acontecimento.

Logo, identifica-se a escassez do exercício crítico aos movimentos artísticos e demais temas no âmbito do Jornalismo Cultural, constatando-se uma mera exposição dos produtos/ eventos em questão. Se mais não fora, esta realidade tem tendência a tolher, de um modo global, a possibilidade de reflexão do leitor, levando-o a aceitar produtos que, implicitamente, se lhe impõem.

Parece-me, assim, oportuno reflectir sobre a forma como a crescente profissionalização das fontes de informação poderá influenciar o modo como o Jornalismo Cultural é tratado nas redacções em geral e na deste jornal em particular, a fim de se evitar que entidades ou empresas se sirvam deliberadamente do jornalismo como meio para atingir os seus propósitos de vendas ou divulgação. Por vezes, o limiar desta fronteira é muito ténue, mas cabe ao jornalista a missão de se defender deste tipo de “ataques” e ser fiel aos seus princípios como profissional ao serviço da notícia.

É função do jornalista «*mapear o espaço cultural do jornalismo*» (Winch, 1997: 11, tradução pessoal) na sua essência, «*definindo as suas fronteiras*» (*idem; ibidem*). E estas fronteiras, entre notícias e entretenimento ou outro tipo de informação sem carácter noticioso, são edificadas através de «*acções relevantes*» do profissional de jornalismo (Winch, 1997: 10, tradução pessoal).

Decidi, com base no exposto, debruçar-me sobre a relação existente entre as notícias de cariz cultural publicadas no DM e as fontes que as veiculam, a fim de observar até que ponto estas notícias se encontram dependentes e servem os interesses das fontes de informação. Este trabalho de análise justifica-se pelo facto de acreditar que conhecendo o território onde nos movemos será mais fácil a posterior delineação de estratégias para lidar com estes novos profissionais que emergiram na área da comunicação.

O objectivo do meu trabalho era testar a seguinte hipótese:

- ↳ A maior parte do espaço dedicado ao Jornalismo Cultural no *Diário do Minho* é ocupado por artigos que tiveram origem em iniciativas de elementos externos ao jornal.

## 2. METODOLOGIA

Em relação à definição da metodologia, e consciente de que um trabalho de investigação pode ser condicionado por características metodológicas específicas, por opções deliberadas e também por circunstâncias que por vezes nos são alheias e que não podemos controlar, tive a preocupação de definir uma abordagem que garantisse rigor no tratamento da informação, bem como permitisse valorizar o conhecimento obtido durante o estágio no Diário do Minho.

Dada a escassez de dados de natureza quantitativa, e ainda que conhecedora das dificuldades e limitações de uma metodologia de índole qualitativa, vi-me impelida a optar por este meio de análise.

Segundo Steubert e Carpenter (1999), este método reporta-se essencialmente a um relatório sob a forma de narrativa, que está dependente do contexto, onde o investigador é parte integrante do processo. Trata-se ainda de um estudo do tipo descritivo (Bogdan e Biklen, 1994), que será sustentado na análise documental e análise de conteúdo.

De acordo com Chaumier, a análise documental refere-se a uma *«operação ou um conjunto de operações visando representar o conteúdo de um documento sob uma forma diferente da original, a fim de facilitar num estado ulterior a sua consulta e referência»* (cit. por Bardin, 1994: 45). O método tem como principal objectivo dar forma adequada e representar convenientemente a informação contida num documento original, através de procedimentos de transformação, com o propósito de armazenar e possibilitar a recuperação ulterior da informação obtendo-se o máximo de informação (aspecto quantitativo), com o máximo de pertinência (aspecto qualitativo).

A análise de conteúdo, por sua vez, foi pela primeira vez definida no final dos anos 40, pela mão de Berelson e Lazarsfeld, que a descrevem como *«uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objectiva e sistemática do conteúdo manifesto da comunicação»* (cit. por Bardin, 1994: 18). Várias tentativas de aprimoramento se lhe seguiram, aprofundando o significado, regras e princípios do método. Essencialmente, a análise de conteúdo é hoje uma técnica utilizada com o propósito de *«captar o conteúdo manifesto dos textos por meio de uma identificação dos temas significativos que aparecem no corpus (conjunto de textos ou de material considerado como relevante para a análise desejada)»* (Cordeiro, 2004: 26).

A análise documental e análise de conteúdo serão utilizadas, essencialmente, para caracterizar o contexto a ser investigado.

Ambos os métodos serão complementados com a informação recolhida através de entrevistas presenciais informais ao chefe de redacção, Damião Pereira, e ao director do jornal Padre José Miguel Pereira, a 21 de Janeiro de 2009.

A entrevista, enquanto método de recolha de dados, tem a flexibilidade suficiente para que o entrevistador saiba gerir da melhor forma possível os dados que vai recolhendo, permitindo-lhe ainda direccionar directamente as questões para a matéria que é alvo do seu estudo. Neste caso concreto, a entrevista teve como grande finalidade o esclarecimento de dúvidas quanto aos métodos de trabalho dentro do DM, já que a informação contida nos seus princípios editoriais é escassa e restavam ainda inúmeras questões sem resposta.

Por último, mas não menos importante, será considerada a experiência pessoal vivida durante os três meses de estágio no Diário do Minho. As rotinas dentro do jornal, a análise da forma como são tratadas as mais variadas informações que chegam às mãos dos jornalistas, as estratégias quotidianas de trabalho e diversos outros aspectos da vida da redacção serão alvo de observação cuidada.

### 3. CONTEXTUALIZAÇÃO

#### 3.1. JORNALISMO CULTURAL – CONTRIBUTOS PARA UMA REFLEXÃO

Vulgarmente, tem-se convencionado como Jornalismo Cultural uma especialização que nasce da necessidade da imprensa de atender um público segmentado e de tratar determinados temas com maior profundidade, tal como acontece noutras secções do jornalismo como política, economia, desporto e outras. Sobre a sua origem, um marco inicial parece ser consenso para diversos autores – a revista diária *The Spectator*, surgida em 1711. O grande objectivo desta revista era o de fomentar a discussão sobre o lançamento de obras artísticas e filosóficas a partir de ensaios e críticas. Daniel Piza associa o seu surgimento ao crescimento dos centros urbanos: «*a Spectator – portanto o jornalismo cultural, de certo modo – nasceu na cidade e com a cidade. [...] A Spectator dirigia-se ao homem da cidade, “moderno”, isto é, preocupado com modas, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltando diante das mudanças no comportamento e na política. A sua ideia era a de que o conhecimento era divertido, ao invés da actividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam*» (Piza, 2003: 12).

Outras publicações de cariz cultural terão surgido também no século XVIII, em França, associadas a uma série de panfletos literários e revistas sobre música dirigidas essencialmente para o público feminino. Depois disso, o Jornalismo Cultural não terá parado de crescer e se expandir um pouco por todo o mundo, reflectindo o profundo processo de socialização e diversificação cultural deflagrado pela imprensa de Gutenberg em meados do século XV (Rivera, 2003).

Hoje, o seu recorte temático vai hoje muito além, ou pode ir muito além, da divulgação dos produtos da chamada “sétima arte”, ou então da difusão do entretenimento.

O Jornalismo Cultural não é uniforme nem de fácil compreensão; pelo contrário, pertence a um campo demasiado extenso e heterogéneo (Rivera, 2003). As concepções sobre o mesmo têm vindo a misturar-se de forma quase permanente e a dificultar a sua análise, por motivos vários. Destes, Basso (2005) destaca três: em primeiro lugar, porque o termo diz respeito a noções que envolvem alguma discórdia na sua definição,

quer a nível jornalístico quer a nível cultural. Em segundo, pela confusão que muitos fazem ao considerar apenas como Jornalismo Cultural a divulgação da chamada cultura erudita, deixando de lado muitas outras manifestações culturais. Por fim, muitos entendem o Jornalismo Cultural como um espaço público de produção intelectual, considerando que nem jornalismo é.

Do mesmo modo, Silva (2007) conclui, com base nos escritos de Nestrovski e Gadini, que o Jornalismo Cultural é de difícil consenso porque traz consigo cargas semânticas de duas áreas muito específicas: o jornalismo e a cultura. Estas acarretam, em si mesmas, demasiadas complicações conceituais, que retardam a busca por uma definição conclusiva. A jornalista refere-se ao Jornalismo Cultural como apresentando, em rigor, *«uma contradição em termos»* (2007:1), explicando que essa lógica reside no facto de que *«no Jornalismo Cultural existe numa tensão entre o contingente (o efêmero e quotidiano, próprio do jornalismo) e o permanente (mais duradouro, próprio ou geralmente associado ao universo da cultura)»* (Gadini, 2005, cit. por Silva, 2007: 1).

No que ao jornalismo diz respeito, esta é uma definição que é motivo de permanente controvérsia, suscitando um sem número de discussões inconclusivas. A literatura sobre o assunto propõe várias respostas. Alexandre Freire (1998), analisando o trabalho de vários autores, conclui que as definições de jornalismo se articulam em torno da ideia de verdade – jornalismo seria então uma prática social mediadora entre os eventos que ocorrem no nosso dia-a-dia, no mundo, e o público, que tem deles uma leitura, um entendimento, a partir dos factos divulgados pela imprensa. Tais factos representariam a verdade, na medida em que estabeleceriam umnexo entre as palavras e as coisas. No entanto, convém não esquecer que esses factos são produto de uma natureza simbólica, que surge a partir da intervenção do jornalista no mundo.

Carlos Chaparro (2008) partilha com os demais a ideia de complexidade na definição, mas lança novas premissas para o entendimento do jornalismo. De acordo com o luso-descendente, o jornalismo tem a ver com a vida, *«porque aquilo que é notícia só é notícia porque tem algum potencial de transformar a realidade. Então o jornalismo não lida com o efêmero, o jornalismo lida com a transformação»*<sup>2</sup>. Chaparro crê que as notícias de amanhã reflectirão inevitavelmente os efeitos das notícias de hoje, numa espécie de ciclo, motivo pelo qual o jornalismo está enraizado como *«ferramenta*

---

<sup>2</sup> Disponível online em <http://mediascopio.wordpress.com/2008/02/27/o-que-e-jornalismo-responde-carlos-chaparro/>

*essencial no contexto da vida, no contexto de construção da realidade, no contexto da construção do presente». Mais: no mundo de hoje nada se faz e nada de importante se diz que não seja pensado e feito para ser notícia – as coisas só se fazem hoje na medida em que são noticiadas amanhã, gerando discussões e transformações na sociedade (idem; ibidem).*

Chaparro acrescenta ainda que para se definir o jornalismo terá que se atentar nas suas três grandes dimensões: o facto de traduzir uma linguagem, com características muito particulares, com a tarefa de levar à sociedade relatos que possam ser acreditados; o facto de se constituir como um processo, na medida em que a notícia de hoje projecta os acontecimentos que amanhã serão noticiados, criando uma dinâmica intrinsecamente ligada com os processos sociais e constituindo-se ele próprio como um processo social; e o facto de ser o jornalismo um grande espaço público, um espaço de todos, indivisível, do qual todos se utilizam ou podem utilizar quer para difundir notícias, quer para captar as notícias que lhe interessam (idem; ibidem).

Paralelamente, muitas são as definições que podemos encontrar para a palavra “cultura”. De acordo com Edgar Morin, esta palavra pode ser considerada uma «*armadilha*», que ao invés de se mostrar «*firme*», é «*dúbia e traiçoeira*» (Morin, 1999: 75). Nas palavras do teórico, existem três orientações principais para o termo: o antropológico – que se opõe à natureza e engloba, portanto, tudo o que não depende do comportamento inato e tudo o que é dotado de sentido; o etnográfico – que reagrupa crenças, ritos, normas, valores e modelos de comportamento que se perpetuam de geração em geração; e o das humanidades – que se refere a um sentido residual ou restrito e que, historicamente, centra a cultura nas humanidades clássicas e no gosto literário-artístico (idem; ibidem).

Lull (1995: 70), por sua vez, define a cultura como fruto de um processo de aprendizagem pessoal, afirmando que não adquirimos competências culturais apenas imitando os nossos pares, no ambiente em que se movem. O autor cita Bourdieu, que descreve o subtil processo de aprendizagem sociocultural com base numa bem conhecida metáfora do mundo do desporto: ele acredita que os hábitos culturais se desenvolvem de forma semelhante à forma como os atletas adquirem conhecimento e estratégia no desporto, através do seu “*feeling for the game*” (idem; ibidem).

Acrescenta ainda que a «*cultura surge de dentro das pessoas, não é algo que lhes seja dado*» (Lull, 1995: 72, tradução pessoal). Com efeito, «*todos nós produzimos cultura*», acrescenta (*idem; ibidem*).

Raymond Williams (1962) define sucintamente a cultura como «*uma forma de vida*» (cit. por Lull, 1995: 65, tradução pessoal), moldada por valores, tradições, crenças, bens materiais e determinado território. A cultura traduz um movimento complexo e dinâmico de pessoas, coisas, palavras opiniões, actividades e configurações que intervêm na rotina da comunicação e interacção social. A cultura é contexto. É a forma como falamos e vestimos, os alimentos que consumimos e o modo como os preparamos, os deuses que inventamos e os cultos que lhes prestamos, a forma como dividimos o nosso tempo e espaço, o modo como dançamos, os valores em que socializamos as nossas crianças, é o conjunto de todos os outros detalhes que compõem a vida quotidiana. A perspectiva sobre a cultura implica que nenhuma cultura é inerentemente superior a qualquer outra e que a riqueza cultural jamais pode derivar de qualquer superioridade económica. Encarar, hoje, a cultura como a vida quotidiana é, simplesmente, uma ideia firmemente democrática. (Lull, 1995: 66).

Deste modo, pode afirmar-se que hoje, no que ao Jornalismo Cultural diz respeito, e de uma forma global, «*o novo media é o Homem*» (Cádima, 1999: 9) e tudo o que ele move e faz mover.

Será, contudo, com base nas definições de cultura teorizadas por Morin que Rivera (2003: 9) entende o Jornalismo Cultural, considerando-o como um campo em que estão inseridos os sentidos de cultura antropológica e cultura das humanidades clássicas. No seu livro *El periodismo cultural* podemos encontrar uma definição abrangente para a área em discussão: «*[o Jornalismo Cultural é] uma zona muito complexa e heterogénea de meios, géneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou de divulgação os terrenos das “belas artes”, das “belas letras”, as correntes do pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que têm a ver com a produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem se importarem com a sua origem ou destino*» (Rivera, 2003: 19, tradução pessoal).

O autor considera ainda que o recorte temático depende da abrangência do projecto editorial, razão pela qual esta definição, ao invés de restringir o campo, o amplia: «*o melhor jornalismo cultural é aquele que reflecte lealmente as problemáticas*

*globais de uma época, satisfaz demandas sociais concretas e interpreta dinamicamente a criatividade potencial do homem na sociedade (tal como se expressa em campos tão variados como das artes, das ideias, das letras, das crenças, das técnicas etc.), apelando para ele» (Rivera, 2003: 19, tradução pessoal).*

Na mesma linha de pensamento, Silva (2007: 2) afirma que será nas configurações sociais que devemos procurar justificações para definir e explicar o estado do Jornalismo Cultural em cada momento. «*[Devemos] entendê-lo como espaço crítico da realidade artística, mas também de outras realidades*», afirma. Este pensamento justifica-se ainda mais pelo facto de o jornalismo em si mesmo ser já uma actividade cultural de uma determinada época.

Gadini (2004, cit. por Silva, 2007: 1), por sua vez, associa ao Jornalismo Cultural os mais diversos produtos e discursos mediáticos, orientados pelas características tradicionais do jornalismo (actualidade, universalidade, interesse, proximidade, difusão, objectividade, clareza, dinâmica, singularidade, etc.) e que ao pautar assuntos ligados ao campo cultural, instituem e reflectem novos modos de pensar e viver dos receptores, efectuando assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde o mesmo é produzido, circula e é consumido.

Relativamente à segunda premissa em reflexão, encontramos à cabeça do problema a chamada cultura erudita em contraponto com a cultura de massa e a própria cultura popular. Neste ponto, o “calcanhar de Aquiles” está no facto de muitos considerarem como cultura apenas a cultura erudita, pertencente à chamada classe letrada, proporcionada em grande parte através do sistema educacional e entendida como algo difícil e inatingível às massas (Basso, 2005).

Pierre Bourdieu (2004) oferece elementos importantes para o entendimento da produção, circulação e consumo dos bens culturais pela definição de um campo simbólico que se apresenta a partir de duas vertentes – o da produção erudita e o da produção da indústria cultural – , considerando que o que distingue e diferencia os campos é a quem se destinam os bens culturais produzidos.

De acordo com o sociólogo, o campo da produção erudita, formado por “produtores-consumidores” de obras de arte, destina-se aos seus pares, enquanto o campo da indústria cultural se destina à população em geral e se fundamenta nos imperativos da concorrência pela conquista do mercado. Dessa forma, a estrutura do

produto decorre das condições económicas e sociais de sua produção (Bourdieu, 2004: 105).

Ferreira Gullar oferece-nos também alguns elementos de análise nesta área, ao criticar aqueles que defendem um carácter puramente estético para arte e defendendo a arte como um veículo de consciencialização do público, numa visão construtiva da sociedade. Ao considerar o ideal de arte como aquela capaz de ser veículo de consciencialização, defendeu a aproximação e o acesso à mesma pelas massas, colocando-se criticamente diante dos artistas que consideravam uma «*ofensa à arte e à cultura “baixar” a qualidade da obra com o propósito de atingir um público mais amplo*» ([Gullar, Art. Revista *Senhor* (jun./jul./1963: 19)], cit. por Basso, 2005).

Eliane Basso (2005: 2) vai ainda além ao proclamar que «*se por Jornalismo Cultural fosse entendida apenas a veiculação do gosto artístico-literário, deveria, então, ser chamado de Jornalismo de Artes*».

O Jornalismo Cultural passa, assim, a ter hoje a seu cargo o estabelecer de pontes entre o público e os criadores, nas diferentes áreas de criação, que podem contribuir para instituir novas metas e ser vector de mudança a nível socio-cultural ([Gullar, Art. Revista *Senhor* (jun./jul./1963: 19)], cit. por Basso, 2005).

Vargas (2004) conclui, assim, que a passagem do tempo imputou ao Jornalismo Cultural novas dinâmicas e alterou as suas formas de abordagem e cobertura, bem como transformou os assuntos tratados nas redacções das publicações da área. Se antes tratar de cultura era discutir eminentemente literatura, teatro, artes plásticas e música erudita, quase que nesta ordem de importância, actualmente novas linguagens e campos estéticos foram colocados na senda cultural. Primeiro, foram incorporados o cinema e a música popular. Actualmente, os órgãos de comunicação não devem prescindir de cobrir eventos ligados à arquitectura e ao *design*. A gastronomia, a televisão e o comportamento também foram elevados ao patamar de pautas culturais, em boa medida pela ampliação da visão da cultura aos objectos de produção simbólica na sociedade.

Assim, podemos concluir que historicamente o Jornalismo Cultural se desenvolveu a partir da ideia da produção voltada para a cultura erudita, tendendo a mostrar a cultura como algo “superior”, sofisticado e formal, destinada a uma minoria de conhecedores e logrando certo prestígio dentro deste público. No entanto, essa visão tem vindo a ajustar-se ao longo do tempo, conduzindo a um conjunto de padrões que

tenta difundir os patrimónios culturais do conhecimento em esferas variadas, abrangendo, além das “belas letras” e das “belas artes”, os modos de vida, os sistemas de valores, as tradições e as crenças, e ajustando-se ao campo da produção de bens simbólicos (Basso, 2005).

Por fim, entramos na terceira parte desta reflexão: a de ser o Jornalismo Cultural um espaço público de manifestação da produção intelectual que muitas vezes não chega a ser compreendido como jornalismo.

De acordo com Samuel Winch (1997), este será precisamente um dos maiores, senão mesmo o maior, riscos no Jornalismo Cultural: onde está o limite entre a notícia e a opinião?

Com efeito, a produção textual neste âmbito extrapola não raras vezes o carácter noticioso, uma vez que organiza o texto de forma mais analítica, interpretativa e crítica – e subjectiva, portanto. Para Bourdieu (1997: 111), estas produções situam-se por vezes *«num campo incerto entre o campo jornalístico e os campos especializados (literário, filosófico ou outro)»*, fazendo com que esses *«intelectuais-jornalistas»* acabem por exercer dois efeitos principais: *«[...] de um lado, fazer adoptar formas novas de produção cultural, situadas num meio-termo mal definido entre o esoterismo universitário e o esoterismo jornalístico; de outro, impôr, em especial através dos seus julgamentos críticos, princípios de avaliação das produções culturais que, conferindo a ratificação de uma aparência de autoridade intelectual às sanções do mercado e reforçando a inclinação espontânea de certas categorias de consumidores à alodoxia, tendem a reforçar o efeito de índice de audiência ou lista de best-sellers sobre a recepção dos produtos culturais e também, indirectamente e a prazo, sobre a produção, orientando as escolhas (as dos editores, por exemplo) para produtos menos requintados e mais vendáveis»* (idem, *ibidem*).

Outros ainda consideram que, de modo mais frequente do que seria desejável, *«o excesso de publicação de textos de opinião exemplifica de alguma maneira uma espécie de demissão do jornalismo meramente informativo sobre as matérias»* (Cádima, 1999: 18), comprometendo o jornalismo na sua essência.

Para Olavo de Carvalho, a matéria afigura-se bem mais simples, ao entender o Jornalismo Cultural como sendo, simultaneamente, um reflexo jornalístico da criação cultural e ele mesmo um tipo de criação cultural. O filósofo considera que este deve, como aliás qualquer outro tipo de jornalismo, responder a duas ordens de exigências,

simultâneas e ambas igualmente legítimas: as exigências da produção jornalística (prazos, princípios editoriais, etc.) e as exigências do seu assunto (no caso, a cultura em geral), sem as quais se desvirtualiza ou mesmo deixa de existir (Carvalho, pág. oficial do autor, acesso em 26-02-2009).

### 3.2. O JORNALISMO CULTURAL NA SOCIEDADE PORTUGUESA CONTEMPORÂNEA

O Jornalismo Cultural ocupa um papel importante na imprensa nacional. Actualmente, para além das secções destinadas ao comentário e à crítica da produção intelectual e artística existentes, e para além dos chamados “cadernos de cultura”, também voltados para a cobertura noticiosa e para a análise dessas actividades, são múltiplas as revistas especializadas em diversos sectores de produção cultural que estão presentes nas bancas. Ao contrário do que se tem dito a respeito de uma grave crise na imprensa, que se traduziria no desaparecimento ou diminuição drástica das publicações tradicionais, as manifestações jornalísticas especializadas na cobertura de eventos culturais, na sua avaliação e na reflexão em torno de tendências da arte e do pensamento contemporâneo, mostram-se bastante intensas e numerosas e, em alguns casos, com sustentação material de razoável consistência (Faro, 2006).

No entanto, há quem defenda que o Jornalismo Cultural vive hoje momentos algo conturbados, com origem quer na controvérsia que gira em torno da sua definição (e que acima já foi alvo de reflexão), quer pelo modo como é tratado nas redacções, quer em questões económico-financeiras (Vargas, 2004).

De acordo com Olavo de Carvalho, um dos aspectos que vem consolidar a crise “existencial” vigente no Jornalismo Cultural de hoje prende-se com o facto de, a dada altura, os critérios jornalísticos gerais terem começado a predominar sobre as exigências específicas da área da cultura, considerando-se que qualquer repórter deveria ser capaz de trabalhar matérias culturais (Carvalho, pág. oficial do autor, acesso em 26-02-2009).

O filósofo relembra que, nos primórdios do Jornalismo Cultural, não havia agenda, excepto para uma ou duas matérias; para o resto, constituía-se um corpo de colaboradores especializados, cada qual capaz de acompanhar as novidades no seu próprio sector. Actualmente, adoptou-se nas páginas culturais a medida padrão das restantes notícias, muitas vezes em forma de “breves” porque se destinam a um público que supostamente não gosta de ler, desvirtualizando o género jornalístico (*idem; ibidem*).

Olavo de Carvalho acredita que os suplementos culturais de hoje assinalam, enfim, uma usurpação da cultura pela classe jornalística, fazendo com que o Jornalismo

Cultural se torne apenas «*jornalismo geral de assunto cultural*» (*idem; ibidem*), perdendo o que lhe é específico, comprometendo a credibilidade do público, arriscando mesmo a sua sobrevivência.

Os processos contemporâneos do jornalismo e as publicações na área da cultura têm ainda vindo a ser afectados pelo crescimento do público interessado nesta produção simbólica. Muito mais pessoas abrem um jornal ou revista ou acedem a um site para saber a que espectáculo ou apresentação poderão assistir, que disco ou livro poderão comprar, que concerto ou exposição lhes agrada mais. Este público, cada vez mais heterogêneo, força as redacções destas publicações e os programas de televisão e de rádio a adaptar as linguagens (texto e edição gráfica, áudio e imagem) a essa multiplicidade de leitores e leituras, podendo colocar em risco o Jornalismo Cultural na sua essência (Vargas, 2004).

Já no que diz respeito ao aspecto sócio-económico, Vargas estima que alguns dos sintomas do estado actual do Jornalismo Cultural tenham a ver com sua permanente sujeição aos ditames da lógica mercantil no capitalismo, visível na incorporação da dinâmica da publicidade e no consumo/ leitura imediatos (*idem, ibidem*).

Para além disso, os meios de comunicação tradicionais têm vindo a «*sofrer um processo de rápida mutação devido à convergência que se está a operar entre diferentes áreas tecnológicas, de conteúdos e de negócio, e entre os meios clássicos e os seus híbridos*» (Cádima, 1999: 109).

Estes aspectos têm originado um forte processo de segmentação que leva as publicações a especializarem-se em áreas limitadas, voltadas para um público cada vez mais restrito e que consome com seriedade esse tipo de informação temática detalhada. São os casos de sites ou revistas que tratam de temas específicos, como música, cinema, moda, etc.

Globalmente, Vargas (2004) considera que a diminuição dos espaços para crítica, a superficialidade das agendas, a presença constante dos esquemas de divulgação de assessorias, a ampliação e variedade de temas tratados sob o guarda-chuva da cultura e o crescimento e a segmentação do público conduzem à ideia de que o Jornalismo Cultural sofre uma lenta agonia.

Procurando contrariar esta tendência, Daniel Piza dá as famosas “dez dicas” para um bom jornalista cultural que, em resumo, se atém às grandes máximas do jornalismo: cuidados com as fontes, com a criatividade das agendas e com o texto (Piza, 2003: 86-

88) – receita aparentemente óbvia, mas importante de ser pensada e colocada em prática nestes tempos de mudanças e interrogações.

Em jeito de conclusão, talvez possamos assim afirmar que actualmente um bom texto sobre temas culturais deve preservar todas as características do bom texto jornalístico - clareza, coerência, agilidade. Além disso, não pode deixar de informar o leitor acerca do que é a obra ou o tema em debate, resumindo a sua história, contexto de aparecimento, quem são o autor e protagonistas, etc. Mas o que o destacará de facto é a capacidade de ir além do objecto analisado, de o usar para uma leitura de algum aspecto da realidade (Carvalho, pág. oficial do autor, acesso em 26-02-2009).

### **3.2.1. O Jornalismo Cultural no Diário do Minho**

O Diário do Minho assume-se, nos seus princípios editoriais, como uma *«publicação [...] de informação geral, [...] ao serviço de uma informação o mais possível verdadeira e objectiva, diversificada e completa»* (Fonte: *As Leis da Redacção do Diário do Minho*<sup>3</sup>). Deste modo, o espaço que devota às notícias de cariz cultural é gerido do mesmo modo do que para todas as outras notícias, de acordo com critérios de noticiabilidade.

Em relação aos textos de Jornalismo Cultural actual publicados, na redacção do DM verifica-se aquilo que Piza (2003) considera, precisamente, os três grandes pontos negativos nesta área. Primeiramente, uma inevitável ligação às agendas culturais, com destaque para a cidade de Braga mas abrangendo também, de um modo global, todas as outras cidades da região do Minho. Assim, a proximidade de um evento é o pré-requisito para uma notícia. Quando se aproximam vários eventos, não raras vezes se privilegia aquele que será mais bem sucedido no mercado ou mais relevante intelectualmente. Do mesmo modo, são noticiados eventos passados, com o grau de destaque a ser condicionado pela importância social da efeméride e, sobretudo, pela presença de figuras públicas.

Por outro lado, e muitas vezes dada a escassez de espaço ou a existência de outras matérias de maior relevo, muitas notícias correm o risco de se confundirem com

---

<sup>3</sup> Disponível online em <http://www.diariodominho.pt/Estatuto.php>

a própria publicidade do evento – trata-se de uma espécie de *release* reproduzido no jornal. Isto acontece essencialmente devido à escassez de recursos humanos, que condiciona o tempo para um trabalho de pesquisa mais aprofundado.

Um terceiro aspecto a salientar é a marginalização da crítica dentro do espaço dessas notícias, pois quando há algum tipo de análise esta revela-se quase sempre superficial e sem grande fundamentação.

Por aqui podemos perceber que, não obstante o jornal se afirme como «*acima dos interesses particulares*» e não privilegiando ninguém, procurando, «*ser a voz dos sem voz*», as fontes de informação vão assumir no DM um papel de relevo, situação que adiante se analisará.

### 3.3. A CRESCENTE PROFISSIONALIZAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DO JORNALISMO CULTURAL

As fontes jornalísticas englobam um conjunto de pessoas, entidades e documentos que fornecem informações aos jornalistas, com o objectivo de fazer chegar determinados acontecimentos ao conhecimento do grande público: *«se há notícias isso deve-se, em grande medida, ao facto de haver quem queira que certos factos sejam tornados públicos»* (Gomis, cit. por Pinto, 1999: 3). As informações que chegam até nós são o resultado de processos organizacionais e de interacção humana, suportando-se nos métodos usados pelos jornalistas na recolha de notícias: fontes que contactam e por quem são contactados, exigências organizacionais, recursos e políticas das instituições em que trabalham, géneros noticiosos e suas convenções.

No decorrer dos últimos anos, o jornalismo tem vindo a deparar-se com um crescente processo de profissionalização das fontes jornalísticas (Pinto, 1999: 2), que passam a estar ao serviço de empresas ou outras entidades que consideram que a relação com os *media* constitui a forma mais eficaz de comunicar com públicos extensos e dispersos. Portugal conheceu este fenómeno com especial destaque a partir da segunda metade dos anos 70, e apesar de insuficientemente estudado, ele é visível na multiplicação de instituições e serviços, na visibilidade de vários dos seus profissionais, no associativismo e nas publicações (Monteiro, 2007).

De acordo com Manuel Pinto (1999: 2), as fontes remetem actualmente para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente bem definidos. Em suma, as fontes a que os jornalistas recorrem ou que procuram os jornalistas são entidades interessadas, quer dizer, estão implicadas e desenvolvem a sua actividade a partir de estratégias e com táticas bem determinadas, perseguindo objectivos concretos.

Estas fontes, muitas vezes na forma de relações públicas ou assessorias de imprensa, vão assumir, assim, um papel intermediário entre as associações que representam e o grande público, situando-se, muitas vezes, no ponto de cruzamento entre interesses divergentes. Deste modo, têm vindo a delinear estratégias que lhes permitam estabelecer relações de confiança entre as entidades que representam e os *media*, que podem resumir-se em quatro aspectos soberanos: 1) informar sem perder de

vista os objectivos da empresa; 2) estabelecer uma via única e sempre aberta de comunicação com os jornalistas; 3) colaboração ágil e eficaz quando solicitada; 4) veracidade e transparência (Grunig & Hunt, 2000).

Este facto não é alheio aos jornalistas, tal como afirma a jornalista Isabel Oliveira em crónica publicada no jornal *Expresso*: «Os jornalistas passaram a lidar com uma nova categoria de fontes de informação: as empresas de assessoria mediática e consultoria, constituídas maioritariamente por ex-jornalistas, agora espécie de intermediários a quem cabe cozinhar as notícias, gerir o “timing” da sua divulgação e escolher o órgão de informação mais adequado consoante os públicos-alvo» (*A arte do lobbying*, In *Expresso*, 18-11-2000).

Assim, cedo se pôde perceber que nesta “nova era” do jornalismo as fontes de informação e os jornalistas entram numa espécie de jogo em que se apresentam simultaneamente como parceiros e adversários, defendendo objectivos comuns mas também interesses antagónicos (Santos, 2006). A verdade é que assistimos actualmente a uma espécie de interacção entre as fontes, que o jornalista pode conduzir como se fosse “árbitro”, mas não é menos verdade que se verifica em simultâneo uma interacção entre jornalistas que a fonte procura gerir, fornecendo informação controlada (*idem, ibidem*).

Perante este cenário, Manuel Chaparro (cit. por Pinto, 1999) considera que a institucionalização e crescente profissionalização das fontes de informação reformula e questiona o papel do jornalista enquanto mediador exclusivo entre os acontecimentos e o público, ameaçando a própria autonomia do discurso jornalístico uma vez que o torna “cúmplice” de uma agenda que muitas vezes não é construída pelos jornalistas, mas imposta pelas fontes.

Também Gabriel Garcia Marquez (El País, 1995) encara com desconfiança esta nova relação entre fontes e jornalistas, considerando que o jornalista deve duvidar de tudo – desconfiar das fontes e muito mais de uma só fonte. O experiente jornalista considerava então, há mais de uma década atrás, que o pior do seu [dos jornalistas] ofício é que eram instrumentos das fontes.

Pedro Garcia Rosado (1986), em crónica publicada no *Expresso*, vai ainda mais longe ao afirmar que esta nova vaga de fontes profissionais é claramente capaz de manipular os jornalistas, condicionando todo o seu trabalho: as fontes são contratadas precisamente por saberem como se fazem notícias, como se inventam notícias, como se

pode publicar o que não é verdade, como se dilui a verdade, como se deixa de publicar a verdade, como se leva um jornalista a escrever o que não quer, como se leva um jornalista a escrever mais do que quer.

Face a esta nova realidade, parece haver uma conclusão unânime: este processo tem vindo a colocar seriamente em causa a neutralidade e transparência do jornalismo enquanto acto de informar fidedignamente. Cabe, desta forma, ao jornalista a decisão de pautar o seu trabalho pelos princípios éticos e morais que o exercício da profissão lhe impõe, cabendo-lhe ainda a obrigação de contextualizar a informação que transmite, o que pressupõe um certo sentido crítico e algum distanciamento da construção da notícia – algo que tem vindo a ser esquecido pela crescente hegemonia do jornalismo de cariz essencialmente sensacionalista. (Lopes, 1999).

### **3.3.1. As Fontes no Jornalismo Cultural**

À semelhança do que acontece no jornalismo de um modo global, também no Jornalismo Cultural se tem vindo a assistir a uma crescente profissionalização das fontes de informação. No entanto, este campo oferece algumas particularidades, muito por culpa da evolução do conceito de cultura já analisado.

Com efeito, falar de cultura hoje é um exercício muito diferente do que se fazia há alguns anos ou algumas décadas. Actualmente, e paralelamente ao “alargamento” do conceito, a cultura é para muitos um grande negócio; há investimentos que geram empregos, empresas que disputam um mercado e uma crescente profissionalização. Como em qualquer sector da economia, há funções para as quais é fundamental uma formação sólida, e em termos de demanda, determinado público com poder aquisitivo acima da média nacional consome, em relativa quantidade, produtos com alto valor simbólico agregado (Monteiro, 2007).

Por isso, hoje existem assessorias que procuram “vender” – no bom e no mau sentido da palavra – os seus eventos ou produtos culturais. Muitos acontecimentos e produtos desse campo são pensados conforme sua divulgação em canais – especializados ou não – a públicos – segmentados ou não – usando uma linguagem também adaptada a essas estruturas. Criaram-se profissionais competentes para tais

actividades, que usam não raras vezes os jornalistas como intermediários entre as instituições que representam e esses públicos (*idem, ibidem*).

Deste modo, se até há bem pouco tempo o jornalismo não sofria influência do mercado e não era pressionado a publicar determinadas informações, hoje deparamo-nos com a presença constante de uma actividade jornalística impelida a transmitir, de forma objectiva e clara, dados de utilidade prática ao leitor a respeito de algo que aconteça na área cultural, como divulgação dos eventos/ locais, preços de bilhetes, horários, duração do evento, etc.

O jornalismo cultural tornou-se, em parte, movido pela dinâmica do mercado artístico e pela sua estrutura de lançamentos e distribuição. Mas, ao mesmo tempo, não há como negar essa força do mercado, pois, como afirma a jornalista Ana Maria Bahiana (2004), sem ele não existiria a energia básica que propela o jornalismo cultural.

Portanto, no que diz respeito ao Jornalismo Cultural, cremos que o mais importante é não confundir um «*jornalismo superficial, preguiçoso e redundante*», que apenas publica o que as fontes divulgam, com outro mais sério e consequente que desenvolve o trabalho realizado, pluraliza os pontos de vista e os repercute com fontes de prestígio e opiniões consistentes. De acordo com Monteiro (2007), a redundância que encontramos hoje nos cadernos de cultura é, ao invés do que a maioria pensa, muito mais o exercício enganoso do jornalismo do que simplesmente um possível efeito nocivo da acção das assessorias. O trabalho destas, quando bem executado e bem recebido nas redacções, só tende a qualificar o Jornalismo Cultural.

### 3.4. O PAPEL DA IMPRENSA REGIONAL NO PORTUGAL CONTEMPORÂNEO

Não obstante as várias opiniões ou discussões permanentemente geradas em torno do conceito de imprensa regional no nosso país, ele é legalmente definido pelo Estatuto da Imprensa Regional (Decreto-Lei n.º 106/88 de 31 de Março), que considera como *«imprensa regional todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redactorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes e não estejam dependentes, directamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico»* (artigo 1.º). Este conceito viria a ser simplificado onze anos depois, com a Lei de Imprensa a considerar as publicações de âmbito regional como as que *«pelo seu conteúdo e distribuição se destinem predominantemente às comunidades regionais e locais»*.

Antes disso, a Lei da Imprensa de 1971 definia como imprensa regional as publicações periódicas não diárias que tivessem como principal objectivo *«divulgar os interesses de uma localidade, circunscrição administrativa ou grupos de circunscrições vizinhas»*. Esta designação viria ainda a ser alterada pela Lei de Imprensa de 1975, que apenas se refere à imprensa regional por exclusão de partes: *«as publicações periódicas podem ser de expansão nacional e regional, considerando-se de expansão nacional as que são postas à venda na generalidade do território»*.

De entre todos estes diplomas, o Estatuto da Imprensa Regional é o que se afigura como mais significativo para o sector, uma vez que reconhece legalmente a sua importância.

Como complemento à legislação, Pedro Coelho (2003)), define os meios de comunicação regionais como todos aqueles que se *«dirigem a uma comunidade humana de tamanho médio ou pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência quotidiana, às suas preocupações e aos seus problemas, ao seu património linguístico, artístico, cultural e à sua memória histórica»* (cit. por Ribeiro, 2006: 3).

Ao longo da sua existência, a imprensa regional em Portugal tem-se mostrado bastante peculiar, tendo sido *«quase sempre vista, por um lado, como intocável e, por*

*outro, como algo de menor e sem estatuto», tal como refere o antigo secretário de Estado Feliciano Barreiras Duarte (2005, cit. por Ribeiro, 2006: 3).*

Francisco Rui Cádima (1999: 18) considera também que Portugal é, no que à imprensa regional diz respeito, *«um caso à parte»*. O professor sustenta que no nosso país os *«meios de comunicação locais e regionais são muito embrionários (ou no caso da imprensa regional dependem maioritariamente da Igreja Católica) ou laterais mesmo em relação à sua função social, caso dos media locais»*. Admite, no entanto, que os meios de cobertura nacional também *«não cumprem minimamente a sua função de representantes das pulsões regionais, comunitárias e locais, no plano social e político»*, extravasando mesmo *«as suas competências no plano de opinião e esquecendo o essencial – a informação» (idem; ibidem).*

Pedro Coelho afirma, de igual modo, as suas reticências e as suas dúvidas acerca das potencialidades da imprensa regional, pelo menos no actual contexto: *«enquanto o jornalismo regional em Portugal continuar refém de um conjunto de marcas negativas que o tornam anacrónico, pesado e ineficaz, dificilmente poderá afirmar-se como pilar do espaço público» (2003: cit. por Ribeiro, 2006: 5).*

Não obstante, assistiu-se nas últimas duas décadas a uma cada vez maior *«revalorização do papel da imprensa regional e local, nomeadamente enquanto instrumento privilegiado de manutenção ou reactivação de formas de comunicação pré-industriais, alternativas aos modelos de comunicação massificados» (Camponez, 2003: 74-75).*

Este facto é sustentado no Estatuto da Imprensa Regional, que considera que *«a imprensa regional desempenha um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do mundo»*. Para além disso, este sector tem-se afirmado, muitas vezes, como *«o único veículo de publicitação das aspirações a que a imprensa de expansão nacional dificilmente é sensível»*.

Na mesma linha de pensamento, Nobre Correia (1996) exalta a imprensa regional, apontando o dedo às publicações nacionais: *«(...) os grandes diários portugueses continuam a ser, antes do mais, jornais de Lisboa ou do Porto. Jornais que pouca importância dão ao que se passa para além das áreas urbanas destas duas*

*idades. Jornais incapazes de reflectir o palpitar da vida quotidiana das gentes das cidades e das aldeias da “provincia”. Uma provincia que, desde logo, pouco se interessa por tais jornais (...)*».

Em oposição, a imprensa regional caracteriza-se por um jornalismo de proximidade, pelas “notícias-de-ao-pé-da-porta” que escapam à grande imprensa generalista e que lhe garantem reconhecidos e invejáveis índices de fidelização de leitores, pelo seu rosto humanizante e próximo do país real (Correia, 1996).

Para além disso, no mundo globalizado, a imprensa regional tem vindo a constituir-se como factor essencial de preservação das identidades, bem como factor de enraizamento ao ligar as comunidades à sua terra de origem.

Carlos Camponez (2002: 20) sublinha ainda que a especificidade da imprensa regional reside *«na forma como trabalha, como procura e constrói essa relação de proximidade e de identificação com os seus públicos»*, o que dá origem a *«um jornalismo de proximidade, fundamentalmente comprometido com a sua região e com as suas gentes»* (Camponez, 2002: 273).

De acordo com o Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento, *«a imprensa regional desempenha [hoje] um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do mundo»*, razão pela qual apoia a criação de estruturas que contribuam para o crescimento e sustentação deste veículo de comunicação.

Num percurso não isento de obstáculos, imprensa regional mudou. De um modo global, soube modernizar-se. Adoptou modelos empresariais mais dinâmicos e adequados às novas realidades do nosso tempo. Profissionalizou-se e tornou-se um suporte informativo e publicitário de grande potencial. Por tudo isto, tem dado um contributo decisivo na promoção da coesão regional, bem como tem sido um estímulo à descentralização, factores essenciais ao desenvolvimento harmónico do país.

Estas características têm vindo a granjear o reconhecimento dos portugueses, conforme o atestam os mais recentes dados do Bareme Imprensa Regional (dados de 2006), da *Markttest*. De acordo com a sondagem, 48 por cento dos portugueses com idade igual ou superior a 15 anos, residentes em Portugal Continental, lêem títulos de imprensa regional (disponível online em

<http://www.marktest.com/wap/a/n/id~d66.aspx>), mesmo tendo a audiência de imprensa regional sofrido em 2006 uma quebra, após dois anos de crescimento.

A análise do mapa de audiências permite-nos verificar ainda que o seu comportamento não é uniforme em todo o país: os distritos de Coimbra, Castelo Branco, Santarém, Aveiro, Braga e Leiria alcançam audiências significativamente superiores à média do país. Em oposição, são os grandes centros urbanos (Lisboa e Porto) que obtêm menor audiência de títulos de imprensa regional.

Apesar de ser um dos distritos com menor percentagem de leitores de imprensa regional, é o distrito do Porto que vai à frente em número de títulos com resultados no estudo Bareme Imprensa Regional, alcançando um total de 59 títulos. Braga ocupa a terceira posição, com 43 títulos, ficando o distrito de Aveiro em segundo lugar com 54 títulos.

Um novo estudo será publicado no final de Maio deste ano, resultando de uma parceria entre a *Marktest* e *MeioRegional*.

### **3.4.1. O Diário do Minho no panorama informativo regional**

Assumindo-se desde logo como «*um jornal de informação geral, de expansão regional e de inspiração cristã*» (Fonte: “As Leis da Redacção do Diário do Minho), o Diário do Minho parece auto-incluir-se sem reservas nos parâmetros que definem os contornos da imprensa regional.

A publicação, que dedica a grande maioria do seu corpo noticioso à região do Minho, tem vindo a afirmar-se no mercado e a conquistar um crescente número de leitores, consoante demonstram os resultados de vários inquéritos e sondagens de opinião.

De acordo com dados divulgados pela central de venda de publicidade *MeioRegional*, o DM apresenta uma circulação no distrito de Braga de 4.491 exemplares diários, situando-se à sua frente apenas o nacional *Jornal de Notícias*, com 11.011 exemplares.

### 3.5. A REDACÇÃO DO DIÁRIO DO MINHO

O conceito de redacção estende-se, actualmente, muito para além do mero espaço onde se reúnem ou trabalham os jornalistas. Antes, representa uma organização complexa, estruturalmente bem definida, com características próprias, onde todos os esforços convergem para um trabalho que responda eficazmente aos princípios da instituição que se representa.

De um modo geral, cada pessoa que trabalha num órgão de comunicação tem as suas funções bem definidas, mantendo o seu emprego pelo seu valor próprio no desenvolvimento de um bom trabalho na sua área. Assim, um jornalista tem a mestria da palavra escrita, um fotógrafo tem o *knowhow* da imagem captada e o *designer* gráfico tem a competência de arrumar tudo isto numa maquete de forma eficaz e atractiva – uma página é o produto final do conjunto do trabalho de vários intervenientes. Por detrás, encontra-se uma hierarquia organizacional que, consoante as suas funções, trabalha lado a lado ou na retaguarda destes profissionais, assegurando o funcionamento harmonioso da redacção. Todos trabalham para um único “cliente”, que é o leitor.

No *Diário do Minho*, todos os jornalistas trabalham em todas as matérias, com excepção da secção de Desporto e, em parte, da de Religião. Os eventos que são anunciados pelas fontes são colocados em agenda por duas secretárias de redacção, excepto na área de Desporto, que tem uma agenda autónoma, elaborada pelo respectivo coordenador. A derradeira palavra acerca de cobrir ou não determinada iniciativa pertence ao chefe de redacção, ao editor de Desporto e ao coordenador de Religião, sendo este último o director do jornal.

Os jornalistas trabalham, portanto, tendo como suporte uma agenda diária, com temas propostos pelas fontes ou, por vezes, sugeridos por eles próprios. Como já pudemos constatar, diversas estruturas/ instituições têm vindo a desenvolver de uma maneira cada vez mais profissional um sem número de estratégias para cativar a atenção dos jornalistas, com o objectivo final de divulgar informações do seu interesse. Por isso, muitas vezes, o quotidiano da redacção não se estende muito para além disso: tratar material enviado pelas fontes e/ ou ir fazer a cobertura de acontecimentos por elas promovidos.

De acordo com estudo realizado (Ribeiro, 2006), os jornalistas do DM debruçam-se essencialmente em assuntos que partiram da iniciativa das fontes, verificando-se ainda que há fontes privilegiadas e com “lugares cativos” nas páginas do jornal, quer ligadas ao poder local, ao Governo, ao desporto ou à hierarquia eclesiástica bracarense.

O tratamento dos temas propostos pelos jornalistas cinge-se habitualmente à área de reportagem, aproveitando estes para assim fazer uso de fontes ou informações que considerem privilegiadas em determinado assunto.

#### 4. O JORNALISMO CULTURAL NAS PÁGINAS DO DIÁRIO DO MINHO

No nosso quotidiano multiplicam-se os eventos à nossa volta, mas nem todos chegam a ser notícia e nem todos chegam ao público do mesmo modo. Com efeito, estes acontecimentos isolados são permanentemente sujeitos a um processo de selecção, através de um conjunto bem definido de meios através dos quais os *media* filtram e constroem a informação.

A realidade vai, assim, sendo continuamente editada e recontextualizada, facto explicado pelo paradigma do *newsmaking*. Este pretende analisar o conjunto de critérios que definem a noticiabilidade de cada acontecimento, isto é, a sua relevância para ser transformado em notícia, bem como o modo como esta é apresentada ao público (Wolf, 2003). Dele fazem parte conceitos como o *gatekeeping*, o *framing* e *agenda-setting*, abordados em momentos anteriores e essenciais para a compreensão de todo este processo.

De um modo sumário, recordemos que a acção de agendar os temas na ordem do dia é explicado pela hipótese do *agenda-setting*, elaborada por Maxwell McCombs e Donald Shaw, que sustenta que os assuntos abordados diariamente pelos *media* são responsáveis pelas ideias a serem diariamente pensadas e discutidas pela audiência. Deste modo, a agenda mediática actuaria no estabelecimento da agenda pública (Pereira Júnior, 2000).

Por sua vez, a Teoria do *Gatekeeper*, ou *gatekeeping*, adaptada à análise comunicacional por David Manning White nos anos 50<sup>4</sup>, constitui uma das primeiras tentativas de explicação do processo de eleição das notícias. Ao longo do estudo que empreendeu, White pôde verificar que apenas dez por cento das notícias que chegam a uma redacção são aproveitadas. Concluiu, no final do seu trabalho, que o modo de selecção das notícias é arbitrário e subjectivo, sendo seleccionadas aquelas que parecem mais interessantes para o jornalista (*gatekeeper*). Concluiu ainda que os casos de interesse humano são os mais escolhidos, seguidos dos assuntos políticos. A Teoria do *Gatekeeper* seria *à posteriori* duramente criticada por apresentar uma explicação meramente psicológica para a questão das escolhas das notícias, deixando de lado os aspectos sociais. Outras se lhe seguiram.

---

<sup>4</sup> <http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=893>

Assim, a figura única e “toda-poderosa” do *gatekeeper* seria mais tarde substituída por uma hierarquia vigente nas redacções, ao mesmo tempo que se estabeleceram novos critérios para a selecção de acontecimentos, isto é, criou-se uma espécie de escala de valores que permite analisar o grau de possibilidade de um acontecimento se transformar em notícia.

Seleccionadas as notícias, o jornalista debruça-se então sobre o modo como as transmitir, como as fazer chegar ao grande público. Surge-nos assim a Teoria do *Framing* (enquadramento), que nasce pela mão de Bernard Cohen e é uma teoria que tenta representar os *media* como fonte de informação por si mesmos, ao manipular a opinião pública através da imparcialidade na construção do discurso informativo. O *Framing* é considerado uma ferramenta poderosa, na medida em que permite a utilização de critérios de interpretação e apresentação, de selecção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira (Porto, 2003). As notícias são enquadradas de modo a criar uma realidade, como se ela fosse a verdade absoluta.

No Diário do Minho, em cada dia são inúmeras as informações com ânsia de se transformarem em notícias recebidas, a maior parte delas oriundas de instituições ou associações da área de influência do jornal.

A comunicação é, actualmente, fácil e barata: a simplicidade e rapidez das actualizações, a grande interactividade possibilitada pelas novas tecnologias, a facilidade nos acessos e todos os recursos de que dispomos permitem-nos comunicar com facilidade entre pontos distantes do globo. A informação chega até nós de forma rápida e ágil, muitas vezes em tempo real (Silva, 2007).

Hoje, «*comunicamos uns com os outros de modos e por canais muito diferentes e muito complexos*» (Leache, 1976: 20). Assim, são vários os meios por que chegam à redacção do DM as mais variadas informações, que são depositadas nas mãos do responsável pela redacção: telefone, fax, telex, e-mail ou mesmo pessoalmente. Este, assume o papel de *gatekeeper*, cabendo-lhe a derradeira palavra acerca de “cobrir” ou não determinada iniciativa: um dos seus papéis principais é o de «*determinar o que vale a pena ser tratado, ou seja, quais as matérias que podem transformar-se em notícias*» (Winch, 1997: 5). Os eventos seleccionados são colocados em agenda por duas secretárias de redacção e posteriormente “distribuídos” pelos jornalistas pela mão do chefe de redacção.

Conforme constatámos, à semelhança do que acontece com todos os outros temas à excepção do desporto e da religião, a cultura é tratada na redacção do DM por todos os jornalistas, de forma mais ou menos aleatória. Este facto é confirmado pelas palavras de Damião Pereira, que afirma que aquando da distribuição do trabalho pelos elementos da sua equipa o procura fazer da forma o mais proveitosa para o jornal e para o jornalista, mas nem sempre o consegue: «*sei que há jornalistas que se sentem mais à vontade ou trabalham melhor nesta ou naquela matéria e procuro distribuir o trabalho com base nisso, mas também há que jogar com férias, folgas, trabalhos de reportagem em curso... Nem sempre é possível.*», explica Damião Pereira (Pereira, Entrevista em 21-01-2009).

Quando falamos de Jornalismo Cultural, esta realidade vai de encontro ao pensamento de Olavo de Carvalho, que considera como principal responsável pela deterioração deste género o facto de, a dada altura, os critérios jornalísticos gerais terem começado a predominar sobre as exigências específicas da área da cultura, assumindo-se que qualquer jornalista seria capaz de trabalhar matérias culturais (Carvalho, pág. oficial do autor, acesso em 26-02-2009).

Do mesmo modo, Olavo de Carvalho descreve, no seu país natal, uma realidade em tudo semelhante à do DM: a maior parte das notícias de cariz cultural são, não raras vezes, publicadas em forma de “breves”, comprometendo a qualidade de informação facultada, arriscando a excelência do texto e desvirtualizando o género jornalístico (*idem; ibidem*).

De acordo com o filósofo, as “breves” correm ainda o risco de representar um *modus faciendi* que assenta sobretudo na sedução fácil, porque se destinam a «*um público que supostamente odeia ler*», comunicando com superficialidade e reduzindo a função cívica da transmissão do conhecimento que nos é hoje indispensável para viver em sociedade (*idem; ibidem*).

Damião Pereira reconhece a importância do papel do Jornalismo Cultural na sociedade contemporânea, concordando que no DM nem sempre lhe é dado o merecido destaque: «*há imposições de agenda que fazem com que tenhamos que dar mais destaque a outras notícias*», admite (Pereira, Entrevista em 21-01-2009).

Com efeito, se até há bem pouco tempo o jornalismo não sofria influência do mercado e não era pressionado a publicar determinadas informações, hoje deparamo-nos com a presença de uma actividade frenética por detrás do jornalista que o impele a

transmitir informações várias, quer na divulgação de acontecimentos futuros, quer no noticiar de eventos passados. Esta realidade estende-se um pouco por todos os órgãos de informação, não sendo o Diário do Minho uma excepção.

Actualmente, é facto que sem as fontes não há informação, mas não menos verdade é que, por vezes, a relação fonte – jornalista se torna uma relação de “troca de favores”. Sobre esta relação, Denicoli (2005: 3) apoia-se nos trabalhos de Daniel Cornu para afirmar: *«não há informação sem procura de fontes, não há informação verdadeira sem rigor no tratamento dessas mesmas fontes»*. Por serem veículo de informação, das histórias e estórias que chegam ao jornalismo, as fontes actuam, sobretudo, ao nível do *agenda-setting*<sup>5</sup>.

O responsável pela redacção do diário minhoto aceita a nossa observação de que as notícias de cariz cultural publicadas neste jornal são maioritariamente originárias em iniciativas das fontes, afirmando que *«a escassez de recursos humanos assim o obriga»* (Pereira, Entrevista em 21-01-2009).

Esta observação vem uma vez mais apoiar as palavras de Olavo de Carvalho, que considera que na maior parte dos órgãos de comunicação o Jornalismo Cultural é muitas vezes relegado para segundo plano, sendo também habitualmente uma das primeiras vítimas de cortes de pessoal e reduções de custos (Carvalho, pág. oficial do autor, acesso em 26-02-2009).

Na prática, isto significa que apesar do esforço que o diário minhoto faz para ir ao encontro das preocupações e ambições das populações, também a nível regional, as fontes oficiais acabam por criar as condições para que os cidadãos e outras entidades sem um grande grau de estruturação e especialização sejam relegados para segundo plano (Ribeiro, 2006).

As observações realizadas, e confirmadas pelas entrevistas aos responsáveis pelo jornal, vêm assim confirmar a nossa premissa inicial, ao mostrar que a maior parte do espaço dedicado ao Jornalismo Cultural no *Diário do Minho* é ocupado por artigos que tiveram origem em iniciativas das fontes.

---

<sup>5</sup> Segundo McCombs e Shaw (2000), a agenda define o calendário dos acontecimentos, uma vez que os leitores, ouvintes e telespectadores não têm possibilidades de atender à multiplicidade de mensagens difundidas, bem como verificar a sua veracidade. A agenda propõe, então, uma perspectiva construcionista, que olha para os *media* como arquitectos da realidade política e social (SANTOS, 2003: 12).

Quanto ao trabalho realizado durante o estágio, afigura-se-me dizer que a realidade descrita compromete a oportunidade de o jornalista realizar um trabalho isento de pressões sociais, económicas, de concorrência e outras, atributos que condicionam obviamente a sua actividade quotidiana. Por isso, a possibilidade de votar uma orientação adequada a quem se encontra na posição de estagiário é escassa.

Enquanto estagiária, fui incumbida de fazer parte das “breves” do jornal, quase sempre na área da cultura. Creio ter respeitado os princípios editoriais do jornal, uma vez que a minha aprendizagem se processou, essencialmente, por mecanismo de repetição.

Face ao exposto, no entanto, parece-me oportuno considerar que muito trabalho terá ficado por fazer. O jornalismo nesta área não pode limitar-se ao mero exercício de anunciar e emitir opiniões sobre filmes, livros, peças de teatro e novelas. Antes, deve ser um exercício constante de aprimoramento e busca pela informação.

Recordando, uma vez mais, as palavras de Felisbela Lopes, o jornalismo, seja em que área for, só se poderá afirmar no mundo conturbado em que vivemos se o jornalista pautar o seu trabalho pelos princípios éticos e morais que o exercício da profissão lhe impõe, evitando as redundâncias e construindo um trabalho de qualidade (Lopes, 1999).

Na mesma linha de pensamento, Samuel Winch afirma que «*a autoridade no Jornalismo Cultural é obtida através de uma cuidada construção social, mas sobretudo através da manutenção de fronteiras claras entre o jornalismo e outras formas de comunicação de massa*» (Winch, 1997: 163).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Volvidos alguns meses sobre o início da realização deste estudo, creio que a maior dificuldade encontrada foi ao nível da abordagem, da conceptualização, da construção de um objecto claro de análise. Por um lado, esta situação deve-se ao facto de estar a trabalhar numa área muito abrangente, em que os conceitos estão extremamente interligados entre si e onde nem sempre é fácil definir os contornos da análise.

Por outro lado, a utilização exclusiva de uma metodologia de análise qualitativa também apresenta as suas limitações. A pesquisa qualitativa é essencialmente fenomenológica, sendo a realidade em estudo socialmente construída por meio de definições individuais ou colectivas, tornando a verdade simbólica e subjectiva. A realidade torna-se dependente da mente do sujeito, passando o investigador a constituir parte integrante do estudo. Aqui, a conexão das relações e actividades humanas com os significados que as animam é radicalmente diferente do agrupamento dos fenómenos sob conceitos e/ou categorias genéricas dadas pelas observações empíricas e experimentações, o que pode comprometer o resultado final do estudo.

Deste modo, creio que seria interessante o desenvolvimento futuro de um estudo nesta área através de uma combinação das metodologias qualitativa e quantitativa, capaz de apresentar uma nova abordagem e, eventualmente, resultados mais fidedignos para a questão em análise.

Ainda assim, pudemos concluir que a passagem do tempo tem vindo a imputar ao Jornalismo Cultural novas dinâmicas e a alterar as suas formas de abordagem e cobertura das várias notícias. Se antes tratar de cultura era discutir eminentemente literatura, teatro, artes plásticas e música erudita, actualmente novas linguagens e campos estéticos foram colocados na senda cultural. Actualmente, falar de cultura adquiriu já um sentido mais lato, estendendo-se o conceito a uma panóplia de novos objectos de produção simbólica na sociedade.

Deste modo, e ao contrário do que parece ter vindo a acontecer um pouco por toda a parte, quem trabalha o Jornalismo cultural não pode limitar-se ao mero exercício de anunciar e emitir opiniões sobre filmes, livros, peças de teatro e novelas. Actualmente, a não ser por alguma eventualidade, o Jornalismo Cultural, de um modo

geral, é pautado por temas determinados previamente pela sociedade (lançamento de um livro, abertura de um festival, por exemplo), diferenciando-se do elemento inusitado, característico do jornalismo em geral. Neste sentido, a crítica deveria apresentar-se como espaço por excelência das “contradições” do tema a ser abordado e, portanto, o espaço do exercício da prática jornalística.

De acordo com Bornheim, citado por Silva (2007), uma crítica bem formulada permite multiplicar olhares evitando, assim, “empratear” as coisas, já que a linguagem não é estanque nem delimitada. Perceber essa multiplicidade de linguagens e tomar uma posição sobre elas é tarefa essencial do exercício crítico e, deve ser uma constante na prática do Jornalismo Cultural.

Do mesmo modo, não pode limitar-se a receber de modo passivo aquilo que as fontes lhe querem oferecer. A diferença será a de não fazer páginas com o material que temos, para passar a fazer páginas com o material que queremos.

Para além disso, o que faz hoje um bom Jornalismo Cultural não são somente as técnicas, as fontes ou os processos de produção. Tudo isso sempre existiu e sempre demarcou, de uma forma ou de outra, a actividade. Além destas dinâmicas, o que faz um bom Jornalismo Cultural são, simplesmente, bons profissionais, bons textos para boas agendas e coberturas, bons conhecimentos e boa inteligência (Vargas, 2004).

## BIBLIOGRAFIA

- ↪ Bareme Imprensa Regional - Estudos da Marktest Bareme Imprensa Regional (2003, 2004 e 2005)
- ↪ BARDIN, Laurence (1994). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições Setenta
- ↪ BASSO, Eliane (2005). *Revista Senhor: Modernidade e Cultura na Imprensa Brasileira*. Tese de Doutoramento em Comunicação Social. São Paulo: UMESP.
- ↪ BOURDIEU, Pierre (1997). *Sobre a televisão*. (Trad. Maria Lúcia Machado). Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed.
- ↪ BOURDIEU, Pierre. (2004). *A economia das trocas simbólicas*. (Org. de Sérgio Miceli). São Paulo: Perspectiva
- ↪ CÁDIMA, Francisco Rui (1999). *Desafios dos novos media – a nova ordem política e comunicacional*, 2.ª ed. Lisboa: Editorial Notícias
- ↪ CAMPONEZ, Carlos (2002). *Jornalismo de proximidade*. Coimbra: Minerva
- ↪ CORDEIRO, Pedro Aurélio Cerveira (2004). *Análise de Discurso e Ciência da Informação: Ensaio Sobre Uma Possibilidade Metodológica*. Tese de Mestrado. Rio de Janeiro: Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro
- ↪ CORREIA, J.M. Nobre (1996). *A Cidade dos Média*. Porto: Campo das Letras
- ↪ Decreto-Lei n.º106/88, de 31 de Março – Estatuto da Imprensa Regional
- ↪ GRUNIG, J. E.; HUNT, T. (2000). *Dirección de Relaciones Publicas*. Barcelona: Ediciones Gestión
- ↪ LEACHE, Edmund (1976). *Cultura e comunicação*. Lisboa: Edições 70.
- ↪ Lei de Imprensa – 1971, 1975, 1999
- ↪ LOPES, Felisbela (1999). *O telejornal e o serviço público*. Coimbra: Editora Minerva
- ↪ LULL, James (1995). *Media, communication, culture: a global approach*. Cambridge: Polity Press
- ↪ MORIN, Edgar. (1999). *Cultura de massas no século XX: necrose (3.ª ed.)*. Rio de Janeiro: Forense Universitária
- ↪ OLIVEIRA, A. Lopes (1976). *A imprensa bracarense*. Braga: Editora Pax
- ↪ OLIVEIRA, Isabel (2000). *A arte do lobbying*. Jornal Expresso, 18-11-2000

- ↪ PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Vizeu. (2000) *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: Edipucrs
- ↪ PINTO, Manuel (2003). *A qualidade em jornalismo: problematização e operacionalização do conceito*. Braga: Universidade do Minho – RepositoriUM
- ↪ PINTO, Manuel (1999). *Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo*. Universidade do Minho: CECS.
- ↪ PIZA, Daniel (2003). *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto
- ↪ PORTO, Mauro (2003). *Enquadramentos da mídia e política*. Trabalho apresentado no XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS). Brasil: Caxambu
- ↪ RIBEIRO, Luísa (2006). *O poder dos meios – análise das condições de produção jornalística no Correio do Minho e Diário do Minho*. Tese de Mestrado. Braga: Universidade do Minho
- ↪ RIVERA, Jorge B. (2003). *El periodismo cultural (3.ª ed.)*. Buenos Aires: Paidós
- ↪ SANTOS, Rogério (2006). *A fonte não quis revelar*. Porto: Campo das Letras
- ↪ SILVA, Ana Mafalda Falcão (2007). *Sociedade da Informação*. Coimbra: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra
- ↪ TEIXEIRA, Nísio (2008). *Impacto da internet sobre a natureza do jornalismo cultural*. Belo Horizonte: Centro Universitário de Belo Horizonte
- ↪ TRIVINOS, A. N. S. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas
- ↪ WINCH, Samuel P. (1997). *Mapping the cultural space of journalism: how journalists distinguish news from entertainment*. London: Praeger
- ↪ WOLF, Mauro (2003). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença

### **Online:**

- ☞ BAHIANA, Ana Maria (2004). *O bom jornalismo cultural*. Disponível em <http://www.comunique-se.com.br> , acesso em 03-07-2004

- ☞ BASSO, Eliane (2007). *Jornalismo cultural – subsídios para uma reflexão*. [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt), acesso em 02-01-2009
- ☞ DENICOLI, Sérgio (2005), *O novo media na imprensa: as notícias sobre a Internet no jornal Público*. Disponível em [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt), acesso em 02-06-2008
- ☞ ÉVORA, Silvino (2005). *As fontes jornalísticas na televisão cabo-verdiana: Os "definidores primários" das discussões*. Disponível em [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt), acesso em 30-05-2008
- ☞ FARO, J. S. (2006). *Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural*. [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt), acesso em 02-01-2009
- ☞ FREIRE, Alexandre (1998). *Jornalismo público, "publijornalismo" e cidadania*. Disponível online em [www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br), acesso em 25-03-2009.
- ☞ MONTEIRO, Adriana C. (2007). *Emoção no discurso da mídia impressa*. Disponível em [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt), acesso em 02-01-2009
- ☞ VARGAS, Herom (2004). *Reflexões sobre o jornalismo cultural contemporâneo*. [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt), acesso em 15-01-2009.
- ☞ <http://www.olavodecarvalho.org/textos/4perguntas.htm>