

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

PATRÍCIA PIQUERA VIANNA

JORNALISMO CULTURAL: CONTRIBUIÇÃO À COMPREENSÃO
DESSA EDITORIA

Bauru
2006

PATRÍCIA PIQUERA VIANNA

**JORNALISMO CULTURAL: CONTRIBUIÇÃO À COMPREENSÃO
DESSA EDITORIA**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus de Bauru, como requisito para obtenção do Título de Mestre em Comunicação Midiática, linha Gestão da Comunicação e da Informação, sob orientação da Professora Doutora Regina Célia Baptista Belluzzo.

**Bauru
2006**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO (FAAC)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA**

**JORNALISMO CULTURAL: CONTRIBUIÇÃO À COMPREENSÃO
DESSA EDITORIA**

Este trabalho, elaborado por Patrícia Piquera Vianna, é estruturado em cinco partes ou itens. Justifica-se pela necessidade de submissão à Banca Examinadora como exigência para Defesa de Dissertação de Mestrado e obtenção do Título de Mestre, na linha de Gestão da Comunicação e da Informação, junto ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus de Bauru (SP).

Bauru, agosto de 2006.

Profa. Dra. Suely Fadul Vilibor Flory (Unimar - Marília)
Membro da Banca Examinadora

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente (Unesp - Bauru)
Membro da Banca Examinadora

Profa. Dra. Regina Célia Baptista Belluzzo (Unesp - Bauru)
Orientadora e presidente da Banca Examinadora

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
2 CARACTERIZAÇÃO DO TRABALHO	20
3 SISTEMATIZAÇÕES E O ESTADO DA ARTE: JORNALISMO, GESTÃO E FORMAÇÃO	37
3.1 Jornalismo cultural impresso: uma contextualização	37
3.2 Gestão de informação e organizações de comunicação	58
3.3 Formação profissional e educação permanente	70
4 PESQUISA DE CAMPO: A CAMINHO DE UMA COMPREENSÃO	80
4.1 Considerações iniciais	80
4.2 Metodologia da pesquisa	83
4.2.1 Primeira etapa: observação sistemática dos cadernos culturais	85
4.2.2 Segunda etapa: pesquisa junto aos editores	99
4.2.3 Período de acompanhamento: observações	103
4.3 Análises qualitativa e comparativa	105
4.4 Análise e síntese global	139
5 SÍNTESE E FINALIZAÇÃO: CONSIDERAÇÕES FINAIS	146
REFERÊNCIAS	151
ANEXOS	157

VIANNA, Patrícia Piquera. **Jornalismo cultural: contribuição à compreensão dessa editoria**. 2006. 175 f. Dissertação de Mestrado - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2006.

RESUMO :

O jornalismo cultural impresso, estudado em veículos do interior do estado de São Paulo, é o objeto desta pesquisa. Apesar de ser um tema atraente, são escassos os dados que demonstrem aspectos da situação e uma tendência na cobertura de cadernos culturais desses veículos. A partir do acompanhamento, ao longo de um período, das matérias que viraram manchetes dos cadernos, em oito jornais do estado de São Paulo representativos de suas áreas administrativas regionais e que dispunham de sites na internet; da análise de uma edição selecionada de forma aleatória e das respostas obtidas por meio da aplicação de questionário aos seus editores; foi possível desenvolver um raciocínio e deduzir algumas características que permitiram a consecução da hipótese central do estudo. Registrando-se, assim, a possibilidade de que a cobertura desses jornais estivesse focada principalmente no acompanhamento da agenda de eventos e datas comemorativas, deixando em segundo ou até terceiro plano matérias mais polêmicas e relativas à política cultural. Ao final, apresenta-se discussão com base em teorias de jornalismo, como *agenda setting* e *gatekeeper*, aspectos de gestão de pessoas e informações sobre a formação profissional dos jornalistas, recomendando-se que novas formas de conduta devam ser adotadas.

Palavras-chave: Jornalismo cultural. Mídia impressa regional. Comunicação midiática . Agenda cultural, pauta.

VIANNA, Patrícia Piquera. **Jornalismo cultural: contribuição à compreensão dessa editoria**. 2006. 175 f. Dissertação de Mestrado - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2006.

ABSTRACT: The cultural printed journalism, studied in vehicles of interior of São Paulo state, is the object of this research. In spite of being an attractive theme, there are scarce data that demonstrates aspects of this situation and a tendency in the cultural covering of those vehicles. Starting from the accompaniment, for a period, of the subjects that turned headlines, in eight newspapers of São Paulo state with importance in their regional administrative areas and that had sites in the internet, from the analysis of one edition, selected in an aleatory way, and from the answers about a questionnaire sent to the publisher, it was possible to develop an idea and to deduce some characteristics that allowed the attainment of the central hypothesis of this study. Anyway, the possibility that the covering of these vehicles was based on the accompaniment of the events' calendar, leaving in second or until third plane polemic and relative matters to the cultural politics. At the end, this discussion is based on journalism theories, as agenda setting and gatekeeper, aspects of people's administration and information about the journalists' professional formation, being recommended that new forms of conduct should be adopted.

Keywords: Cultural journalism. Regional printed media. Media communication. Cultural calendar, subject.

AGRADECIMENTOS

Especialmente às amigas e colegas de profissão Maria Antonia Dario e Érika Oubiña Dios e aos familiares que acompanharam e apoiaram todos os passos.

1 INTRODUÇÃO

A dissertação aqui apresentada, intitulada Jornalismo Cultural: contribuição à compreensão dessa editoria, é fruto de uma inquietação sobre as áreas de artes e comunicação, dois universos que se aproximam e, em certa medida, se misturam quando o assunto é cultura. A questão principal refere-se essencialmente a um olhar sobre a situação atual dos cadernos culturais de jornais em cidades do interior do Estado de São Paulo. O texto é dividido em cinco itens. Neste primeiro, Introdução, faz-se um resumo sobre a estrutura escolhida. No segundo, é realizada a caracterização do trabalho. No terceiro, Sistematizações e o estado da arte, estão abordados os temas Jornalismo, Gestão e Formação. O quarto item, Pesquisa de campo, registra os caminhos trilhados em busca da compreensão citada no título. O quinto, Síntese e Finalizações, reúne as considerações finais.

O segundo item, Caracterização do trabalho, já em suas primeiras páginas apresenta as questões que nortearam o início deste estudo, por exemplo: Há espaço significativo nos cadernos de cultura de jornais sediados em cidades do interior paulista para a cobertura de políticas culturais em seus municípios e regiões? Além do acompanhamento das agendas de eventos, fornecidas através de *releases* por organizações de iniciativa pública ou privada, estes veículos

dedicam espaço para acompanhar a carreira e o desenvolvimento de artistas e produtores locais?

A partir da análise dos cadernos de cultura de oito jornais, essencialmente em seu material informativo (excetuando-se artigos, críticas, resenhas, colunas sociais ou de opinião e roteiros de eventos), pretende-se demonstrar, com este trabalho, que há uma tendência em restringir-se ao acompanhamento da vida cultural das cidades somente a partir do que está em cartaz, como discute Daniel Piza (2003), ex-editor de cadernos de cultura de grandes jornais como O Estado de S.Paulo e Gazeta Mercantil, escritor e crítico, em sua obra *Jornalismo Cultural*. Tais veículos acompanham as agendas de eventos ou utilizam material das grandes agências de notícias. Uma pesquisa de campo, realizada com os editores de cultura dos oito veículos, demonstra também como a maior parte deles funciona em relação ao fluxo dessas informações nas redações.

Como teorias que fundamentem este estudo estão *gatekeeper*, da década de 50, *agenda setting* (ou agendamento), do início dos anos 70, e a teoria organizacional. A escolha pelas teorias partiu das respostas dos editores a um questionário e da análise das edições. Ou seja, ficou demonstrado que a definição sobre o que vai para a pauta e a matéria que abre o caderno tende a se concentrar apenas numa pessoa, o editor. Para uma melhor compreensão da situação quanto à formação profissional oferecida por instituições de ensino no estado, foram pesquisadas as matrizes curriculares dos cursos de graduação em jornalismo das 70 instituições, o que demonstrou que são poucas, apenas 3, as escolas que incluem a disciplina Jornalismo Cultural, seja como obrigatória ou

optativa. Para completar a análise, registraram-se os resultados da pesquisa com os editores, realizada através do envio de questionário, a verificação de uma edição dos oito veículos estudados, em data escolhida aleatoriamente, e o acompanhamento e categorização em três itens: abrangência, origem da pauta e assunto. O acompanhamento foi realizado ao longo de quatro meses e, para ele, utilizaram-se apenas as matérias de abertura dos cadernos de cultura. Os oito veículos e suas cidades são: Jornal da Cidade (Bauru), Correio Popular (Campinas), Diário da Região (São José do Rio Preto), Folha da Região (Araçatuba), O Imparcial (Presidente Prudente), Tribuna Imprensa (Araraquara), Cruzeiro do Sul (Sorocaba) e Vale Paraibano (São José dos Campos).

Importante ressaltar uma definição sobre o que é reconhecido hoje como jornalismo cultural. Na verdade, o produto editorial caderno de cultura, que nos jornais analisados tem sua publicação diária, é o que representa, de certa forma, este conceito. Trata-se de uma editoria, segmentação por assuntos correlatos, que reúne desde as estréias e lançamentos de artes e espetáculos até palavras cruzadas e colunas sociais. Em alguns veículos, comportamento, gastronomia e saúde também aparecem neste caderno.

Outras definições pertinentes e abordadas neste primeiro item são os termos cultura, indústria cultural, cultura de massa, cultura erudita e cultura popular, além de diferenciações entre arte e entretenimento. Exemplificando: Como distinguir se uma super-produção cinematográfica pode ser enquadrada como puro entretenimento ou se “mereceria”, termo que induz a certo julgamento, ser chamada obra artística? Seriam tão puras essas divisões entre o que é um e

outro? O que deve estar publicado em um caderno de cultura; somente arte, somente entretenimento ou os dois tipos de produções? E em que medida?

Citem-se aqui os objetivos previstos no projeto. Como objetivo geral estava coletar e organizar informações que proporcionassem melhor compreensão ao panorama dessa editoria, como objetivo específico pretendia-se analisar e tentar compreender o fluxo por que passam as informações até sua publicação e, como objetivo final, identificar algumas características que pudessem demonstrar certa tendência na cobertura de cultura.

Na primeira parte do item 3, Jornalismo Cultural Impresso: uma contextualização, é desenvolvido um recorte da história da imprensa no Brasil e do início dos cadernos de cultura tais como são reconhecidos atualmente. Na realidade, apenas nos anos 80 os dois principais jornais paulistas lançaram seus cadernos de cultura diários. No início, estes ainda mantinham muito peso para críticas e matérias de fundo opinativo, passando inclusive por assuntos polêmicos e esquentando a pauta quase sempre, devido às disputas entre os dois veículos. Entretanto, essa característica se modificou a partir dos anos 90.

Aproximadamente uma década depois dos grandes, os jornais de cidades do interior do estado começaram a criar seus cadernos específicos de cultura ou, em alguns casos, abriram espaço maior para estes produtos editoriais, buscando recursos editoriais e gráficos muito parecidos. Com a disseminação do uso das agências de notícias (Estado e Folha) e a revolução decorrente do uso da Internet, registrada a partir de 1995, estes veículos puderam se aproximar ainda mais do

modelo utilizado pelos de grande circulação, mesmo que, em nível local, tenham que se adaptar.

Observa-se que os cadernos culturais, enquanto parte de uma mídia impressa, têm algumas características próprias e distintas daquelas encontradas nas outras partes dos jornais em geral. Uma das questões mais importantes desse jornalismo reside em sua forma de editoria, a qual consiste em abordar assuntos considerados mais frios, através de pautas que chegam às redações com vários dias ou até meses de antecedência ao acontecimento. Possuem mais espaço para explorar a crítica e uma proximidade maior com a literatura, contudo, dividem espaço gráfico com o roteiro ou agenda cultural, uma função considerada de utilidade pública, através do fornecimento de informações de serviço pelo veículo a seus leitores.

Nessa área, parece existir uma tendência à necessidade de utilização principal das três teorias de jornalismo já citadas para a tentativa de se aproximar de uma possível explicação para os acontecimentos.

A primeira delas, *agenda setting*, oferece a hipótese de que as pessoas tendem a incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo de que tratam os meios de comunicação de massa. Para tanto, há os critérios de noticiabilidade, que são negociados no cotidiano das redações, pois o repórter negocia com o editor, que negocia com o diretor de redação, que negocia com seus superiores.

A segunda, *gatekeeper*, traz uma metáfora clara: uma pessoa, chamada selecionador, tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia, numa espécie de cancela ou portão, *gate* em inglês. Diante de um

grande número de acontecimentos, só se transformam em notícia aqueles que passam pelo porteiro.

Não tão transparente, mas importante para a compreensão do objeto de estudo que este trabalho tem como centro de atenção, estão aspectos que levam à citação da teoria organizacional. Segundo esta teoria, as notícias são o resultado de processos de interação social que ocorrem dentro da empresa jornalística, ou seja, o jornalista sabe que o seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos têm certos poderes e formas de controle. Desse modo, ele deve prever o que estas pessoas observarão para evitar que seu texto seja retocado ou que ele seja repreendido.

Na segunda parte do item 3, Gestão de Informação e Organizações de Comunicação, considera-se que buscar uma teorização sobre informação jornalística é algo que vem ocorrendo, ao longo da história e do estudo da comunicação, na esteira da práxis, de maneira quase a buscar o desenvolvimento de manuais sobre o processo técnico da profissão, sempre à procura da eficiência. As discussões sobre os rumos e tendências da profissão, dos profissionais e das organizações, no entanto, nem sempre ganham maior destaque por parte destes estudos. Assim, foram criadas regras básicas para a escrita de um texto jornalístico, como o *lead* com as respostas a todos os elementos da informação: quem?, onde?, quando?, como?, o quê?, por quê?; ou propostas gráficas que compilam e explicitam em blocos as informações, haja vista as últimas reformas pelas quais passaram veículos de destaque nacional.

Nas organizações estudadas, a preocupação maior ainda parece estar fortemente embasada em manter sua produção diária constante, cumprindo os prazos de fechamento e os padrões estipulados, mantendo assim o perfil do jornal. Esse fato é perceptível pelas descrições do fluxo de produção, em que a valorização de reuniões e decisões em equipe praticamente não existe. Questões sobre formação de equipes competitivas e de alto desempenho também inexistem e parecem distantes de alguns avanços registrados no mercado em outras áreas.

No universo estudado, a necessidade do trabalho em equipes e o desenvolvimento de um sistema de gerenciamento delas, até aqui, parecem ser assuntos apenas da área de administração, espaço ao qual, devido sua formação acadêmica e empírica, não pertencem os jornalistas. Importante considerar que estes jornalistas acabam assumindo funções de liderança e gerenciais nas organizações de comunicação.

Na terceira parte do item 3, Formação profissional e Educação Permanente, estão citações e observações de profissionais ligados à área de comunicação ou não, como dos pensadores Edgar Morin e Pierre Levy, que têm se dedicado à compreensão de como poderá ser o futuro da humanidade. O foco nestas análises é a necessidade de uma revisão no formato do ensino e da compreensão da sociedade, principalmente através da multidisciplinaridade e pelo desenvolvimento de um pensamento crítico.

Completa esta parte um levantamento realizado sobre os cursos de jornalismo, que demonstra o seguinte contexto: o curso de comunicação social

com habilitação em jornalismo é oferecido em 70 instituições de ensino no estado de São Paulo, segundo dados do Ministério da Educação e Cultura (MEC) através do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, sendo 61 em universidades e faculdades privadas e nove em instituições públicas. A absoluta minoria destes oferece uma disciplina específica (obrigatória ou optativa) de jornalismo cultural. Várias possuem disciplinas que tangenciam a editoria, focando-se mais no conceito de cultura, e cinco instituições não oferecem nada aparentemente próximo ao assunto.

Assim, fica demonstrado um quadro de situação que envolve aspectos educacionais, empresariais e sociais.

No item 4, Pesquisa de campo, na primeira parte, busca-se realinhar ao leitor os caminhos trilhados nesta pesquisa, quer sejam: a análise do cotidiano nos jornais, os aspectos do marketing moderno em relação às organizações de comunicação, e a hibridização da cultura.

Passa-se então, na segunda parte, à descrição da metodologia e do universo da pesquisa de campo, que foi de natureza exploratório-descritiva. Neste trabalho, os instrumentos utilizados foram o questionário, a observação e o teste, este último a partir da coleta e tabulação de dados ao longo de um período determinado. Como população de interesse foram escolhidos os editores dos cadernos culturais, tendo sido selecionada a técnica do questionário como instrumento de pesquisa para a abordagem a essa população. Esta etapa de pesquisa foi precedida de outra forma de abordagem, que foi a observação e

análise sistemática dos cadernos culturais recolhidas durante quatro meses, tendo como apoio para a coleta desses documentos os *sites* dos jornais pesquisados.

A primeira etapa da trajetória da pesquisa de campo envolveu o acompanhamento sistemático diário, ao longo dos meses de maio a agosto de 2005, da matéria escolhida como manchete de cultura dos jornais selecionados como o *corpus* de investigação. A escolha recaiu nos 8 cadernos de cultura dos seguintes jornais: Correio Popular (Campinas), Cruzeiro do Sul (Sorocaba), Diário da Região (São José do Rio Preto), Folha da Região (Araçatuba), Jornal da Cidade (Bauru), O Imparcial (Presidente Prudente), Tribuna Imprensa (Araraquara) e Vale Paraibano (São José dos Campos). Esta seleção ocorreu em virtude de serem veículos representativos em suas localidades, de circulação diária e com dez anos ou mais de existência, pertencentes a uma associação estadual de jornais, com a publicação diária de seus cadernos de cultura totalizando 4 páginas ou mais, contando com equipes próprias para esta editoria, com o conteúdo disponível em seus *sites* e atualizado diariamente.

Foi escolhida como amostragem a produção nas editorias de cultura destes jornais, tendo em vista suas diferentes Regiões Administrativas e características próprias, podendo ser destacados, a partir de uma categorização da própria pesquisadora e baseada na leitura de tabelas de preços praticadas por grandes agências de notícias ao disponibilizar seu material aos veículos, em portes distintos: pequenos, com tiragem média (obtida entre a diária e a dominical) de até 10.000 exemplares; médios, com tiragem média entre 10 e 35 mil exemplares; e grandes, aqueles com tiragem média acima de 35 mil exemplares. Como, para a obtenção da circulação dos veículos impressos multiplica-se a tiragem por 4,

teríamos: jornais pequenos, com uma circulação de até 40 mil pessoas; jornais médios, com circulação de até 140 mil pessoas; e jornais grandes com circulação maior que 140 mil pessoas.

Estes 8 são veículos filiados à Associação Paulista dos Jornais (APJ), órgão que possui 16 veículos associados e propõe certo intercâmbio de produção editorial. Todos se identificam como regionais, circulando em suas micro ou macro regiões. Possuem cadernos específicos de cultura (somente um opta por publicá-lo em separado apenas em edições dominicais, no restante dos dias sai nas últimas páginas do caderno Brasil) com circulação diária, ou seja, com a necessidade de uma produção editorial constante. Estão localizados em municípios de regiões administrativas distintas do estado e são os que centralizam suas regiões. Tais municípios possuem entre 170 mil e 1 milhão de habitantes, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em julho de 2005.

Como procedimentos metodológicos ao desenvolvimento desta primeira etapa da pesquisa de campo, as matérias selecionadas dos jornais, envolvendo seus cadernos culturais durante os quatro meses de observação e acompanhamento já mencionados, foram analisadas quanto a três categorias: abrangência, origem e assunto. Estas categorias relacionam-se estreitamente a uma análise da pauta.

Quanto à abrangência da matéria, esta categoria foi subdividida nos quatro itens: local, regional, nacional ou internacional; quanto à origem da pauta: agenda de promotores de eventos ou datas comemorativas, pautas próprias desenvolvidas pela redação, assuntos especiais ou material de agência de

notícias; sobre a qualificação do assunto: artes e espetáculos (englobando cinema, teatro, música, dança, artes visuais, literatura, *web arte*), variedades (englobando moda, comportamento, televisão, arquitetura e decoração), política cultural (englobando assuntos relacionados a incentivos fiscais, polêmicas do setor, gestão pública de cultura e manifestações) ou outros (englobando saúde, beleza, educação e esoterismo).

Após esse período, em uma segunda etapa metodológica, foi enviado aos editores de área de cada veículo um questionário abrangendo questões a respeito da equipe, do caderno de cultura e do fluxo de informações na redação. As respostas foram analisadas em relação aos resultados do período de acompanhamento e de uma data escolhida aleatoriamente para análise das edições completas de todos.

Na terceira etapa, foram analisadas e comparadas as edições de todos os veículos numa mesma data. Em seguida, foram produzidos os gráficos do período de acompanhamento e todas estas informações analisadas em conjunto, produzindo um panorama da cada veículo e, posteriormente, de todos eles em conjunto sob as três categorias. A partir das três etapas da pesquisa de campo, foi possível unificar as observações em Análises qualitativa e comparativa e detalhar melhor informações sobre cada um dos veículos estudados.

O quinto e último item traz a Síntese e Finalização, com as considerações finais, que demonstram a comprovação da hipótese inicial e uma certa tendência nessa cobertura jornalística. Estes veículos acabam, apesar de estarem em distintas regiões do estado e serem empresas diferentes sob muitos aspectos, produzindo uma cobertura cultural bastante parecida. Através da observação ao

longo da primeira etapa da pesquisa de campo, pode-se perceber que os assuntos culturais tratados como manchetes na maioria dos cadernos estava também abordado, em certa medida, nos grandes jornais e na mídia televisiva.

Em síntese, pode-se dizer que ao se focar a situação atual do jornalismo cultural, uma das conclusões possíveis acerca das explicações e considerações aqui apresentadas, é a de que ele, e talvez o jornalismo impresso como um todo, estejam passando por uma fase de latência. E, este momento será rompido, somente quando ocorrer o início de um processo de reflexão sobre tal espectro por parte dos profissionais que nele atuam.

2 CARACTERIZAÇÃO DO TRABALHO

E a história humana não se desenrola apenas nos campos de batalhas e nos gabinetes presidenciais. Ela se desenrola também nos quintais, entre plantas e galinhas, nas ruas de subúrbios, nas casas de jogos, nos prostíbulos, nos colégios, nas usinas, nos namoros de esquinas.

Disso eu quis fazer a minha poesia. Dessa matéria humilde e humilhada, dessa vida obscura e injustiçada, porque o canto não pode ser uma traição à vida, e só é justo cantar se o nosso canto arrasta consigo as pessoas e as coisas que não têm voz.

Ferreira Gullar (Contra-capa do LP Milton Nascimento ao Vivo, gravado entre 1 e 3 de novembro de 1983 no Palácio das Convenções do Anhembi – São Paulo)

Pode haver uma probabilidade de que a versão dos fatos que realmente irá interessar à humanidade no futuro seja a que é contada oralmente, aos filhos e netos, aos que passam pelo convívio da geração atual, sem registros impressos, imagéticos ou eletrônicos. Entretanto, pode ser que não e, portanto, fica premente a necessidade da experimentação concomitante à reflexão. De conhecer, mesmo que seja ao mesmo passo em que ainda se reconhecem os caminhos ora trilhados, e comunicá-los aos próximos, em um estudo sempre em movimento.

Se por um lado a sociedade do conhecimento, da tecnologia e das ciências de informação parece correr vertiginosamente em direção a um horizonte ainda sem muita nitidez, e certa ansiedade pelo tempo acelerado toma conta das consciências, por outro, são incontáveis os assuntos ainda sem norte definitivo, as necessidades de pesquisas, questões a levantar, contribuições a oferecer.

Em face desse cenário, acredita-se poder ser este trabalho uma contribuição a um olhar mais apurado em relação ao jornalismo cultural que é realizado em algumas cidades do interior do estado de São Paulo. Assim, busca-se apresentar, mediante observações empíricas, análises de dados de uma amostragem e pesquisas teóricas, um recorte sobre o que seriam as *esquinas*, sobre as quais escreve o poeta Ferreira Gullar (1983).

Como o foco de grande parte dos trabalhos científicos sobre esse assunto se restringe, numa metáfora, à voz dos “campos de batalhas e dos gabinetes presidenciais”, o que se apresenta aqui pode ser lido como uma tentativa de dar voz àqueles que comumente não a possuem. Talvez seja curioso considerar que podem ser os cadernos de cultura, a editoria considerada pelo senso comum a mais *light* de um jornal, o caminho escolhido para essa reflexão emergente.

Que a editoria de cultura é das primeiras procuradas pelos leitores parece ser um consenso. Que ela sofre com a crise social em relação aos valores estéticos e culturais, também. Que pressões mercadológicas da chamada Indústria Cultural¹ ofuscam possibilidades de abordagens mais profundas pode ser um fato. A partir destas questões, seria possível afirmar que o que ocorre com os grandes veículos se reproduz nos médios e pequenos? Daniel Piza (2003,p.51) ex-editor de cadernos de cultura de grandes jornais como O Estado de S.Paulo e Gazeta Mercantil, escritor e crítico, escreve em Jornalismo Cultural :

¹ Sobre Indústria Cultural, Teixeira Coelho descreve que “a partir do fenômeno da industrialização, também a cultura – feita em série para o grande público – passa a ser vista não como instrumento de crítica e conhecimento, mas como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido como se consome qualquer outra coisa”. Fonte: COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.p.10.

Outra perda do jornalismo cultural em meio a essa confusão de valores, além da credibilidade crítica, é sua submissão ao cronograma dos eventos. Lemos muito sobre discos, filmes, livros e outros produtos no momento de sua chegada ao mercado – e, cada vez mais, antes mesmo de sua chegada, havendo casos em que a obra é anunciada (e, pois, qualificada) com diversos meses de antecedência. No entanto, raramente lemos sobre esses produtos depois que eles tiveram uma “carreira”, pequena que seja, e assim deixamos de refletir sobre o que significaram para o público de fato.

Há espaço significativo nos cadernos de cultura de jornais sediados em certas cidades médias, e até mesmo algumas de grande porte do interior paulista, para a cobertura de políticas culturais em seus municípios e regiões? Além do acompanhamento das agendas de eventos, fornecidas através de *releases* por organizações de iniciativa pública ou privada, estes veículos dedicam espaço para acompanhar a carreira dos artistas e produtores locais? Abordam suas dificuldades para a profissionalização adequada, a falta de aprimoramento ou mesmo as chances ou dificuldades de alcançar expressividade em nível nacional?

A partir da análise dos cadernos de cultura de oito jornais, essencialmente em seu material informativo (excetuando-se artigos, críticas, resenhas, colunas sociais ou de opinião e roteiros de eventos), pretende-se demonstrar, com este trabalho, que há uma tendência em restringir-se ao acompanhamento da vida cultural das cidades somente a partir do que está em cartaz, como escreve Piza (2003), ou utilizando-se de material das grandes agências. A partir de resultados obtidos numa pesquisa de campo realizada com os editores destes veículos, pode-se perceber também como a maior parte deles funciona em relação ao fluxo desse tipo de informação nas redações.

No entanto, uma tendência do jornalismo brasileiro recente, a qual vivencio como profissional desde 1991, é a de querer aparentar o jornalismo cultural aos outros – político, econômico, policial etc. – em método, o que, numa frase, significa não reconhecer o maior peso relativo da interpretação e da opinião em suas páginas. Não há contradição aí. Essa tendência faz parte da mesma tentativa de manter secundárias as seções culturais. [...], há muito a fazer pelo jornalismo cultural no gênero reportagem, inclusive no chamado “*hard news*” (as notícias mais quentes, inadiáveis), mas isso não pode ser feito à custa da análise, da crítica, do debate de idéias – vocações características do jornalismo cultural e carências fortes do leitor contemporâneo [...] Há grandes questões para ele enfrentar. A maior delas, talvez, seja a infinidade de oposições, de polarizações, que o contamina a todo instante. Entretenimento *versus* erudição, nacional *versus* internacional, regional *versus* central, jornalista *versus* acadêmico, reportagem *versus* crítica – a lista poderia ir longe. E, na verdade, tais dicotomias estão relacionadas com um velho debate filosófico que opõe o compreender e o julgar, debate que está na origem do jornalismo em geral, não apenas do cultural. (PIZA 2003,p.8)

Uma das teorias de jornalismo da década de 50, o *gatekeeper*², e outra do início dos anos 70, *agenda setting* (ou agendamento)³, surgiram, a partir das respostas dos editores aos questionários e da análise das edições, como os caminhos para a compreensão do que parece ocorrer nas redações dos jornais analisados, sob o aspecto da editoria de cultura. A definição sobre o que vai para a pauta e a matéria que abre o caderno tende a se concentrar apenas no editor.

Igualmente, um levantamento foi efetuado em matrizes curriculares dos cursos de graduação em jornalismo, no estado de São Paulo, oferecidos em 70 instituições, o que demonstrou que são poucas, apenas 3, as escolas que incluem a disciplina Jornalismo Cultural, como obrigatória ou optativa. Os cursos de pós-

² *Gatekeeper* é um exemplo de teoria que privilegia a ação pessoal. O conceito refere-se à pessoa que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia. Fonte: PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005. p.133.

³ *Agenda setting* ou agendamento é uma teoria que defende que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importante os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo que

graduação específicos também são raros. Assim, nesse contexto, à medida em que há uma necessidade de complementar a formação básica, àquela oferecida pela maioria das universidades e faculdades, torna-se mais difícil para os jovens jornalistas atuarem na área. Esse é outro elemento de análise.

Aos jornalistas que estão exercendo suas funções nos quadros das redações dos oito jornais analisados, localizados nas cidades de Bauru, Campinas, São José do Rio Preto, Araçatuba, Presidente Prudente, Araraquara, Sorocaba e São José dos Campos, restam algumas poucas opções. Além de enfrentar a carga horária da profissão, como alternativa fora da capital do estado e em instituições públicas há somente o programa de pós-graduação em Comunicação Midiática da FAAC/Unesp de Bauru e os programas de pós-graduação em Artes e Multimeios da Unicamp (Campinas), estes dois não diretamente relacionados ao mercado de jornalismo. Outra opção, essa em uma universidade privada, seria o programa de pós-graduação em Comunicação – Área de Concentração em Mídia e Cultura, da Unimar, em Marília.

Para completar a análise, há os resultados da pesquisa com os editores e a verificação de uma edição dos oito veículos, e ainda, fornecendo um histórico para a compreensão da editoria, o acompanhamento ao longo de quatro meses. Neste, foram verificadas características da matéria principal dos cadernos quanto a abrangência, origem da pauta e assunto, os dados foram registrados e computados em gráficos que auxiliam a verificação das tendências observadas.

Como a exposição do tema deste trabalho necessita da explicitação de alguns conceitos que oferecem um enquadre adequado para a leitura desta dissertação, eles serão apresentados, a título de melhor compreensão do referencial utilizado.

Em primeiro lugar, uma definição sobre o que é reconhecido hoje como jornalismo cultural. Na verdade, o produto editorial caderno de cultura, que nos jornais analisados tem publicação diária, é o que representa, de certa forma, este conceito. Trata-se de uma editoria, segmentação por assuntos correlatos, que reúne desde as estréias e lançamentos de artes e espetáculos até palavras cruzadas e colunas sociais. Em alguns veículos, comportamento, gastronomia e saúde também aparecem neste caderno.

As pautas do jornalismo cultural incluem toda a área cultural, literatura, música, artes plásticas, teatro, televisão e a cobertura de eventos (festivais, exposições, *vernissages*), as instituições que geram produtos e fatos (produtoras de cinema, estúdios, galerias, museus, bibliotecas, teatros, gravadoras), as políticas públicas para a área (secretarias e ministérios da Cultura e da Educação) e o dia a dia do setor. Para receber notícias de cultura estrangeira, os veículos geralmente dependem de agências de notícias. Em alguns casos, possuem correspondentes estrangeiros ou enviam jornalistas aos países. (WIKIPEDIA – ENCICLOPÉDIA VIRTUAL, acesso em 23/06/2006)

Sobre o termo cultura, no sentido antropológico, o assunto foi foco de incontáveis pensadores de diversos momentos da história, como Max Weber⁴, que foi o maior responsável para o estabelecimento da sociologia como disciplina

⁴ Max Weber foi sociólogo e economista alemão, formado em Heidelberg, Estrasburgo, Göttingen e Berlim, onde estudou direito, ciência econômica e filosofia. Foi o maior responsável pelo estabelecimento da sociologia como disciplina acadêmica na Alemanha. Escreveu sobre uma vasta gama de questões, tomando como temas centrais o desenvolvimento do capitalismo e a racionalização.

acadêmica na Alemanha, Antonio Gramsci⁵, italiano, e Karl Marx⁶, também alemão, e permanece como assunto atraente. Mas cultura pode ser relacionada e referir-se também à arte. O Dicionário do pensamento social do século XX, que foi editado por William Outhwaite, Tom Bottomore, Ernest Gellner, Robert Nisbet e Alain Touraine, e teve como responsáveis pela editoria brasileira Renato Lessa e Wanderley Guilherme dos Santos, traz a seguinte descrição sobre o verbete cultura analisado especificamente em relação à arte:

Muitos pensadores modernos acreditam que a arte une a sociedade ou a divide: Daniel Bell (sociólogo da Universidade de Havard que escreveu *The coming of post-industrial society*, em 1973) consegue combinar essas posições ao afirmar que a arte burguesa apoiou o capitalismo, enquanto as exigências da arte modernista por uma gratificação instantânea são uma ameaça ao mundo moderno. É o caso de se duvidar da precisão descritiva desse quadro: o desencantamento e a alienação vistos pelo modernismo como características no mundo moderno, provavelmente dizem mais respeito à posição dos artistas, presos nas frestas do mercado, do que a respeito de sentimentos de setores inteiros da população. Mas o que é mais digno de nota nessa visão da arte é o seu idealismo. O funcionamento da sociedade é tido mais uma vez, e de maneira ingênua, como dependente unicamente do fator ideológico. Se a relação da arte com a ordem/desordem social preocupou muito o pensamento moderno, o mesmo efeito também produziu a relação entre cultura “elevada” e “baixa” cultura. Esses termos podem ser utilizados com proveito: o grau em que a cultura oficial é compartilhada através da sociedade, na história e em circunstâncias contemporâneas, é uma questão adequada à investigação empírica. [...] um debate correlato – quanto a se os padrões artísticos são “diluídos” pela arte popular. Às vezes, a arte popular enriqueceu a arte “elevada”, o que foi certamente o caso no momento *shakespeareano*; mas do mesmo modo a organização da comunicação de massa [...] pode ser tal que venha a acarretar a homogeneização e a limitação. (DICIONÁRIO DO PENSAMENTO SOCIAL DO SÉCULO XX, 1993,p. 166)

⁵ Antonio Gramsci foi um italiano ativista e teórico político marxista. Um dos fundadores do PCI (Partido Comunista Italiano) foi condenado à prisão, onde passou nove anos e lá começou a escrever Cadernos do Cárcere, sobre temas que vão da arte e da cultura à estratégia política.

⁶ Karl Marx filósofo social e revolucionário alemão que desenvolveu uma concepção materialista da história e anteviu uma revolução global como a culminação do conflito entre os capitalistas e o proletariado. Escreveu o mais influente panfleto político junto com Engels: O Manifesto Comunista, e os três volumes de O Capital. É a mais importante figura na história do pensamento socialista e suas idéias mudaram profundamente a vida social e as ciências sociais no século XX.

Há que se relacionar aqui também os três eixos: cultura erudita, cultura popular e cultura de massa. Discussão filosófica e social tão abrangente que teve como destaque a teoria crítica da Escola de Frankfurt⁷, a partir do Instituto de Pesquisa Social nas décadas de 30 e 40, com Theodor Adorno como um dos representantes mais destacados.

A concepção de indústria cultural como fruto da sociedade industrializada, da sociedade capitalista de consumo, permanece como terreno fértil para novos questionamentos e reflexões. Entretanto, como ainda não surgiram outras teorias capazes de dar conta com tanta profundidade de explicar tais assuntos, faz-se necessário recorrer àquelas que, por ora, abarcam as relações sociais e mercadológicas que podem explicar, mesmo que apenas sob uma ótica, o funcionamento dos sistemas.

Coelho (1989, p.19) faz uma síntese no guia “O que é indústria cultural” que pode servir como roteiro para a linha de pensamento. Encontramos nas afirmações de Theodor Adorno, um dos principais autores que a partir da idéia inicial da teoria crítica, desenvolvida na década de 30, elaborou a concepção de indústria cultural como conceituada ainda hoje, a marca dos métodos estéticos

⁷ Entre os teóricos da Escola de Frankfurt pode-se destacar como uma primeira fase representada por Max Horkheimer, que escreveu *The end of reason* (1941), *Art and mass culture* (1941), *Eclipse of reason* (1947), Teoria crítica (1968) publicada pela Edusp em 1990, Dialética do esclarecimento (1979) com Adorno e publicada no Brasil por Jorge Zahar em 1985; e Herbert Marcuse, autor de Razão e revolução (1941) publicada no Brasil por Paz e Terra em 1981, Eros e civilização (1955) publicada no Brasil por Jorge Zahar em 1981, Ideologia da sociedade industrial (1964), publicada no Brasil por Jorge Zahar em 1982; e para uma segunda fase da escola, de novas concepções, Theodor Adorno, que publicou *Negative dialectics* (1966), *Prisms* (1967), *The authoritarian personality* (1950) e *The positivist dispute in german sociology* (1969). Um grupo que esteve apenas temporariamente ligado à Escola de Frankfurt foi formado por Walter Benjamin, Franz Neumann e Otto Kirchheimer, além de Erich Fromm. Após o fechamento, durante o período da

como interpretação para a filosofia materialista da história. O pensamento de Adorno foi muito marcado pela experiência do fascismo, o que o tornou cético sobre idéias de avanço do materialismo histórico, mas sua formação intelectual também foi marcada pelo interesse artístico, pois era músico.

A existência de meios de comunicação capazes de colocar uma mensagem ao alcance de grande número de indivíduos não basta para caracterizar a existência de uma indústria cultural e de uma cultura de massa. A indústria cultural é fruto da sociedade industrializada, de tipo capitalista liberal. Mas especificamente, porém, a indústria cultural concretiza-se apenas numa segunda fase dessa sociedade, a que pode ser descrita como a do capitalismo de organização (ou monopolista) ou, ainda, como sendo a sociedade dita de consumo. É considerada ainda como condição para a existência dessa indústria uma oposição entre a cultura dita superior e a de massa, apesar dos equívocos envolvidos nessa divisão. Admitida essa divisão, pode-se falar na existência de uma cultura superior, outra média (*midcult*) e uma terceira, de massa (*masscult*, inferior). (*apud* COELHO 1989,p.19)

Segundo as definições da teoria crítica, a cultura média (*midcult*) se distingue da cultura de massa (*masscult*) por sua pretensão de apresentar produtos que se querem superiores mas não são, de fato, formas realmente distintas daqueles. Em contrapartida, a *masscult* se contenta com fornecer produtos sem qualquer pretensão ou alibi cultural. Aqui registre-se ainda uma oposição entre a cultura popular, entendida como soma dos valores ancestrais de um povo, e a cultura dita pop. Para Coelho (1989), os mesmos excessos de valorização da cultura superior, diante da de massa, também são encontrados na defesa da popular diante da pop.

segunda guerra mundial, em 1950 o Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt foi reaberto e, dessa fase, destaca-se Jürgen Habermas.

A indústria cultural teria uma tendência para a produção da alienação do homem, através do reforço de normas sociais não discutidas, do encorajamento do conformismo social e da marginalização do debate sobre questões vitais da sociedade. Seria a indústria cultural não um combate à cultura superior e à popular, mas a criação de uma nova forma cultural. Como coloca Coelho:

A designação *cultura de massa*, além de revelar a permanência de preconceitos de classe, coloca problemas de ordem metodológica na medida em que é incerto o conceito do que seja *massa*. Assim, quando essa cultura se apresenta particularmente sob seu aspecto negativo, melhor seria designá-la pela expressão *cultura industrial* ou *industrializada* – denominação que talvez incorra em outros equívocos mas evita um fundamental: o relativo às classes sociais (*apud* COELHO 1989,p.19)

Para completar algumas concepções acerca daquilo que aparece freqüentemente nos cadernos de cultura, assim como cultura de massa, cultura superior ou erudita, devem ser incluídos conceitos de cultura popular. Para o auxílio nesta definição é pertinente buscar Nestor García Canclini e sua obra “As culturas populares no capitalismo” (1983,p. 43). Para esse autor, a especificidade das culturas populares não deriva apenas do fato de que sua apropriação daquilo que a sociedade possui seja menor e diferente, mas deriva também do fato de que “o povo produz no trabalho e na vida formas específicas de representação, reprodução e reelaboração simbólica de suas relações sociais”. Como os jornais analisados neste trabalho se encontram em cidades de certa forma distantes da metrópole, algumas manifestações de cultura popular ainda resistem e estão incorporadas no cotidiano destas sociedades.

[...] o povo realiza estes processos compartilhando as condições gerais de produção, circulação e consumo do sistema em que vive [...] e por sua vez criando as suas próprias estruturas. Portanto, as culturas populares são construídas em dois espaços: a) as práticas profissionais, familiares, comunicacionais e de todo tipo através dos quais o sistema capitalista organiza a vida de todos os seus membros; b) as práticas e formas de pensamento que os setores populares criam para si próprios, mediante os quais concebem e expressam a sua realidade, o seu lugar subordinado na produção, na circulação e no consumo". (GARCÍA CANCLINI, 1983,p.43)

Em "Cultura popular no Brasil"⁸, os pesquisadores Ayala; Ayala (1987) proporcionam aspectos interessantes para um aprofundamento no estudo deste tema. Comparam as manifestações culturais populares com a cultura erudita ressaltando a diferença justamente sobre a questão da documentação, analisando que para a primeira a manutenção e a permanência histórica dependem da memória, que tem seus limites, ou do registro realizado por pesquisadores, estes nem sempre capazes de um olhar mais abrangente.

Resta considerar a dicotomia entre o que é arte e o que é entretenimento, e nesse ponto reside o aspecto que representa, provavelmente, a dúvida diária e recorrente nas redações da maioria dos cadernos culturais. Como distinguir, por exemplo, se uma super-produção cinematográfica pode ser enquadrada como puro entretenimento ou se mereceria, aqui considerando-se um juízo de valor, ser chamada obra artística? Seriam tão puras essas divisões entre o que é um e

⁸ Do ponto de vista conceitual, nessa obra, os autores explicam que a cultura popular não constitui um sistema, no mesmo sentido em que se pode falar de sua existência na cultura erudita – um conjunto de produções artísticas, filosóficas, científicas etc., elaboradas em diferentes momentos históricos e que têm como referência o que foi realizado anteriormente, pelo menos desde os gregos. Para eles, as próprias condições de existência dos grupos subalternos das sociedades de classes implicam não só a desigualdade de acesso aos produtos da cultura dominante, mas

outro? O que deve estar publicado em um caderno de cultura; somente arte, somente entretenimento ou os dois tipos de produções? E em que medida? Para auxiliar a compreender como essa questão está presente e fortemente incorporada ao cotidiano das redações, pode-se utilizar um exemplo citado pelo escritor Daniel Piza:

Em 1996, a Secretaria Municipal de Cultura de Belo Horizonte realizou uma ampla pesquisa sobre hábitos e valores culturais na cidade. Um dos resultados mais curiosos foi a resposta à pergunta: “Um filme de Steven Spielberg é cultura?” Para mais de dois terços dos entrevistados, não. Tubarão, Indiana Jones e ET – nem se citem A lista de Schindler e Inteligência artificial – não são cultura. A pesquisa não perguntava o que, então, se poderia dizer que esses filmes são. Mas é fácil imaginar: a resposta seria “entretenimento” ou “lazer”. (PIZA, 2003,p.45)

Então, como selecionar o que publicar quando há dúvidas sobre o que é arte, principalmente em tempos em que as linguagens contemporâneas se cruzam e se influenciam mutuamente a todo momento, promovendo um fluxo de comunicação contínuo e sensível às interferências das mais distintas? Segue distante essa discussão. Entre breves abordagens sobre arte e religião, arte e poder, arte e tempos modernos, arte ingênua, arte e criação artística, arte e comunicação, Celso Kelly⁹ (1978) apresenta uma definição sintetizada a partir da concepção de que qualquer que seja o caminho para a investigação, a arte continuaria o mais rico meio de expressão desenvolvido pela humanidade. Ressalta a forma nova, a medida nova, a maneira sempre nova de revelar idéias,

também a falta de meios materiais de registro duradouro de sua produção cultural (desde a escrita até os modernos instrumentos de registro sonoro e visual).

sentimentos, emoções, apelos. Reforça a característica do ineditismo que desvincula a arte da superficialidade do real, da inspiração do artista, que capta imprevisíveis e, às vezes, imponderáveis aspectos do ambiente que o circunda, da antevisão de mudanças futuras e da autonomia que lhe chega a partir do diálogo com a humanidade.

Ao citar Mário de Andrade, “se a arte não é um elemento vital, mas um elemento da vida”, Jorge Coli (1990, p.105) exprime que se a arte não é imediatamente essencial, ela representaria em nossa cultura um espaço único onde as emoções e intuições do homem contemporâneo poderiam desenvolver-se de modo privilegiado e específico. Para o autor, na relação com a arte, a razão não deixa de intervir, pois ela estaria presente na fabricação do objeto artístico, que necessita de uma organização material e de um aprendizado técnico, além de um encadeamento lógico para a ordenação das idéias.

A razão está assim intrinsecamente presente no objeto artístico, mas a obra enfeixa elementos que escapam ao domínio do racional e sua comunicação conosco se faz por outros canais: da emoção, do espanto, da intuição, das associações, das evocações, das seduições. (COLI, 1990,p.105)

No caso da reflexão sobre entretenimento, vale considerar o que escreve, logo na introdução de “A cultura da mídia”, Douglas Kellner (2001, p.9). O autor proporciona ao leitor uma análise crítica sobre as características da cultura que

⁹ Celso Kelly - artista, crítico e professor responsável pelas disciplinas de História da arte e Fundamentos estéticos da comunicação da UFRJ na década de 70, presidente da Associação Brasileira de Imprensa, foi diretor artístico da Rádio Nacional, diretor do MEC, entre outras funções.

considera veiculada pela mídia em geral, como imagens, sons e espetáculos que dominariam o tempo de lazer e modelariam opiniões políticas e comportamentos sociais. Para ele, a cultura da mídia fornece material para que as pessoas construam seu senso de classe, etnia e raça, nacionalidade, sexualidade e, ainda, modelaria a visão de mundo e de valores como bom e mau, positivo e negativo, moral e imoral.

A cultura da mídia é industrial; organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos (gêneros), segundo fórmulas, códigos e normas convencionais. É, portanto, uma forma de cultura comercial. [...] Mas a cultura da mídia é também uma cultura *high-tech*, que explora a tecnologia mais avançada. É um setor vibrante da economia, um dos mais lucrativos, e está atingindo dimensões globais. Por isso, é um modo de tecnocultura que mescla cultura e tecnologia em novas formas e configurações, produzindo novos tipos de sociedade em que mídia e tecnologia se tornam princípios organizadores. (KELLNER, 2001, p. 9)

Assim, finalizando esta série de observações sobre conceitos, retoma-se a problemática destacada pelo trabalho com considerações sobre o atual estado do jornalismo cultural, onde se corrobora com a experiência e análise de Daniel Piza (2003). A cobertura jornalística dos cadernos culturais parece ser caracterizada, em sua maioria, por assuntos que abordam celebridades e nomes do setor artístico bem-sucedidos, pois freqüentemente as publicações estão centradas em dar espaço para sucessos de massa, lançamentos que garantirão um grande número de leitores para as páginas do jornal. Apresentam poucas ações como alternativa a esse modelo. A facilidade da obtenção dessas informações através de agências de notícias e, desde o desenvolvimento da internet, também pela

rede mundial de computadores, parece contribuir para que a situação se mantenha como está, já que proporciona o fechamento da edição com mais rapidez do que há cerca de 10 anos. Talvez, nesse momento resida uma conveniência para os interesses dos que querem ver publicadas suas notícias, aproveitando-se da existência dessas lacunas.

Há também a considerar a situação dos profissionais que atuam nesta área. Entre a classe jornalística, em certa medida, há um senso comum de que ele é o que trabalha menos, porque o horário de fechamento é antecipado em relação ao restante das editorias. Mas será que o período que lhe sobra após o fechamento não deveria ser dedicado à freqüência em atividades culturais? Das classes artística e acadêmica, às vezes, o jornalista cultural recebe críticas quanto à superficialidade. E, registre-se aqui, apesar de não constar como objeto deste estudo, ele sofreria uma maior probabilidade de estar sujeito às ofertas das conhecidas propinas, o popular *jabá*, meio usado por gravadoras, editoras ou distribuidoras de filmes, entre outras empresas e produtoras interessadas em conseguir vantagens em relação às opiniões emitidas por determinados jornalistas, ou ainda, ganhar mais destaque em uma cobertura jornalística que ocorreria sem a necessidade dessa conduta, porém, talvez com menor espaço.

Com um cotidiano que pode ser mais planejado em relação à maioria das editorias, visto que o conhecimento dos próximos eventos chega com dias de antecedência, o jornalismo cultural acaba refletindo também certo esfriamento, já que o release a respeito de um show que será realizado numa sexta-feira, por exemplo, chega à redação com uma semana ou mais tempo de antecedência,

geralmente acompanhado de fotos com excelente qualidade fornecidas pelos divulgadores. O mesmo ocorre com filmes, espetáculos teatrais e aberturas de exposições. As facilidades são muitas e parece que romper esse ciclo, visando dedicar-se a uma pauta mais investigativa ou a assuntos especiais sobre a região de circulação do jornal, por exemplo, por ora não aparece como enfoque principal nestes veículos.

Como a hipótese levantada nesta dissertação é a de que o acompanhamento das agendas de eventos e datas comemorativas, através de informações obtidas junto aos próprios promotores de tais atividades, abarca grande parte da cobertura dos cadernos culturais nos veículos estudados, faz-se necessário, então, explicitar os objetivos. Como objetivo geral do projeto está coletar e organizar informações que proporcionem melhor compreensão ao panorama dessa editoria, como objetivo específico cita-se analisar e tentar compreender o fluxo por que passam as informações desde a chegada à redação até sua publicação e, por último, identificar algumas características que possam demonstrar certa tendência na cobertura de cultura por estes veículos.

Na primeira parte do item 3 serão abordados, com mais detalhes, alguns aspectos citados nesta Caracterização, tais como as teorias de jornalismo, debates acerca de temas pertinentes como indústria cultural e cultura de massa. Também será apresentado, como uma contextualização, um recorte histórico sobre jornalismo impresso no Brasil, além de se demonstrar a ambiência atual nos veículos estudados, assim como o enquadramento dos municípios em que eles estão sediados.

Para a segunda parte, estão reservadas análises sobre questões de gestão de informação e de pessoas, além das descrições das respostas dos editores a um questionário enviado por *email*, buscando identificar uma lógica de funcionamento existente nas equipes que produzem os cadernos culturais dos veículos.

A terceira parte cita os cursos de jornalismo que existem no estado de São Paulo, com dados sobre suas matrizes curriculares, algumas opções de pós-graduação e considerações de profissionais de jornalismo e comunicação em geral, sobre o que consideram importante para a formação daqueles que atuam nessa área. Também há algumas referências a pensadores que prevêem possíveis futuras configurações para o trabalho humano na sociedade em que vivemos, procurando identificar a relação com a cultura.

O item 4 acha-se dividido em duas partes, com a primeira explicitando os procedimentos metodológicos utilizados para a pesquisa de campo e a segunda com as análises qualitativa e comparativa do *corpus* da pesquisa.

Finalizando, são apresentadas as conclusões obtidas e que se constituem em parâmetros norteadores àqueles interessados em implementar novas condutas de gestão na área de jornalismo cultural regional.

3 SISTEMATIZAÇÕES E O ESTADO DA ARTE: JORNALISMO, GESTÃO E FORMAÇÃO

3.1 Jornalismo cultural impresso: uma contextualização

Jornalismo cultural é a editoria em que aparecem as coberturas sobre assuntos de artes e espetáculos, variedades, como televisão, moda e comportamento, roteiro de shows, cinema, gastronomia e afins. Grades de programação de TV, horóscopo, palavras cruzadas e, ainda, críticas e artigos integram a editoria em algum momento. Os títulos desses produtos editoriais variam, mas acabam recorrendo a referências quanto aos chamados Segundo Caderno, Caderno Cultura, Caderno B, Caderno 2, Vida e Lazer. Isso pode ser comprovado através de uma pesquisa nos sites de cada veículo ou pelo guia de mídia do interior do estado, disponível no endereço <http://www.guiademidia.com.br/jornais/saopaulo/interior.htm> .

Antes de abordar propriamente essa temática, é mister apresentar explanações breves como um recorte histórico da imprensa no Brasil e dos cadernos culturais mais conhecidos do grande público, como Caderno 2, de O Estado de S.Paulo, e Ilustrada, da Folha de S.Paulo. Dados sobre a história da imprensa no Brasil podem ser encontrados no site <http://www.cpdoc.fgv.br>. Como ponto inicial, pode-se dizer que ela foi introduzida no Brasil com a chegada de D. João VI. O material gráfico - que era pertencente à Secretaria dos Estrangeiros e da Guerra - foi colocado no porão do navio Medusa, pelo conde da Barca e,

posteriormente, instalado em sua casa. Após um ato real, a casa passou a funcionar como Imprensa Régia. Foi publicado a 10 de setembro de 1808 o primeiro jornal editado no Brasil, a Gazeta do Rio de Janeiro. O jornal saía duas vezes por semana e tinha quatro páginas. Depois de passar por várias direções e denominações, sempre com caráter oficial, tornou-se, em 1º de janeiro de 1892, o Diário Oficial que se conhece até hoje.

Praticamente ao mesmo tempo, nascia em Londres o Correio Braziliense, fundado por Hipólito José da Costa, que se beneficiou da liberdade de imprensa existente na Inglaterra, podendo criticar livremente os atos do governo português. É considerado o primeiro jornal brasileiro e circulou de junho de 1808 a dezembro de 1822, com 175 números editados no total. A circulação era mensal. Depois da Independência do Brasil, o fundador resolveu encerrar a publicação, visto que não fazia sentido uma publicação no exterior para um país independente.

O Correio Braziliense é, na atualidade, um jornal de Brasília, fundado no dia 21 de abril de 1960 por Assis Chateaubriand, juntamente com a inauguração da cidade. O nome veio do histórico Correio Braziliense ou Armazém Literário, editado em Londres. Em 1960, aceitando um desafio do presidente Juscelino Kubitschek, os Diários Associados, então maior conglomerado de mídia no Brasil, se propuseram a lançar um jornal na nova capital federal, Brasília. Descobrimos nos escritos de Hipólito José da Costa idéias favoráveis à transferência da capital do Rio de Janeiro para o interior, o então diretor dos Diários decidiu retomar o título, aproveitando o termo brasiliense que começava a ser empregado como adjetivo pátrio de Brasília.

O segundo jornal editado no Brasil surgiu na Bahia em 1811: Idade d' Ouro do Brasil. O veículo tinha a proteção do Conde dos Arcos, que lhe impôs como característica uma busca pela isenção no noticiário político. Entretanto, durante os 12 anos de existência defendeu abertamente o domínio português. Entre junho de 1821 e dezembro de 1822, cerca de 20 periódicos surgiram no Rio, dos quais um dos mais importantes foi o Diário do Rio de Janeiro, fundado pelo português Zeferino Vito de Meireles e com algumas características do jornal moderno. Publicava anúncios e notícias sobre furtos, assassinatos, espetáculos, compra e venda, achados e perdidos, aluguéis, entre outras informações. Permanecia distante da política, tanto que não noticiou a Proclamação da Independência.

Com o advento do Império, cessado o quadro turbulento na política, o jornalismo entrou numa fase predominantemente cultural, abrigando homens de letras em centenas de publicações literárias e acadêmicas. Quase todos os escritores e poetas começaram nos jornais ou passaram por eles: Machado de Assis, Coelho Neto, Aluisio Azevedo, Olavo Bilac, Euclides da Cunha, Alphonsus de Guimarães, Rui Barbosa.

De grande importância foi também o ano de 1827, quando apareceram o Aurora Fluminense, de Evaristo da Veiga; o Jornal do Comércio, que circula até hoje, e o Farol Paulistano, primeiro jornal impresso em São Paulo. A 29 de julho de 1925 começou a circular no Rio de Janeiro, O Globo, fundado por Irineu Marinho. Em 17 de julho de 1928, José Eduardo de Macedo Soares fundou o Diário Carioca e, precedida de grande campanha publicitária, a revista O Cruzeiro, criada por Carlos Malheiro Dias e que passou a integrar, com A Cigarra, a cadeia

dos Diários Associados, conseguindo circulação nacional, no que foi pioneira, com 800 mil exemplares semanais de tiragem.

Na década de 50, a tendência à concentração se acentuou tanto que numerosos jornais e revistas desapareceram, enquanto poucos foram lançados. Revistas que tinham boa situação no princípio do século desapareceram: A Careta, Fon-Fon, Ilustração Brasileira, O Malho, O Tico-Tico, Eu Sei Tudo, Revista da Semana; e mesmo as posteriores: A Noite Ilustrada, Carioca, Vamos Ler, Vida Nova. Apenas uma revista apareceu nessa fase de concentração progressiva: Manchete (1953), que traria impacto às artes gráficas no Brasil.

Dois fatos contribuíram decisivamente para a modernização técnica da imprensa brasileira em meados do século XX: as reformas do Diário Carioca, em 1947, e do Jornal do Brasil, a partir de 1956. A do Diário Carioca caracterizou-se pela reformulação da linguagem jornalística, criando um estilo direto e objetivo de narração; instituiu a diagramação e o departamento de texto; criou o colunismo social como se conhece ainda hoje; e dinamizou a fotografia, que passou a ser um elemento de informação e não apenas de ilustração. Jornal diário e vespertino fundado no Rio de Janeiro em 12 de junho de 1951 por Samuel Wainer, o Última Hora introduziu uma série de técnicas de comunicação de massa até então pouco utilizadas no Brasil. O jornal foi fundado ainda para servir de respaldo ao Getulismo junto à opinião pública.

Foi no Jornal do Brasil, veículo fundado pelo político Rodolfo Epifânio de Souza Dantas, apoiado por monarquistas empenhados em restaurar o poder de Pedro I, em 9 de abril de 1891, que surgiu, na década de 1960, um dos primeiros cadernos culturais do Brasil: o Caderno B. Por ele passaram os poetas Carlos

Drummond de Andrade e Ferreira Gullar, o cronista José Carlos Oliveira, os cartunistas Henfil e Ziraldo, além de respeitados colunistas políticos como Barbosa Lima Sobrinho e Carlos Castello Branco.

Já no estado paulista, o jornal O Estado de S. Paulo, também conhecido por Estadão, foi fundado baseando-se nos ideais de um grupo de republicanos em 4 de janeiro de 1875. Nessa época, o jornal se chamava A Província de São Paulo e foi o pioneiro em venda avulsa no país, fato pelo qual foi ridicularizado pela concorrência (Correio Paulistano, O Ipiranga e Diário de S. Paulo). Curiosamente, a venda avulsa foi impulsionada pelo imigrante francês Bernard Gregoire, que saía às ruas montado num cavalo e tocando uma corneta para chamar a atenção do público - e que, décadas depois, viraria o próprio símbolo do jornal.

Alguns fatos marcantes na história do jornal: 1) Em 1924, o Estado foi impedido de circular pela primeira vez, após a derrota do levante tenentista que sacudiu a cidade. Júlio Mesquita, que tentou intermediar um diálogo entre os revoltosos e o governo, foi preso e enviado ao Rio de Janeiro, sendo libertado pouco depois; 2) Com a eclosão do Estado Novo, o jornal manteve a oposição ao regime e, em março de 1940, foi invadido pelo Departamento de Ordem Pública e Social (Deops) e, em episódio obscuro, "armas são apreendidas" na redação. O jornal foi inicialmente fechado e logo depois confiscado pela ditadura getulista, sendo administrado pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) até 1945, quando foi devolvido pelo Supremo Tribunal Federal (STF) a seus proprietários; 3) Em 13 de dezembro de 1968, a edição do Estado foi apreendida em razão da recusa de Mesquita Filho de excluir da seção "Notas e Informações" o editorial "Instituições em Frangalhos", no qual denunciava que aquele seria o fim

de qualquer aparência de normalidade democrática; 4) Em 1970, para dar suporte operacional às unidades de mídia do Grupo Estado - O Estado de S. Paulo (1875), Rádio Eldorado (1958) e Jornal da Tarde (1966) -, foi criada a Agência Estado; 5) Em 1986, o Estado contratou o jornalista Augusto Nunes para assumir o posto de diretor de redação. Ele empreendeu uma série de reformas gráficas, que redundaram na adoção, em 1991, de cores no jornal e de edições diárias - até então o Estado¹⁰ não circulava às segundas-feiras e após feriados. Em 2004, nova reforma gráfica proporcionou ao jornal sua configuração atual.

A história da Folha de S.Paulo¹¹ começou em 1921, com a criação do jornal "Folha da Noite". Em julho de 1925, foi criado o jornal "Folha da Manhã", edição matutina da "Folha da Noite". A "Folha da Tarde" foi fundada após 24 anos. Em 1º de janeiro de 1960, os três títulos da empresa se fundiram e surgiu o jornal Folha de S.Paulo. O polêmico suplemento dominical de cultura, Folhetim, publicado no final dos anos 70 e durante quase toda década de 80, foi criado e dirigido por um dos fundadores do também polêmico Pasquim, o jornalista Tarso de Castro. O Folhetim teve início em 23 de janeiro de 1977. No dia anterior ao lançamento (22/01/1977), o caderno foi anunciado com um texto na primeira página do jornal como sendo uma "revista a cores na Folha aos domingos", mas não foram só as cores a novidade que a publicação trouxe, também eram anunciadas outras atrações como as "atualidades internacionais por Paulo Francis (Nova Iorque) e J.B. Natali (de Paris)" além do humor em "novos quadrinhos nacionais" coloridos e, sempre, uma grande reportagem como assunto de capa.

¹⁰ Informações sobre a história do O Estado de S. Paulo são obtidas no site: <http://estado.com.br>

A partir de 1979, sob o comando de Oswaldo Mendes, o Folhetim ganhou uma comissão editorial e passou por uma fase mais voltada a temas sociais, promovendo uma ligação mais estreita com a universidade. Faziam parte dessa comissão Rogério Cerqueira Leite, Carlos Guilherme Mota, José A. Guilhon Albuquerque, Tércio Sampaio Ferraz Jr., Joelmir Beting, Severo Gomes, Eunice Duhran, José P. da Santa Cruz, Miguel Reale Jr. e Paulo Archia Mendes da Rocha. A grande mudança dos rumos editoriais do Folhetim aconteceu em 1982, com Mário Sérgio Conti e, definitivamente, com Rodrigo Naves, quando o caderno abandonou seu caráter social acadêmico, optando por uma proximidade maior de assuntos da chamada cultura refinada. Em 14 de novembro de 1986, o Folhetim passou a circular às sextas-feiras e, no ano seguinte, comemorou seus dez anos de existência com o lançamento do livro "Folhetim - Poemas Traduzidos". Em 23 de julho de 1988 passou a circular aos sábados. A sua última edição foi em 25 de março de 1989.

Na realidade, foi nos anos 80 que estes dois principais jornais paulistas lançaram seus cadernos de cultura diários. No início, ainda mantinham muito peso para críticas e matérias de fundo opinativo, passando inclusive por assuntos polêmicos e esquentando a pauta quase sempre, devido às disputas entre os dois veículos. Contudo, essa característica se modificou a partir dos anos 90.

A Ilustrada ficou famosa por seu gosto pela polêmica – como a que Paulo Francis e Caetano Veloso travaram em 1986 - e por sua atenção à cultura jovem internacional, então em plena ebulição. Além de críticos incisivos e articulistas brilhantes (como Ruy Castro e Sérgio Augusto), além de colunistas (Paulo Francis, Décio Pignatari, Tarso de Castro, Gerardo Mello Mourão), a reportagem característica dos cadernos de "variedades" tomou lugar – a reportagem que

¹¹ Informações sobre a Folha de S.Paulo podem ser encontradas no site: <http://www.folha.com.br>

apresenta um nome ou uma tendência que está chamando ou deveria chamar a atenção do público. No início, essas reportagens tinham um tom autoral; ou seja, o autor, misto de repórter e crítico [...] O caderno manteve essa variedade e quentura até meados dos anos 90, quando o peso relativo da opinião diminuiu sensivelmente, e a agenda passiva começou a se tornar dominante. O auge do *Caderno 2* foi no final dos anos 80. Na primeira geração, Wagner Carelli, Zuza Homem de Mello, Enio Squeff e outros também esquentavam a pauta e falavam com conhecimento de causa sobre diversos assuntos. [...] Enquanto a *Ilustrada* dava mais atenção ao cinema americano e à música pop, o *Caderno 2* fazia uma dosagem maior com literatura, arte e teatro – distinção que permanece mais ou menos até hoje, sem a mesma qualidade de texto e a mesma força de opinião. (PIZA, 2003, p. 40)

Aproximadamente uma década depois dos grandes, os jornais de cidades do interior do estado começaram a criar seus cadernos específicos de cultura ou abriram espaço maior para estes produtos editoriais, em alguns casos, buscando recursos editoriais e gráficos muito parecidos aos usados pelos grandes. Com a disseminação do uso das suas agências de notícias (Estado e Folha) e a revolução decorrente a partir do uso da Internet, desde 1995, estes veículos puderam se aproximar ainda mais do modelo comum, mesmo que, em nível local, ainda tenham que se adaptar.

É oportuno incluir uma última contribuição para as considerações a respeito da história do jornalismo cultural impresso antes de se iniciar a explanação sobre os veículos ora analisados. Pode-se pensar que, durante o primeiro século de história da imprensa brasileira (1808 a 1908), “o modo como a cultura passa a ser ‘representada’ (tematizada, produzida e veiculada) nos diários impressos é simultâneo, e diretamente ligado, ao papel de ‘agente’ integrado e instituinte que a imprensa vai participando dos processos de construção cotidiana das relações que vão formando o campo cultural”.

Essa análise é de Sérgio Luiz Gadini (2006), autor da tese de doutorado “Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro” (defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos/RS), que propõe considerar que, em meados do século XIX, estimava-se que a taxa de alfabetização no Brasil era de 3%. “Como pensar em cultura – produtos, consumo, acesso aos bens e similares – nesse contexto?” Para o pesquisador, este é um registro de que no Brasil, diferentemente dos países europeus, a tematização da cultura, recortando referências históricas em busca de uma contextualização, não ocorreu como uma consequência dos processos do pensamento moderno, mas sim, em conjunto com o desenvolvimento deste.

Ao referir-se a Habermas (1989), o autor registra que hábitos, valores e comportamentos passam a ser situações (mais) aceitáveis na mídia brasileira, e aparecem de modo mais sistemático, na mesma proporção em que a indústria cultural registra seu fortalecimento, proliferação e aceitabilidade junto ao crescente – embora nem sempre tão ‘massivo’ – público consumidor no país. Reforçando: “aquilo que, em momentos anteriores, configurava-se apenas como expressão artística ou manifestação cultural (identitária, em muitos casos, na medida em que integrava os modos de pensar e agir dos indivíduos que se deslocavam em um mesmo espaço geográfico e temporal), passa a ser regido por lógicas externas, determinadas pelas relações de mercado e por formas de organização da vida social”.

A idéia é situar como o jornalismo cultural brasileiro contemporâneo vai, também e gradativamente, participando da formação do próprio campo cultural, não apenas e necessariamente de forma dependente, mas “instituindo práticas

discursivas que imprimem reconhecimento, adesão ou mesmo fortalecimento das mais diversas ações, iniciativas e relações que integram o setor cultural”, completa o pensamento de Gadini (2006).

Como o objeto desta pesquisa são jornais, apenas será apresentado um breve recorte histórico das revistas que tiveram destaque no jornalismo cultural brasileiro, no entanto, sem um aprofundamento nessa questão.

É fato que os folhetins dominaram os espaços culturais nos jornais durante o primeiro século da imprensa no Brasil, assim como acontecia na Europa. Escritores publicavam seus romances em capítulos, crônicas e contos em rodapés de primeira página e, às vezes, em suplementos dominicais, proporcionando uma leitura de lazer no final de semana. Diversos autores brasileiros, como cita Piza (2003,p. 32), tiveram seus trabalhos primeiro em formato de folhetim para depois publicá-los em livros, o que custava muito caro na época. Somente com o início da veiculação de rádio novelas, e três décadas mais tarde com o fenômeno observado na televisão, é que acabaram as publicações dos folhetins na imprensa. Fábio Gomes, jornalista e escritor, em *Jornalismo Cultural* (2006), obra ainda inédita em publicação tradicional mas disponível para compra pela Internet, frisa aspectos da história das revistas especializadas em assuntos culturais da primeira metade do século XX, como se segue na citação:

Semelhante ao verificado em relação à imprensa geral, teatro e literatura dominavam o campo de publicações especializadas em cultura no século XIX. Eram relacionados com o palco: o panfletário jornal *O Coruja Teatral* (Rio de Janeiro), de 1840; a *Revista Teatral*, publicada por estudantes de Recife em 1850; e a *Revista Dramática* (Rio de Janeiro), semanal, que publicou quatro números em maio de 1860. Em Porto Alegre, circularam no período a revista literária *O Guaíba* (1856) e a *Revista Mensal da Sociedade Partenon Literário* (1869-79), ligada à referida associação de escritores. Já no ano de estréia a

revista noticia a representação de uma peça em Cachoeira do Sul (RS) cuja renda seria doada à campanha abolicionista.[...] *Recordações do Escrivão Isaías Caminha* tem os primeiros capítulos publicados em 1907 na revista *Floreal*, que Lima Barreto fundara com amigos. Crítica contundente aos donos de jornal, o livro foi ignorado pela crítica quando do lançamento em 1909. [...] A revista *Diretrizes*, criada por Samuel Wainer e Azevedo Amaral em 1938, foi um marco importante: um órgão anti-fascista em pleno Estado Novo. Antes de ser fechada por ordem de Getúlio Vargas em 1944, veiculava artigos de política, economia e cultura dos principais jornalistas e escritores do país – inclusive com um folhetim escrito a dez mãos por Jorge Amado, Graciliano Ramos, José Lins do Rego, Rachel de Queiroz e Aníbal Machado, intitulado *Brandão entre o Mar e o Amor*. [...] *Kosmos*, lançada em 1904, foi a primeira revista de cultura a publicar reportagens, rompendo com o modelo das revistas lançadas a partir da década de 1860, nas quais o texto servia basicamente de apoio para as charges, que eram o “prato principal” da publicação. Essas reportagens eram de autoria de João do Rio, que passou à história literária brasileira como cronista. (GOMES, 2005,p.14-15)

Existiram ainda publicações especializadas como a revista de cinema Cinearte (1926 – 42), mais dedicada aos programas de filmes e peças de teatro, a Palcos e Telas (1918 – 21), e a Semana de Arte Moderna, que se prolongou com o aparecimento de várias revistas ligadas ao tema: Klaxon e Revista Antropofágica (São Paulo), A Revista (Belo Horizonte) e Verde (Cataguases). Os poetas e escritores modernistas tinham que publicar seus textos nestas revistas, já que a imprensa diária havia fechado as portas para o movimento. Boa parte destas revistas durava pouco tempo, devido às dificuldades para publicação e manutenção.

A segunda metade do século XX foi marcada por inúmeras revistas culturais que surgiram e desapareceram rapidamente, sendo que a maioria era criada por grupos de estudantes. Com a Ditadura Militar, muitos veículos foram fechados e o destaque foi para as publicações de resistência, como O Pasquim e Opinião (Rio de Janeiro) e Movimento e Bondinho (São Paulo), que misturavam

humor, combate à Ditadura e cobertura cultural. A partir de 1997, surgiram revistas mensais que possuíam espaço para ensaios, debates acerca de temas escolhidos para nortear cada edição e certa dose de crítica. Entre as que mais se destacam ainda hoje estão Cult (literatura) e Bravo!, a qual apresenta um roteiro bastante completo de espetáculos, eventos de artes visuais, lançamentos literários e fonográficos. O tratamento visual destas duas revistas também se mantém como um diferencial e modelo neste tipo de publicação.

Os jornais culturais, enquanto parte de uma mídia impressa, têm algumas características próprias e distintas daquelas encontradas nas outras partes dos jornais em geral. Como cita Piza (2003,p. 81), por exemplo, uma sedução para os jornalistas culturais é trabalhar com as efemérides, fazendo dos aniversários de nascimento e de morte de artistas e escritores importantes uma chance de preencher páginas e mais páginas resumindo vida e obra dessas pessoas. O que o autor considera um certo comodismo. Mário Erbolato (1991, p. 44) classifica ainda como uma possibilidade restrita a esta editoria o que chama de jornalismo diversional, citando Truman Capote com “A sangue frio”. Assim, uma das questões mais importantes desse jornalismo reside em sua forma de editoria, a qual consiste em abordar assuntos considerados mais “frios”, através de pautas que chegam às redações com vários dias ou até meses de antecedência ao acontecimento, espaço para explorar a crítica e uma maior proximidade com a literatura, além da divisão de espaço gráfico com o roteiro ou agenda cultural, função considerada de utilidade pública, através do fornecimento de informações de serviço pelo veículo a seus leitores.

Nessa área, parece existir uma tendência à necessidade de utilização principal de três teorias de jornalismo para a tentativa de se aproximar de uma possível explicação para os acontecimentos. A primeira delas é a teoria do *Agenda setting* (agendamento), a segunda é a teoria do *Gatekeeper* (selecionador) e a terceira a Teoria Organizacional.

Nelson Traquina, professor catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Nova de Lisboa (Portugal), em sua obra *O estudo do jornalismo no século XX* (2003), faz uma análise da evolução da pesquisa sobre o conceito de agendamento e cita que, quando este conceito foi exposto pela primeira vez, em artigo de uma revista acadêmica norte-americana (MCCOMBS; SHAW, 1972), havia certo paradigma tranquilizador de que o poder da mídia¹² e seus efeitos seriam limitados.

¹² Mídia, no processo de comunicação, seriam os veículos para o tráfego da mensagem desde a fonte emissora até o receptor. James J. Thompson, em *Anatomia da comunicação* (1973, p. 21) explica: “O veículo é o canal ou cadeia de canais que liga a fonte ao receptor. [...] ao contrário dos meios de transporte, contudo, os veículos de comunicação não são neutros. Eles moldam a mensagem à sua própria imagem. Cada veículo exerce sua influência – suas próprias peculiaridades – sobre a mensagem e, neste sentido, torna-se parte da própria mensagem. Veículo e mensagem são inseparáveis”. Deve-se reforçar aqui que a comunicação é um processo cíclico e uma informação emitida pela fonte percorre o canal, ou cadeia de canais, é decodificada pelo receptor e ocorre uma realimentação. Assim, uma fonte pode verificar a eficácia de sua transmissão original através desse *feedback*, e modificar mensagens seguintes, objetivando aproximá-las ao máximo da correção. Sobre a mídia de massa, estudada pelos chamados “teóricos críticos” da Escola de Frankfurt, Max Horkheimer e Theodor Adorno, além de muitos outros influenciados pelo marxismo, ficou a concepção de que estas seriam formas de ideologia na sociedade moderna, isto é, um meio pelo qual grupos ou classes dominantes seriam capazes de difundir interesses e que serviriam, assim, para manutenção do *status quo*. Visões um pouco diferentes sobre a comunicação de massa foram apresentadas pelos canadenses Marshall McLuhan e Harold Innis, entre as décadas de 50 e 60. Estes seriam os “teóricos da mídia”. Para eles, a própria forma do meio de comunicação pode influenciar a natureza humana. McLuhan analisou as tecnologias de comunicação como um impacto fundamental sobre os sentidos e as faculdades cognitivas dos seres humanos: enquanto as sociedades orais exigiam um tipo de sentido humano, a escrita e, posteriormente a impressão (pós Gutemberg), desenvolveu mais o sentido da visão. Isso teria tornado os indivíduos mais independentes, racionais e especializados. Mas com o advento da mídia eletrônica, foi criado um novo ambiente cultural, ou seja, além da visão, houve uma “interação unificadora dos sentidos, na qual os indivíduos são unidos em redes globais de comunicação instantânea”. Esta seria, para McLuhan, a “aldeia global”. (DICIONÁRIO DO PENSAMENTO SOCIAL DO SÉCULO XX, p. 114)

Num contexto de comunicação política, base da análise de seus primeiros pesquisadores, o conceito de agendamento analisa que os veículos de mídia teriam a capacidade de influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública, tornando decisiva, por exemplo, a escolha do voto. Apesar de publicado em 1972, este conceito baseou-se em um trabalho de campo realizado durante as eleições norte-americanas de 1968, quatro anos antes, quando foi realizada uma investigação junto a cem eleitores indecisos que foram identificados e entrevistados pessoalmente durante os meses de setembro e outubro. A agenda pública de questões eleitorais deles era medida através das questões: “O que é que mais o preocupa no momento? Isto é, independentemente do que dizem os políticos, quais são as duas ou três coisas principais acerca das quais pensa que o governo deveria fazer alguma coisa?” (TRAQUINA, 2003,p. 18). Após o processamento dos resultados, uma conclusão desenvolvida foi a de que a imprensa pode não conseguir dizer às pessoas *como pensar*, mas poderia, na maioria das vezes, influenciá-las sobre *o que pensar*.

Esta teoria defende a idéia de que os leitores (principalmente, porque pareceria o meio impresso mais confiável que os eletrônicos rádio e televisão) tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados pela imprensa, assim, esses veículos estariam “agendando” as conversas, pautando os relacionamentos. Ela foi uma reação à teoria dos efeitos limitados, com auge entre 1940 e 1960. Outro detalhe é que, apesar de ter sido elaborada no início da década de 70, o conceito foi citado na publicação *Public Opinion*, de 1922, escrita por Walter Lippman. Nesta obra citada, o autor sugeria que existe uma relação entre a agenda midiática e a agenda pública, sendo a mídia a principal ligação

entre os acontecimentos do mundo e as imagens desses acontecimentos na mente dos leitores e expectadores.

O desenvolvimento deste conceito foi também uma reação à Teoria Hipodérmica, que assentia que cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem. Para esta teoria, cada indivíduo reagiria isoladamente às ordens dos meios de comunicação de massa monopolizados. Os efeitos produzidos pela mídia chegariam da mesma forma para todas as pessoas, independente de suas características sociais, psicológicas ou culturais.

Assim, a hipótese da *agenda setting* não é a de que a imprensa pretende persuadir, mas a influência da mídia nas conversas dos cidadãos viria da própria dinâmica organizacional das empresas de comunicação, com sua cultura específica e o desenvolvimento de certos critérios de noticiabilidade¹³. Ou seja, as pessoas tenderiam a incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo de que tratam os meios de comunicação de massa. Pertinente reforçar que quase todos os estudos do agendamento estão concentrados na análise dos conteúdos da produção jornalística de jornais e televisão, e não no conteúdo da programação midiática como um todo.

¹³ No livro *Teorias da comunicação*, Mauro Wolf (2002) sistematiza critérios de noticiabilidade, que seria a capacidade que os fatos têm de virar ou não notícia. Estes critérios são chamados de valores-notícia e são sub-divididos em categorias: substantivas (importância dos envolvidos, quantidade de pessoas envolvidas, interesse nacional, interesse humano, feitos excepcionais), relativas ao produto (brevidade > nos limites do jornal, atualidade, novidade, organização interna da empresa, qualidade > ritmo, ação dramática, equilíbrio > diversificar assuntos), relativas ao meio de informação (acessibilidade à fonte/local, formatação prévia/manuais, política editorial), relativas ao público (plena identificação de personagens, serviço/interesse público, protetividade > evitar suicídios, etc.), relativas à concorrência (exclusividade ou furo, gerar expectativas, modelos referenciais). “Os próprios valores-notícia são usados para sistematizar o trabalho na redação. Eles são contextualizados no processo produtivo, adquirem significado e função e tornam-se dados evidentes para os profissionais envolvidos no processo: o chamado senso comum das redações. Ou seja, qualquer jornalista sabe dizer o que é notícia e o que não é de acordo com esse senso comum”. (PENA 2005,p. 131)

Complementando os estudos sobre esse conceito, Traquina (2003) cita que Moloch e Lester (1974) identificaram três categorias de pessoas, posicionadas de forma diferente perante a organização do trabalho jornalístico: 1) os promotores da notícia (os que identificam uma ocorrência como especial), 2) os unificadores (profissionais que tornam um conjunto de ocorrências um acontecimento público) e 3) os consumidores de notícia (os que assistem a elas ou as lêem nos meios de comunicação).

Os últimos, os consumidores, seriam os “membros sujeitos à influência dos mídia, que ajudam a constituir a agenda pública” (TRAQUINA, 2003,p. 21). Mas, em defesa dos jornalistas, o pesquisador observa que a história do jornalismo tem sido um processo de profissionalização lento e difícil. Reforça a existência do *ethos* profissional onde existe um conjunto de normas, rituais e valores (a objetividade, a independência, o imediatismo) que formam uma ideologia profissional. “Um aspecto fundamental dessa cultura profissional é a partilha de valores quanto à importância ou interesse que uma ocorrência ou questão poderá ter; são os critérios de noticiabilidade, constituídos por um conjunto de valores-notícia”, escreve (TRAQUINA, 2003,p. 28). Seriam duas as variáveis na construção da agenda jornalística: a atuação dos próprios jornalistas, com seus critérios de noticiabilidade na seleção das ocorrências, e a ação estratégica dos promotores de notícia, com os recursos que possuem para serem capazes de obter acesso ao campo jornalístico.

Apenas há que se registrar que os critérios de noticiabilidade são negociados no cotidiano das redações. O repórter negocia com o editor, que negocia com o diretor de redação, que negocia com seus superiores.

Para finalizar a abordagem e deixar mais um item na linha de pensamento sobre esta teoria, cita-se Eugênio Bucci¹⁴, que escreve na introdução de Poder no jornalismo, livro de Mayra Rodrigues Gomes¹⁵: “O jornalismo ainda crê e faz crer no operador, supõe-se baseado na premissa de que os eventos se sucedem independentemente da presença ou do olhar do observador”. Neste texto (2003), Bucci cita que tal premissa já foi abandonada até mesmo pela física quântica há mais de um século. O profissional, mais que *constituir* os fatos neste fluxo das notícias nos jornais, no rádio, na televisão, nas revistas e na Internet, acaba por *ordenar* os fatos. E completa: “Ora, e o que é realidade, senão aquela que é dada pela mídia – ou pelas reações à mídia, o que dá no mesmo? O que é realidade senão a composição de sentidos e de significados tal como ela pode acontecer nos termos da comunicação social?” (p. 12)

O outro conceito pertinente como norteador deste trabalho é chamado *gatekeeper* e traz uma metáfora clara: a pessoa tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia. Diante de um grande número de acontecimentos, só se transformam em notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate* em inglês). Quem decide é o “porteiro” ou selecionador.

¹⁴ Eugênio Bucci é jornalista, secretário editorial da Editora Abril e diretor de redação da revista Superinteressante, também da Abril. Assina a coluna “Tempo de TV” na revista Veja. Publicou os livros O Peixe Morre pela Boca - Oito Artigos sobre Cultura e Poder (São Paulo, Editora Scritta, 1993) e Brasil em Tempo de TV (Boitempo Editorial, 1996).

¹⁵ Mayra Rodrigues Gomes é professora doutora do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo (USP).

Este termo surgiu em 1947, como estudo de hábitos alimentares em um determinado grupo social, realizado pelo psicólogo Kurt Lewin. O primeiro teórico a aplicar esse conceito em jornalismo foi David Manning White, em 1950. É chamada também de Teoria da Ação Pessoal. Estas informações são o ponto de partida para a explicação da teoria do *gatekeeper* em Traquina (2003,p. 69).

White fez uma observação, estudo de caso, com um jornalista de meia idade (25 anos de experiência), chamado de Mr. Gates, que trabalhava em um jornal de uma cidade de cem mil habitantes. A função do jornalista era selecionar, entre as centenas de despachos que chegavam de agências à redação, aqueles que iriam virar notícia. Durante uma semana o pesquisador anotou os motivos que levaram às decisões, concluindo que elas eram subjetivas e arbitrárias, dependentes de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*. Das 1.333 explicações para recusas, cerca de 800 se referiam à falta de espaço, 300 foram consideradas repetidas ou não tinham interesse jornalístico e 76 não estavam dentro da área de interesse do jornal. Além disso, o pesquisador concluiu que o tempo também teve importância significativa.

Felipe Pena¹⁶, em Teoria do Jornalismo (2005) observa que, mesmo essa teoria tendo perdido certo prestígio, ela foi importante para individualizar onde, em que ponto, a ação do filtro é exercida explícita e institucionalmente. Segundo o autor, em anos seguintes a 1947 ela foi sendo substituída por paradigmas como o da construção social da realidade e reforça: “as decisões do *gatekeeper* estavam

¹⁶ Felipe Pena é jornalista e professor da Universidade Federal Fluminense. Mestre e doutor em Literatura pela PUC-Rio, foi sub-reitor da Universidade Estácio de Sá e fundou o curso de pós-graduação em telejornalismo e jornalismo cultural na mesma universidade.

mais influenciadas por critérios profissionais ligados às rotinas de produção da notícia e à eficiência e velocidade do que por uma avaliação individual de noticiabilidade” (2005,p. 134).

Como um comentário que pode ilustrar as duas teorias vistas anteriormente, pode-se lembrar Piza (2003) que escreve que o jornalismo tem a função de “selecionar aquilo que reporta”. O jornalista cultural, principalmente o editor dos cadernos, teria a capacidade de “*influir sobre os critérios de escolha dos leitores*”. Suas funções seriam então hierarquizar, comentar, analisar os assuntos, oferecendo elementos para o desenvolvimento de um senso crítico por parte do seu interlocutor. Entre os motivos citados para tal deficiência, Piza (2003) coloca o debate sobre os critérios a serem usados para avaliar a produção cultural contemporânea, que, a cada dia, torna-se mais diversificada, numerosa e economicamente relevante. E avalia Piza (2003,p. 45): “o jornalismo cultural não tem conseguido realizar essa função com clareza e eficácia”.

Afinal, como escreve Pena (2005,p. 71):

Na rotina produtiva diária das redações de todo o mundo, há um excesso de fatos que chegam ao conhecimento dos jornalistas. Mas apenas uma pequena parte vira notícia. O que pode levar qualquer leitor ou telespectador a perguntar: afinal, qual é o critério utilizado pelos profissionais da imprensa para escolher que fatos devem ou não virar notícia?

Não tão transparente, mas importante para a compreensão do objeto de estudo que este trabalho tem como centro de atenção, estão aspectos que levam à necessidade de citação da teoria organizacional. Segundo a teoria organizacional, as notícias são o resultado de processos de interação social que

ocorrem dentro da empresa jornalística, ou seja, o jornalista sabe que o seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos têm certos poderes e formas de controle. Ele deve prever o que estas pessoas observarão para evitar que seu texto seja retocado ou que ele seja repreendido. Causas possíveis para essa conduta seriam: a luta pela manutenção do emprego e do lugar ocupado dentro da organização e o objetivo de alcançar uma promoção.

Esta teoria foi publicada na revista *Forças Sociais*, pelo sociólogo norte-americano Warren Breed. O título original do estudo era “Controle social da redação: uma análise funcional” (*apud* TRAQUINA 2003,p. 71-72) que apresenta duas citações de Breed para explicar a teoria:

O primeiro mecanismo que promove o conformismo é a socialização do redator no que diz respeito às normas do seu trabalho. Quando o jornalista inexperiente começa o seu trabalho, não lhe é dito qual é a política editorial. Nem nunca será. Isto pode parecer estranho, mas as entrevistas, uma após a outra, vieram-no confirmar. (BREED, 1955 / 1993,p.154) [...] Todos, com a exceção dos novos, sabem qual é a política editorial. Quando interrogados, respondem que a aprendem por osmose. Em termos sociológicos, isto significa que se socializam e “aprendem as regras” como um neófito numa subcultura. Basicamente, a aprendizagem da política editorial é um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores. Aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades. (BREED, 1955 / 1993, p.155 *apud* TRAQUINA, 2003, p.71-72)

Pelas entrevistas que produziram esta teoria, Breed (1955) identificou a existência de seis fatores que poderiam motivar este conformismo por parte dos jornalistas. Entre eles estão: 1) A autoridade institucional (ex: a chefia tem o poder de decidir quem fará a cobertura dos acontecimentos, e eles não são vistos da

mesma forma, há os “piores” e os “melhores”) e as sanções (ex: reescrita do texto ou cortes, não colocar na primeira página material que pelo consenso da equipe seria o principal, colocar ou não a assinatura na produção); 2) Os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores (ex: podem ser criados laços de amizade ao longo do tempo, os jornalistas podem sentir respeito, admiração e agradecimentos para com os mais experientes); 3) As aspirações de mobilidade (ex: o objetivo de alcançar posições de *status* não condiz com a luta contra a orientação da política editorial); 4) A ausência de grupos de lealdade em conflito (ex: as organizações sindicais não têm interferido nos assuntos internos); 5) O prazer da atividade (ex: os jornalistas gostam de seu trabalho e, entre as vantagens não-financeiras, possuem uma grande variedade de experiências, além do testemunho pessoal de acontecimentos significativos); 6) As notícias como valor (ex: as notícias são o valor máximo e elas têm duração de 24 horas, assim, o jornalista investe na realização deste objetivo sem contestar a política editorial da empresa).

Para o encerramento das considerações desta parte, segue escolhida abaixo uma citação de Traquina (2003), que representa claramente o ponto em que esta conceituação atinge e o caminho apontado adiante:

Ao longo de várias décadas, e depois de muitos estudos realizados sobre o jornalismo, é possível esboçar a existência de várias teorias, que tentam responder à pergunta por que as notícias são como são, reconhecendo o fato de que a utilização do termo *teoria* é discutível porque pode também significar aqui somente uma explicação interessante e plausível e não um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições. De notar, também, que estas teorias não se excluem mutuamente, ou seja, não são puras ou necessariamente independentes umas das outras. (TRAQUINA, 2003,p. 65)

3.2 Gestão de informação e organizações de comunicação

Buscar uma teorização sobre informação jornalística é algo que vem ocorrendo, ao longo da história e do estudo da comunicação, na esteira da práxis, de maneira quase a buscar o desenvolvimento de manuais sobre o processo técnico da profissão, sempre à procura da eficiência. As discussões sobre os rumos e tendências da profissão, dos profissionais e das organizações, no entanto, nem sempre recebem maior destaque por parte desses estudos.

Assim, foram criadas regras básicas para a escrita de um texto jornalístico, como o *lead*, com as respostas a todos os elementos da informação: quem?, onde?, quando?, como?, o quê?, por quê?; ou propostas que compilam e explicitam em blocos as informações, haja vista as últimas reformas gráficas pelas quais passaram veículos de destaque nacional. Cremilda Medina¹⁷ em *Notícia*, um produto à venda (1988,p. 19) já alertava: “A formação da grande indústria da informação cujo símbolo são as Agências de Notícias e as cadeias jornalísticas, exige a profissionalização dos técnicos que processam esse produto. Muito natural o surgimento, então, de uma corrente de pensamento para disciplinar a aprendizagem do ‘ofício’ até aí acessório de jornalista. Em termos de eficiência, a

¹⁷ Cremilda Medina é jornalista, professora e pesquisadora, doutora em Ciências da Comunicação pela USP e autora de dezenas de publicações da área.

preocupação é bem utilitária e os conhecimentos procuram reunir as constantes da experiência direta”.

Entretanto, conforme observa Clóvis Rossi¹⁸ (1989, p.18) essa esquematização rigorosa conduziu a uma tal padronização da informação jornalística que ela parece rigorosamente a mesma em todos os veículos. “[...] o repórter e o redator deixaram de ter como característica central o domínio do idioma, de seu próprio estilo pessoal e da melhor maneira de captar o interesse do leitor, para se transformarem em especialistas numa técnica: a técnica de redigir informações que respondam às seis perguntas fundamentais, de preferência sintetizando-as no *lead* ou abertura da matéria”.

Mas se o jornalismo está no mundo dos negócios, como qualquer outro, estas empresas também buscam o lucro. Suas organizações procuram manter o balanço da contabilidade no azul, com receitas superando despesas, capital para os investimentos, fugindo ao máximo da possibilidade de falência. Assim, entre os setores dessa empresa, a maior importância certamente recairia sobre o comercial, que vende anúncios e assinaturas, mantém a publicidade.

Portanto, como influenciar nessa situação, de modo a provocar mudanças que objetivem a melhoria do produto editorial e espaço para reflexão? Alguns profissionais da área se arriscam a fornecer observações como caminhos para que essa busca comece, como estará relatado ao final deste item.

Como contextualização, faz-se um retorno a Traquina (2003, p.79) que afirma que, na procura pelo lucro, as empresas jornalísticas podem fazer uma

crescente utilização de critérios econômicos, ou seja, técnicas de marketing, e que isso influenciaria no produto. Sobre a imprensa regional portuguesa que esse autor pesquisou, ele explica que, com poucos recursos econômicos, os veículos têm sérias dificuldades em contratar profissionais em tempo integral e oferecer vencimentos que sejam atrativos. “A dimensão econômica enfatiza a percepção da notícia como um produto que deve ser inserido na relação existente entre o produtor e o cliente e satisfazer as exigências do cliente”, menciona, ainda esse autor (p.79).

No livro “A imprensa em questão” (1997, p. 38), publicação que apresenta o debate ocorrido por ocasião do lançamento do curso de especialização em Jornalismo Científico do Laboratório de Jornalismo Científico (Labjor) da Unicamp, em 1997, organizada pelos pesquisadores Carlos Vogt, Alberto Dines e José Marques de Melo, Dines cita que, no Brasil, vivemos uma situação em que os *gatekeepers* são mais homens de marketing que jornalistas. E são eles que estão nos cargos de dirigentes nas organizações. O autor ainda ressalta que quem deveria se preocupar em vender o jornal é o departamento de marketing e não o setor de redação, mas avalia que não é assim que ocorre. Um dos debatedores, Araújo Neto, reconhece a crise no jornalismo brasileiro e concorda com as palavras de Dines, completando: “Os ‘porteiros’ passaram a considerar que nacionalmente estão acontecendo coisas excepcionais e ignoram que o mundo encolheu demais e vivemos em plena civilização da interação. No momento em

¹⁸ Clóvis Rossi tem 40 anos de profissão e trabalhou no Estado de S.Paulo, Jornal do Brasil e Folha de S.Paulo, onde hoje é repórter especial e colunista.

que perceberem novamente esta realidade, certamente a situação da imprensa brasileira vai mudar” (1997, p. 44).

Na mesma obra (1997, p. 123), a professora de administração de empresas jornalísticas, Elizabeth Saad Correia, avalia que as empresas desse setor estão passando por um processo de mudança, em que a tecnologia assume papel de extrema importância e alerta que as empresas devem elaborar um plano tecnológico, compreender que pesquisa e desenvolvimento de atividades tecnológicas são pouco palpáveis, exigindo cooperação de todos os envolvidos, além de criar um núcleo tecnológico para acompanhar as inovações, não somente de informática, mas, inclusive de gestão, situações que estão acontecendo no mundo. A professora, ainda ressalta:

A empresa precisa pensar também em se tornar mais competitiva através da formação de equipes mais flexíveis, do desaparecimento de algumas funções, da produção de pacotes informativos, da existência de sinergias comerciais e técnico-produtivas e do surgimento de novas formas de gestão dos estoques informativos e audiovisuais (CORREA, 1997,p. 123).

Ainda, no complemento deste debate (1997, p.131), o consultor e na época sócio-diretor da Anderson Consulting do Brasil, Sílvio Genesini, cita que devem ser considerados, em um processo de reengenharia; a estratégia, os processos, a tecnologia e as pessoas. Focando apenas nas suas considerações sobre pessoas, o consultor afirma:

Se olharmos para o estágio atual do mercado, veremos que sua estrutura é uma das piores. Ou seja, os jornalistas, de maneira geral, se dividem em dois grupos, como os jogadores de futebol: um vai para a seleção e todos os outros ganham muito mal e são mal preparados.

Para um bom trabalho em grupo essa situação tem que ser mudada significativamente (GENESINI, 1997,p. 131).

Com a ampliação das discussões sobre gestão de pessoas, de informação e de conhecimento, muitas organizações têm procurado implantar métodos mais atualizados em busca da melhoria da qualidade, certamente o foco é a qualidade de seus produtos ou serviços, mas também se preocupam com a melhoria da qualidade de trabalho para seus funcionários. Aqui, um importante item a se considerar é a equipe. Características como a competição e a cooperação representam um dos primeiros paradigmas neste assunto. No mundo dos negócios, a competição é uma conduta institucionalizada e aceita com tranqüilidade, mas é com a cooperação que se consegue, por exemplo, acelerar processos de trabalho, reduzir custos e aprimorar qualidades.

Em “Aspectos comportamentais da gestão de pessoas” (2003), publicação da FGV Management, coordenada por Ivanildo Izaías de Macedo, mestre em administração pública pela Edape/FGV, e voltada à administração de negócios, são citados os tipos de equipes (funcionais, por fluxo de trabalho ou células, multifuncionais, temporárias, auto-gerenciadas, em rede ou virtuais, de riscos e verdadeiras) e os estágios do desenvolvimento delas: 1) reunião de pessoas (distribui-se as tarefas e cada uma faz sua parte), 2) processo de formação do grupo (cada uma faz sua parte mas se inicia uma distribuição melhor das tarefas), 3) transformação do grupo em equipe (as pessoas estão comprometidas com uma missão e objetivos comuns), 4) evolução para uma equipe de alto desempenho (estágio de fortalecimento da equipe).

Ainda sobre equipes, há que se demonstrar e sintetizar algumas dificuldades que são apontadas nessa publicação como sendo comumente enfrentadas, tais como necessidades mal combinadas, metas confusas, indefinição de papéis, conflitos de personalidades, predomínio de uma cultura antiequipe, falta de confiança, liderança ruim, uso de ferramentas impróprias, adoção de políticas e procedimentos obtusos, inadequação do sistema de recompensa e insuficiência de *feedback* e informações. No alinhamento objetivando soluções para esses obstáculos, é possível verificar características de equipes eficazes, por exemplo, quando há gestão participativa, ou seja, descentralizada e aberta à participação de todos, o que incentiva as mudanças e potencializa a qualidade em todos os níveis; flexibilidade e adaptação; canais abertos de comunicação; capacidade dos membros de ouvir, propiciando uma constante interação; educação e aprendizado permanente; motivação; criatividade e possibilidade de crescimento pessoal.

Ao refletir sobre o que se apresenta nas organizações estudadas e as características listadas acima, parece que tais questões ainda precisam chegar a estas redações. A preocupação maior permanece em manter a produção diária constante e nos prazos de fechamento, cumprindo os padrões estipulados e mantendo o perfil do jornal. Isso fica claro pelas descrições do fluxo de produção, em que a valorização de reuniões e decisões em equipe praticamente não existe. Um dos aspectos que sofrem com tal conduta é o comprometimento, que, segundo a abordagem da citada publicação da Fundação Getúlio Vargas (FGV), pressupõe uma opção consciente do indivíduo, capaz de promover fatos concretos a partir da autonomia no pensar e no agir. Na prática, isso ocorreria na medida em

que o indivíduo não se contentaria apenas com recompensas financeiras, desejando conhecer melhor a si mesmo e à empresa.

Quando o produto comercializado é informação, fica mais evidente a necessidade de preocupações com relação às equipes, pois o trabalho nesse formato é a chave da administração mais atualizada. Em “Gestão da informação em ciência e tecnologia sob a ótica do cliente”, Dias; Belluzzo (2003,p. 42), confirmam:

Numa economia de informação, a concorrência entre as organizações baseia-se em sua capacidade de adquirir, tratar e interpretar a informação de forma eficaz. Conseqüentemente, a difusão e a transmissão do conhecimento gerado ocorrem pelo uso intensivo de canais de comunicação na sociedade. Quanto mais intenso for o fluxo de informação, maior será a competência e o nível de maturidade dessa sociedade para realizar inovações ou transferência de tecnologia.

A necessidade do trabalho em equipe e o desenvolvimento de um sistema de gerenciamento de equipes, até aqui, parecem ser assuntos apenas da área de administração, espaço ao qual, segundo sua formação acadêmica e empírica, não pertencem os jornalistas. Mas são estes jornalistas que acabam assumindo funções de liderança e gerenciais nas organizações de comunicação.

Capacitar as pessoas a trabalhar bem em conjunto é uma função-chave do administrador e isso requer, mais que aptidão ou inteligência, conhecimento de sistemas que já tenham sido desenvolvidos ou que possam partir da experiência dos membros da equipe, disciplina em manter os hábitos e prática constante. Como visto na teoria do *gatekeeper*, a maioria das decisões parece estar centralizada numa única pessoa, que prepara desde a pauta até o fechamento de

uma edição. Assim, o desafio para a implantação nas redações de um sistema de gerenciamento em equipe não parece ser pequeno.

Por sua vez, os consultores Margerison; McCann (1996, p. 21) escrevem que:

Administradores bem-sucedidos trabalham através da equipe e o sucesso deles depende do sucesso da equipe. Uma equipe é mais do que alguns brilhantes conselheiros individuais. É um grupo de pessoas que entendem umas às outras, que conhecem suas forças e fraquezas individuais e cooperam umas com as outras. [...] A principal função dos líderes é fazer com que o grupo tenha um desempenho de alto nível. Eles precisam passar grande parte do seu tempo gerenciando o grupo. [...] Uma equipe de indivíduos brilhantes pode muitas vezes ser menos eficiente que uma equipe brilhante de indivíduos.

Em jornalismo, onde o tempo é fator primordial, qual seria a possibilidade de exercício desse tipo de liderança?

Para Teixeira Filho (2000, p. 38 e 49) “hoje, gerir envolve uma gama muito mais abrangente e diversificada de atividades do que no passado. Conseqüentemente, o gestor agora precisa estar apto a perceber, refletir, decidir e agir em condições totalmente diferentes do que antes”. O consultor e professor avaliava, ao escrever sua obra que, na “era do conhecimento”, busca-se o “homem global”, o homem integrado, que seria um homem para o qual não existe trabalho, mas sim envolvimento. “O trabalho aparece com a especialização das tarefas. Com a tecnologia da informação, o homem volta a se envolver – como nas sociedades tribais – completamente em seus papéis. Nessa nova organização o homem transforma-se em coletor de informações, num conceito inclusivo de ‘cultura’”. Esclarecendo:

Podemos entender a Gestão do Conhecimento como “uma coleção de processos que governa a criação, disseminação e utilização do conhecimento para atingir plenamente os objetivos da organização”. Dessa forma, ela está relacionada a processos e também a produtos na empresa. A Gestão do Conhecimento abrange diversos aspectos da organização, mas dois são de especial interesse para as pequenas empresas: a memória organizacional e a inteligência competitiva. (TEIXEIRA FILHO, 2000, p. 97)

Contudo, se a gestão do conhecimento não for implantada com objetivos claros de mudança de modelo e preparação para um novo tipo de economia, o consultor alertava que a iniciativa, em curto prazo, não alcança as metas. Isso ocorre se o conhecimento das pessoas na organização não faz parte do modelo de negócio, se a gestão da empresa não vê o conhecimento das pessoas agregando valor para os clientes.

Sobre características de empresas e organizações, pode-se dizer que os jornais culturais parecem ser organizações hierárquicas. Segundo Cruz (1998, p. 55), administrador de empresas, bacharel em filosofia e engenheiro de sistemas, este é o primeiro e mais antigo tipo de organização. Estas estruturas se caracterizam por vários níveis de autoridade que fluem de cima para baixo na pirâmide funcional. São estanques, com regras rígidas de convivência entre as diversas camadas, tendem a serem lentas e com baixa produtividade, pois as decisões não são tomadas por quem executa cada atividade da estrutura, mas por quem gerencia essas atividades ou grupos. Por ser vertical, é conhecida como estrutura orientada para funções, ou simplesmente estrutura funcional.

Em Teoria do jornalismo, Pena (2005) cita os quatro temas que caracterizam os jornais modernos: publicidade, universalidade, periodicidade e atualidade. Contudo, reforça uma idéia de que “novidade nem sempre é atual e a

atualidade nem sempre é nova”, suscitando a reflexão sobre alguns elementos que movem a ação do *gatekeeper*. Este autor explica que, até o começo do século XX, os jornais eram essencialmente opinativos. “Não que a informação/notícia estivesse ausente das páginas. Mas a forma como era apresentada é que era diferente. As reportagens não escondiam a carga panfletária, defendendo explicitamente as posições dos jornais (e seus donos)” (PENA 2005,p. 41).

Mas, entre as funções atribuídas aos meios de comunicação em geral Michael Kunczik (1997, p.292), professor do Instituto de Comunicações da Universidade Johannes Gutenberg de Mainz (Alemanha) e autor de Conceitos de jornalismo: norte e sul, identifica alguns itens interessantes, tais como eliminar o tédio, entreter, servir de passatempo, estimular a imaginação, proporcionar conhecimentos sobre o cotidiano, fornecer um ‘apoio vital’, aumentar a autoconfiança mediante conteúdos que ressaltem a importância do papel individual, fortalecer os valores e normas vigentes, oferecer temas de conversa, possibilitar a eliminação de tensões físicas ou sociais e substituir o ‘verdadeiro’ contato entre as pessoas. Para o autor, a idéia é que “muitos desses motivos podem resultar no consumo de certos conteúdos dos meios de comunicação de massa. Ao contrário, os mesmos conteúdos podem ser empregados de maneiras diversas. Em particular, é impossível em muitos casos distinguir claramente entre informação e entretenimento”.

Ao retornar ao jornalismo cultural, a vivência da pesquisadora nessa área permite afirmar que parece existir nas redações desses jornais um senso comum de que o jornalista cultural trabalha menos, que faz atividades prazerosas e que elas não representariam um trabalho árduo, como o das demais editorias, e que

ele, ainda, não gosta ou não sabe produzir as notícias (factuais). Supõe-se que ele não aprecia a apuração dos fatos e prefere reportar apenas o que lhe cai nas mãos.

O jornalista cultural, na maioria de suas matérias, não tem o chamado “*hard news*”, porque elas não abordam crimes, declarações políticas, acidentes, resultados de jogos ou outros esportes e índices econômicos. Mas entre a gama de ofertas de pauta algumas notícias podem ter um caráter mais quente. Piza (2003, p. 80) cita algumas sugestões:

O jornalista pode revelar uma ação entre amigos numa premiação ou o valor de um novo contrato de algum famoso. Pode denunciar uma falcatrua na política cultural, ou adiantar o nome do novo secretário ou ministro do setor, ou demonstrar como os recursos públicos não estão chegando aos produtores culturais. Ou pode mapear os problemas dos museus da cidade, as dificuldades técnicas e financeiras de produzir um disco de qualidade no Brasil etc., ainda, antecipar inéditos de um grande escritor ou revelar que ele, digamos, colaborou com algum regime autoritário.

Mário Erbolato (1991,p. 191), que foi jornalista do Diário do Povo em Campinas e coordenador do Departamento de Jornalismo da PUCCAMP (Pontifícia Universidade Católica de Campinas) por vários anos, também ressaltava algumas possibilidades para a melhoria da qualidade do profissional que trabalha nessa editoria. Para ele, matérias frias, como as de lazer e entretenimento, podem ganhar uma cobertura jornalística mais abrangente se forem ouvidas pessoas de diversas faixas etárias da comunidade em que estas atividades se desenvolvem, incorporando um levantamento das manifestações

tradicionais, analisando os locais (espaços) se são adequados ou não para a realização de tais atividades, entre outras propostas.

E Ricardo Noblat¹⁹ (2004,p. 90) oferece um conselho aos repórteres: “Abra sua cabeça. Olhe ao redor. História (notícia) está em toda parte. Mas o último lugar onde você deve procurá-la é dentro da redação. Porque a história que nasce numa redação nasce em outras. E contar o que os outros contam não é vantagem alguma”.

Segue uma pequena consideração sobre o aspecto da proximidade do jornalismo com a literatura, encontrada no livro Repórteres (1998), organizado por Audálio Dantas²⁰, o autor escreve que repórteres são “seres que perguntam”, diferenciando-os dos jornalistas, que podem ocupar algumas funções em que são burocratas. Reforça a proximidade com a literatura e tenta demonstrar que, muitas vezes, as duas atividades se misturam, citando:

Truman Capote, Tom Wolfe, Gay Talese, Norman Mailer e outros repórteres-escritores que marcaram os anos 60, quando surgiu o Novo Jornalismo nos Estados Unidos, movimento que por aqui encontrou muitos e bons seguidores. [...] Sem o rótulo de novo jornalismo pode-se recuar mais no tempo para encontrar exemplos de bons autores que produziram reportagens documentais e literárias. Aqui, três deles: Rubem Braga e Joel Silveira, nos anos 40, e Euclides da Cunha, no final do século XIX. [...] É literatura da melhor e reportagem da melhor. O tratamento literário dado ao texto não subtrai sequer uma vírgula que seja necessária à informação jornalística. (1998,p. 12 - 13)

¹⁹ Ricardo Noblat é jornalista e trabalhou em O Globo, Veja, Manchete e Istoé. Entre 1994 e 2002 dirigiu a redação do Correio Braziliense e é autor de A arte de fazer um jornal diário, Céu de favoritos e O complô que elegeu Tancredo Neves.

²⁰ Audálio Dantas foi repórter da Folha de S.Paulo, revista O Cruzeiro, editor da revista Quatro Rodas, deputado federal em 1979, presidente da Federação Nacional dos Jornalistas em 1983, da Imprensa Oficial de São Paulo e do Conselho da Fundação Cásper Líbero.

E, para encerrar, a frase que Ricardo Kotscho²¹ escolheu para abrir seu depoimento em *Repórteres* (1998, p. 185), verificando que jornais, maiores ou menores estão cada vez mais parecidos uns com os outros, “como se fossem pautados, escritos e editados por uma só pessoa”. A frase é atribuída a Régis Debray, escritor francês (parceiro do revolucionário Ernesto Che Guevara na Bolívia) que foi assessor de François Mitterrand (ex-presidente francês), citado por Ricardo Pompeu no artigo “Jornalismo Disney”, na revista *Caros Amigos*: “Antigamente, quando você chegava com uma novidade a um diretor de jornal, ele piscava os olhinhos, esfregava as mãos e dizia, entusiasmado: ‘Ótimo, ótimo, vamos publicar já! Ninguém está falando nisso!’. Mas hoje, quando se chega a um diretor de jornal com uma novidade, ele faz um muxoxo de desprezo e diz: ‘Isso não vai dar. Não interessa. Ninguém está falando nisso’”.

3.3 Formação profissional e educação permanente

Na história dos países ocidentais, jornalismo é exercido como ocupação integral nos países ocidentais desde meados do século XIX. Há várias décadas os jornalistas organizaram suas associações e, nos últimos anos, começou a

²¹ Ricardo Kotscho, jornalista e colunista de diversos grandes veículos nacionais, como *Veja*, *Jornal da Tarde*, *Realidade*, *TV Bandeirantes* e *Diário Popular*, publicou mais de uma dezena de livros e dá seu depoimento no livro *Repórteres*, de Audálio Dantas (1998).

aumentar cada vez mais a exigência da formação acadêmica. Segundo Michael Kunczik (1997), na maioria dos países, o Estado não regula nem autoriza o ingresso na ocupação mas, cita:

Não se pode objetar à profissionalização do jornalismo, como as habilidades técnicas e de “arte”, como a preparação, a redação, a administração de equipes de trabalho etc., ainda que, com especial referência aos países em desenvolvimento, alguns asseverem que a transferência de tecnologia também transfere perspectivas do mundo e maneiras de pensar. Nem sempre a profissionalização – no sentido de uma formação melhorada e padronizada – e a homogeneização das opiniões com ela relacionadas são desejáveis, especialmente se o sistema político está baseado na multiplicidade de opiniões. O jornalismo nos Estados totalitários ou autoritários será sempre mais profissional, de acordo com a definição da profissão, do que o jornalismo nas democracias. (KUNCZIK, 1997, p. 39)

Na opinião de Clóvis Rossi (1988), a maior parte dos jornalistas entra na batalha “pela conquista de corações e mentes” com um preparo, no mínimo, insuficiente. O autor atribui o fato à “estrutura educacional defeituosa”, não deixando a responsabilidade apenas nas escolas superiores, visto que a formação básica deveria vir desde os cursos primário e secundário. Esse despreparo dos profissionais que chegam ao mercado teria causa mais profunda. E mesmo após 18 anos da 8ª edição do guia “O que é jornalismo”, a observação do cotidiano nas redações conduz ao mesmo pensamento:

A fórmula correta para a boa informação jornalística deveria ser a especialização dos jornalistas e não especialistas praticando jornalismo. Mas é uma fórmula complexa, porque envolve investimentos que as empresas estão pouco dispostas a fazer e que os salários dos jornalistas não permitem que eles próprios façam. Investimentos não apenas em mão-de-obra, mas em tempo livre para que essa mão-de-obra se aprofunde cada vez mais no domínio de um tema específico. [...] É verdade que os salários da maior parte dos jornalistas são relativamente

baixos. É verdade que boa parte deles é obrigada a trabalhar muito além das horas previstas na legislação que regula a profissão. É verdade que a maior parte das empresas não oferece as condições essenciais para o bom desempenho da atividade jornalística. E é com base nessas verdades que muitos jornalistas se eximem de suas responsabilidades, do cumprimento de seu dever, o que, na minha opinião é uma atitude vesga. O dever fundamental do jornalista não é para com seu empregador, mas para com a sociedade" (ROSSI 1988,p. 75 - 79)

O empresário Roberto Civita, em seu depoimento na obra "A imprensa em questão" (1997, p. 65) e ao citar o curso para recém-formados oferecido pela Editora Abril, afirma ser indispensável que as escolas e as empresas trabalhem em conjunto, e ressalta a criação do Labjor (Laboratório de Jornalismo Científico) na Unicamp, com seu curso de especialização em jornalismo científico, como um exemplo para que haja uma integração empresa-escola. "Senão, as escolas vão formando gente que não sabe nada e nós temos que treiná-los todos novamente", completa. Na mesma obra, o jornalista e professor da Universidade Federal de Santa Catarina, Nilson Lage (1997), alerta que há uma visão intelectual de que as faculdades vão formar gênios, sábios, heróis, "sujeitos que vão enfrentar o padrão apaixonadamente, com absoluto amor até o fim da vida". Para esse autor, o ensino de jornalismo só pode ser compreendido como a formação para o exercício de uma profissão que é igual a outra qualquer. Cita algumas exceções, mas critica a maioria das empresas jornalísticas brasileiras, que investem muito pouco na formação de seus profissionais e "odeiam as escolas", dizendo que há no Brasil uma cultura de importar tudo pronto, sem investir na produção. "Os salários dos jornalistas não condizem com o nível de competência exigido", completa.

Pena (2005) defende que os currículos dos cursos deveriam articular teoria e prática e não separá-las em blocos, sem intercâmbio. Para o pesquisador, o ideal é juntar experiência profissional e reflexão acadêmica e cita como bom exemplo o ensino que se faz nos Estados Unidos, quando o aluno passa quatro anos em um curso universitário qualquer e depois segue, por dois anos, para um curso que lhe proporcionará os recursos técnicos para o exercício da profissão, que por lá não exige o diploma específico para o exercício.

Após essa série de observações de profissionais ligados à área, vale ressaltar algumas considerações de pensadores que têm se dedicado à uma tentativa de compreensão acerca do futuro da humanidade. Elas podem auxiliar na leitura do que se propõe aqui, que é uma reflexão sobre necessidades de adequação do ensino em geral e, especificamente, de jornalismo.

Na proposta de orientar uma “Religação dos saberes” como desafio para o século XXI, o filósofo francês Edgar Morin (1998) deve ser citado neste momento. Através do texto escrito, em 1999, por encomenda da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), em “Os sete sabres necessários à educação do futuro”, esse autor sistematizou um conjunto de reflexões que pudessem servir como ponto de partida para repensar a educação. Os saberes seriam: 1) As cegueiras do conhecimento: o erro e a ilusão; 2) Os princípios do conhecimento pertinente; 3) Ensinar a condição humana; 4) Ensinar a identidade terrena; 5) Enfrentar as incertezas; 6) Ensinar a compreensão; 7) A ética do gênero humano. Morin acredita que o homem só se realiza plenamente como ser humano pela cultura e na cultura e afirma que não há cultura sem o cérebro humano, mas não há mente, ou seja, a capacidade de consciência e

pensamento, sem cultura. Sobre a educação, comenta que há necessidade de um pensamento complexo, como escreve em texto da coletânea “Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura” (2003):

Deveríamos, portanto, ser animados por um princípio de pensamento que nos permitisse ligar as coisas que nos parecem separadas, umas em relação às outras. Ora, o nosso sistema educativo privilegia a separação em vez de praticar a ligação. A organização do conhecimento sob a forma de disciplinas seria útil se estas não estivessem fechadas em si mesmas, compartimentadas umas em relação às outras; assim, o conhecimento de um conjunto global, o homem, é um conhecimento parcelado. Se quisermos conhecer o espírito humano, podemos fazê-lo através das ciências humanas, como a psicologia, mas o outro aspecto do espírito humano, o cérebro, órgão biológico, será estudado pela biologia. Vivemos numa realidade multidimensional, simultaneamente econômica, psicológica, mitológica, sociológica, mas estudamos estas dimensões separadamente, e não umas em relação com as outras. O princípio de separação torna-nos talvez mais lúcidos sobre uma pequena parte separada do seu contexto, mas nos torna cegos ou míopes sobre a relação entre a parte e o seu contexto. (MORIN, 2003, p. 14)

Esse filósofo analisa ainda que nossa educação nos habitua a uma concepção linear da causalidade, com causas que produzem efeitos, sem incorporar o princípio da circularidade retroativa, que foi desenvolvido nos anos 50 através de estudos da cibernética, como uma nova forma de pensamento. E provoca: “A complexidade exige uma reforma de pensamento, o que pressupõe mudar a universidade. Como fazê-la? Há uma dupla missão: a universidade deve se adaptar à sociedade ou a sociedade deve se adaptar à universidade?” (2003,p. 31)

Outro pensador que vale ser citado é o também francês Pierre Levy, que é um dos principais autores da tecnociência. Em entrevista ao programa Roda Viva,

da TV Cultura, publicada em “O melhor do Roda Viva”, organizado por Paulo Markun (2005), Levy faz uma análise do que ocorre no mundo contemporâneo:

Hoje em dia as empresas jornalísticas – falo da imprensa tradicional –, as mais evoluídas na Internet, estão começando a se servir de fotos, vídeos e até gravações sonoras. E vemos que não há mais tanta diferença com a forma pela qual as empresas de TV se apresentam na Internet. [...] hoje, todas as rádios são acessíveis em tempo real, ao vivo, pela Internet. [...] Portanto, vemos aqui o aumento da diversidade. [...] No livro Cibercultura eu digo, diante dos dilúvios de informações que nos assolam, que podemos ser tentados a dizer: ‘Vamos tentar salvar o essencial’, como Noé colocou os animais, um exemplar de cada espécie na arca; e, no fundo, na arca de Noé havia um resumo do conjunto de animais do todo. Não podemos mais abraçar esse todo, porque tornou-se uma coisa infinita. [...] Cada indivíduo, cada grupo, deve, por conta própria, fazer necessariamente uma filtragem, uma organização, uma seleção, uma hierarquização. (2003, p. 196 – 197)

Levy (2003) engloba em suas reflexões tanto questões sobre a virtualização, que afeta hoje não apenas o universo da informação e comunicação, mas também o funcionamento econômico e o exercício da inteligência. Na introdução de sua outra obra “O que é virtual” Levy (1999, p. 11) escreve que “embora a digitalização das mensagens e a extensão do ciberespaço desempenhem um papel capital na mutação em curso, trata-se de uma onda de fundo que ultrapassa amplamente a informatização”. E, assim, vale relembrar um fenômeno que ocorreu com o advento da Internet, após 1995, quando muitos jornalistas migraram das redações para a nova mídia, alguns inicialmente com melhores salários, mas depois houve um redimensionamento por parte das empresas e compreendeu-se que haviam superestimado o jornalismo digital.

Novamente, surge a necessidade de melhorar a preparação dos jornalistas. Pollyana Ferrari (2003) reforça essa necessidade ao afirmar que as redações e os

jornalistas precisam estar preparados para as transformações da profissão, desenvolvendo uma visão multidisciplinar e a capacidade de trabalhar com diversas mídias.

Um levantamento realizado sobre os cursos de jornalismo demonstrou o seguinte contexto: o curso de comunicação social com habilitação em jornalismo é oferecido em 70 instituições de ensino no estado de São Paulo, segundo dados do Ministério da Educação e Cultura (MEC) através do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, sendo 61 em universidades e faculdades privadas e nove em instituições públicas.

Das faculdades e universidades particulares que oferecem curso de graduação em jornalismo, 30 têm grade curricular básica com as seguintes disciplinas: Filosofia, Língua Portuguesa, Sociologia, Teoria da Comunicação, Fotojornalismo, Técnicas e Gêneros Jornalísticos, História da Comunicação, Comunicação Comparada, Realidade Sócio-econômica, Radiojornalismo, Computação e Planejamento Gráfico em Jornalismo, Métodos e Técnicas de Pesquisa, Economia, Administração de Produtos Editoriais, Novas Tecnologias de Comunicação, Jornalismo Especializado, Telejornalismo, Técnica de Redação, Design Gráfico, Ética Jornalística, Jornalismo Opinativo e Projetos Experimentais.

As demais possuem disciplinas - obrigatórias ou optativas - específicas à área cultural ou relativas. Como disciplinas obrigatórias estão: História da Arte na Faculdade Integração – Zona Oeste Fizo, História da Arte e Antropologia Cultural na Universidade Santo Amaro – UNISA, História da Arte na Universidade São Judas Tadeu – USJT, Arte e Cultura Brasileira na Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP, Antropologia e Cultura Brasileira nas Faculdades

Integradas Rio Branco – FRB, Antropologia Cultural, Literatura e Estética e Crítica de Arte no Centro Universitário FIEO – UNIFIEO, Estética e História da Arte na Universidade de Ribeirão Preto – UNAERP e em sua unidade do Guarujá-SP, Arte e Cultura e Arte Brasileira na Universidade Metodista de São Paulo – UMESP, Antropologia Cultural e História das Artes na Faculdade de Comunicação de Hortolândia – FCSH, Antropologia Cultural na Universidade de Guarulhos – UNG, Antropologia Cultural e Cultura Brasileira no Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA, História da Arte e Cultura Brasileira na Faculdade Cásper Líbero – FCL, Cultura Brasileira na Universidade Cruzeiro do Sul – UNICSUL, História da Cultura e Meios de Comunicação na Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE, Antropologia Cultural e Sociedade e Cultura no Centro Universitário UniFIAM – FAAM, História da Arte e Comunicação e Antropologia Cultural na Faculdade Prudente de Moraes – FPM, Comunicação, Cultura e Arte na Universidade de Sorocaba – UNISO, Cultura Brasileira na Universidade Santa Cecília – UNISANTA, História da Arte no Centro Universitário de Votuporanga – UNIFEV, História da Arte, Antropologia Cultural e Jornalismo Cultural nas Faculdades de Ciências Aplicadas de Atibaia – FAAT, História da Arte, Antropologia Cultural, Cultura e Arte Brasileira no Centro Universitário Belas Artes de São Paulo – FEBASP, Cultura Brasileira nas Faculdades Integradas Teresa D’Ávila – FATEA, Comunicação e Cultura e Estética e História da Arte na Universidade Presbiteriana Mackenzie e Cultura Brasileira Contemporânea e História da Arte na Universidade Paulista – UNIP.

Como disciplinas optativas, a Universidade Presbiteriana Mackenzie oferece ao aluno Jornalismo cultural, Crítica de arte na imprensa e Cinema – análise e crítica.

A disciplina Jornalismo Cultural é obrigatória apenas em três cursos: da Universidade Anhembi Morumbi – UAM, Pontifícia Universidade Católica - PUC – São Paulo e nas Faculdades de Ciências Aplicadas de Atibaia – FAAT.

Das nove instituições públicas de ensino superior, a Universidade de São Paulo – USP oferece a disciplina Cultura e Literatura, além das optativas Cultura e Literatura Brasileira, História da Cultura e da Escrita, Crítica de Teatro na Imprensa e Dialogismo e História e Estética da Fotografia.

O Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino - FAE – UNIFAE oferece Antropologia Cultural, a Universidade de Taubaté – UNITAU, oferece Cultura e Realidade Regional e Estética e História da Arte, a Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP, oferece Cultura Brasileira e Antropologia Cultural.

As cinco instituições restantes oferecem grade curricular básica.

Assim, fica demonstrado um quadro de situação que envolve aspectos educacionais, empresariais e sociais. No primeiro item, reflete-se sobre as empresas, que pouco ou nada oferecem de aprimoramento aos seus jornalistas; no segundo sobre a questão das mudanças sociais em ritmo acelerado, que exigem cada dia mais competência, conhecimento e compreensão do mundo contemporâneo; por último, sobre a oferta de disciplinas específicas que visem o estudo do jornalismo cultural nas instituições de ensino superior.

Oferecido este panorama acerca do jornalismo cultural e da ambiência onde ele é produzido, além de um espectro sobre a formação do jornalista e a preparação para tais editorias, acredita-se ser oportuna a descrição de estudos e pesquisa realizados com um *corpus* de jornais do estado de São Paulo, objeto de atenção do item 4, apresentado a seguir.

4 PESQUISA DE CAMPO: A CAMINHO DE UMA COMPREENSÃO

4.1 Considerações iniciais

Diante do exposto até aqui e, antes de passar à análise de cada um dos veículos estudados, vale o reforço de algumas considerações. Em primeiro lugar a opinião de Piza (2003) sobre o excesso de volume de informações culturais que são recebidas pelos jornais e colocadas à disposição dos leitores. Em segundo, citação das autoras Dias; Belluzzo (2003) sobre a gestão da informação em ciência e tecnologia sob a ótica do cliente, principalmente para a consideração do aspecto do uso de técnicas de marketing nas organizações de serviços. E em terceiro lugar, uma abordagem do filósofo e pesquisador argentino radicado no México, Canclini (1997), sobre a cultura. Tais aspectos foram procurados para remeter ao alinhamento proposto no item 3, que se apresenta em três vertentes: uma dedicada à contextualização do jornalismo impresso e teorias de jornalismo, neste momento representada pela opinião de Piza (2003); outra abrangendo dados sobre gestão de informação, correspondendo às questões a respeito de marketing e prestação de serviços; e, a terceira, considerando a formação profissional e educação permanente, à luz do que afirma Canclini (1997).

O pensamento desenvolvido por Daniel Piza em *Jornalismo Cultural* (2003, p. 48) reflete sobre certo bombardeio diário que os cidadãos recebem de “ofertas”

culturais. Esse jornalista e escritor analisa que, muito provavelmente, o leitor fica impossibilitado de ler, ouvir e ver tudo o que ocorre sobre essa área, já que faria isso em seu tempo de folga e este é muito raro na sociedade atual. Para ele, o filtro jornalístico deveria agir justamente neste ponto, propondo um recorte para seu interlocutor, e não só um recorte da agenda de eventos culturais, “mas também o de um conjunto de olhares sobre as tendências do momento em relação ao passado, seus ganhos e perdas”. E critica: “O filtro jornalístico, porém, tem falhado em método e eficácia. Os jornais brasileiros, em particular, são muito condescendentes: basta você olhar um roteiro de filmes, por exemplo, e verificar que a maioria deles recebe cotações altas (bom, muito bom e excelente)”.

Por sua vez, as pesquisadoras Dias; Belluzzo (2003), em seu trabalho envolvendo a Ciência e Tecnologia (C&T) e condutas de gestão da informação sob a ótica do cliente, proporcionam maior entendimento da situação de organizações prestadores de serviços. Apesar do estudo estar voltado a outro foco, ilustra, neste caso, uma necessidade geral das organizações de prestação de serviços, como são os jornais. Como visto no item 3, as empresas jornalísticas estão, como tantas, no mundo dos negócios, sendo exigidas ao extremo em seu aspecto competitivo para buscar a sobrevivência no mercado e evitar demissões em massa. Essas autoras (p. 69) relatam a diferenciação na prestação de serviço, em que o produto é vendido antes de ser produzido e onde o mix do marketing clássico identificado pelos 4 P's (preço, produto, praça e promoção) amplia-se para incluir mais dois P's, participante (funcionários e clientes) e processo de entrega (distribuição). Propondo a evolução do marketing de transação para o marketing de relacionamento, em que o sucesso de uma organização de serviços

depende claramente de sua capacidade em estabelecer um relacionamento satisfatório com cada um de seus clientes/usuários.

É possível que, uma parte significativa dos profissionais que exercem cargos de liderança nestas organizações não possuam formação ou especialização em administração e marketing. Seguiriam, então, aprendendo na prática, com sucessos e deslizes, ouvindo os mais experientes e seguindo seus passos, muitas vezes sem questionar e sem tempo para refletir ou buscar alternativas.

E quando o assunto é cultura, Canclini (1997) expõe elementos por meio dos quais se podem compreender algumas diferenciações, identificando uma certa natureza híbrida, que ele analisa, no caso latino-americano. Elas demonstrariam uma não-dicotomia, contrariando o pensamento adorniano (Theodor Adorno, Escola de Frankfurt). E escreve:

Assim como não funciona a oposição entre o tradicional e o moderno, o culto, o popular e o massivo não estão onde estamos habituados a encontrá-los. É necessário demolir essa divisão em três pavimentos, essa concepção em camadas do mundo da cultura, e averiguar se sua hibridização pode ser lida com as ferramentas das disciplinas que os estudam separadamente: a história da arte e a literatura que se ocupam do “culto”; o folclore e a antropologia, consagrados ao popular; os trabalhos sobre comunicação, especializados na cultura massiva” (p. 19).

Para a operacionalização dos objetivos propostos e descritos anteriormente, bem como a comprovação da hipótese que se persegue neste trabalho, entendeu-se ser necessária e oportuna a realização de uma pesquisa de campo, tendo como foco de atenção um *corpus* de jornais que trabalham com o jornalismo cultural e regional. Dessa forma, segue-se com a descrição dos

procedimentos metodológicos da pesquisa de campo e, no próximo item, com as análises feitas de cada veículo.

4.2 Metodologia da pesquisa

A opção pela pesquisa de campo e de natureza exploratório-descritiva ocorreu em face à intenção de identificar e descrever as características de determinada população ou fenômeno, e ainda pelo estabelecimento de relação entre variáveis, envolvendo o uso de técnicas de coleta de dados: questionário e observação sistemática (LAKATOS; MARCONI, 1993; LAVILLE; DIONNE, 1999, GIL,). Neste caso, revendo o método hipotético-dedutivo, proposto por Karl Popper²², e numa tentativa de aplicá-lo a este trabalho, relembra-se a linha de raciocínio segundo a qual, quando os conhecimentos disponíveis sobre um determinado assunto são insuficientes para a explicação de um fenômeno, surge o problema. Para tentar explicar as dificuldades expostas no problema são formuladas conjecturas ou hipóteses. Das hipóteses formuladas, deduzem-se as conseqüências que deverão ser testadas. Entretanto, mescla-se de certa forma o

²² Karl Popper desenvolveu o termo Racionalismo crítico para descrever sua filosofia, que rejeitava o empirismo clássico e o observacionalismo-indutivista da ciência. Através dela, argumentou que a teoria científica está sempre conjectural e provisória. Para o autor, o que a experiência e as observações do mundo real podem e devem fazer é encontrar provas da falsidade das teorias. Ou seja: só é científica aquela teoria que possa ser falseável (refutável). (WIKIPEDIA – acesso em 23/06/2006)

método dialético, com base no pensamento de Hegel²³, em que o foco são as contradições que transcendem, dando origem a novas contradições que passam requerer soluções, considerando-se que, na realidade, os fatos não podem ser considerados fora do contexto social, político e econômico. (LAKATOS, MARCONI, 1993).

Para Triviños (1987,p. 109) os estudos exploratórios permitem ao pesquisador aumentar sua experiência em torno de determinado problema. O pesquisador parte de uma hipótese e aprofunda seu estudo nos limites de uma realidade específica, buscando antecedentes, maior conhecimento para, em seguida, planejar uma pesquisa descritiva ou de tipo experimental. São vários os instrumentos de coleta de dados: a entrevista, o questionário, os testes e a observação. Também é possível trabalhar dados existentes na forma de arquivos, banco de dados, índices ou relatórios. Estes não são “criados” pelo pesquisador e são normalmente denominados de dados *secundários*, em contraste com os dados *primários* que são colhidos diretamente pelo pesquisador. Neste trabalho, os instrumentos utilizados foram o questionário, a observação e o teste, este último a partir da coleta e tabulação de dados ao longo de um período determinado.

Explicitado o tipo de pesquisa, descrever o universo e a população de interesse é o próximo passo. A escolha recaiu em 8 (oito) cadernos de cultura dos

²³ Georg Wilhelm Friedrich Hegel introduziu o sistema para compreender a história da filosofia e do mundo conhecido como *dialética*: uma progressão na qual cada movimento sucessivo surge como solução das contradições inerentes ao movimento anterior. Entretanto, sua obra foi motivo de muitas controvérsias, inclusive por parte de pensadores como Popper e Marcuse. (*Idem*)

seguintes jornais pesquisados: Correio Popular (Campinas), Cruzeiro do Sul (Sorocaba), Diário da Região (São José do Rio Preto), Folha da Região (Araçatuba), Jornal da Cidade (Bauru), O Imparcial (Presidente Prudente), Tribuna Imprensa (Araraquara) e Vale Paraibano (São José dos Campos). Esta seleção ocorreu em virtude de serem veículos representativos em suas localidades, de circulação diária e com mais de dez anos de existência, pertencentes a uma associação estadual de jornais, com a publicação diária de seus cadernos de cultura totalizando 4 páginas ou mais, contando com equipes próprias para esta editoria, com o conteúdo disponível em seus *sites* e atualizado diariamente.

Como população de interesse foram escolhidos os editores desses cadernos culturais, tendo sido selecionada a técnica do questionário como instrumento de pesquisa para a abordagem a essa população. Para a elaboração, aplicação do pré-teste e distribuição definitiva desse instrumento (Anexo 1) foram utilizados os princípios metodológicos de Laville; Dionne (1999); Gil (1999) e Marconi; Lakatos (1999). Esta etapa de pesquisa foi precedida de outra forma de abordagem, a observação e análise sistemática dos cadernos culturais recolhidos durante quatro meses, tendo como apoio para a coleta desses documentos os *sites* dos jornais pesquisados. A seguir, são explicitados mais detalhadamente os procedimentos utilizados nas duas etapas da pesquisa de campo.

4.2.1 Primeira etapa: observação sistemática dos cadernos culturais

A primeira etapa da trajetória da pesquisa de campo deste trabalho envolveu o acompanhamento sistemático diário, ao longo dos meses de maio a agosto de 2005, da matéria escolhida como manchete de cultura dos oito jornais selecionados como o *corpus* de investigação, cuja caracterização é apresentada a seguir para uma melhor compreensão.

Como citado na primeira parte do item 3, Jornalismo cultural impresso: uma contextualização, para este trabalho foram escolhidos como uma amostragem da produção nas editorias de cultura oito jornais do interior do estado de São Paulo, tendo em vista as suas diferentes Regiões Administrativas e características próprias, podendo ser destacados, a partir de uma categorização da própria pesquisadora e baseada na leitura de tabelas de preços praticada por grandes agências de notícias ao disponibilizar seu material aos veículos, em 3 portes distintos: pequenos, com tiragem média (obtida entre a diária e a dominical) de até 10 mil exemplares; médios, com tiragem média entre 10 e 35 mil exemplares; e grandes, aqueles com tiragem média acima de 35 mil exemplares. Como, para a obtenção da circulação dos veículos impressos multiplica-se a tiragem por 4, teríamos: jornais pequenos, com uma circulação de até 40 mil pessoas; jornais médios, com circulação de até 140 mil pessoas; e jornais grandes com circulação maior que 140 mil pessoas. Esta classificação é similar a utilizada pelas agências de notícias para uma cobrança distinta de seus serviços.

Estes 8 são veículos filiados à Associação Paulista dos Jornais (APJ), órgão que possui 16 empresas associadas e que propõe certo intercâmbio de produção editorial. Todos se identificam como regionais, circulando em suas micro ou macro regiões. Possuem cadernos específicos de cultura (somente um opta

por publicá-lo em separado apenas em edições dominicais, no restante dos dias sai nas últimas páginas do caderno Brasil) com circulação diária, ou seja, com a necessidade de uma produção editorial constante. Estão localizados em municípios de regiões administrativas distintas do estado e são os que centralizam suas regiões. Tais municípios possuem entre 170 mil e 1 milhão de habitantes, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em julho de 2005, o que demonstra uma gama bastante ampla de análise e proporciona certo equilíbrio na leitura do conjunto, visto que se encontram verificadas, sob a mesma ótica, características de jornais de municípios muito distintos, por exemplo, como Campinas e Presidente Prudente.

Segundo a Fundação de Análise de Dados do Estado de São Paulo (Fundação SEADE), todos estes municípios possuem bons indicativos de desenvolvimento medido pelo Índice Paulista de Responsabilidade Social (IPRS), que sintetiza indicadores de riqueza, longevidade e escolaridade, e outros, como o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) acima da média estadual, que é de 0,814 e mede a qualidade de vida. Estes municípios, juntos, contribuem com aproximadamente 9% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual, suas populações entre 15 e 64 anos têm média de oito anos de estudo e, em todos há instituições de ensino superior com destaque regional ou mesmo estadual e nacional, ou ainda internacional. Finalizando, estão distribuídos geograficamente na área do estado, como demonstra o mapa (Anexo 2), abrangendo as regiões Norte, Sul, Oeste, Sudeste, Noroeste e Central, alguns possuem outros jornais de circulação diária, como constatado através do site www.guiademidia.com.br/jornais/saopaulo/interior.htm

Na sequência, serão citadas informações dos municípios e dos jornais:

1) Centralizando a **Região Administrativa de Campinas**, a cidade tem uma população estimada pelo IBGE em julho de 2005 em 1.029.898 habitantes. Segundo dados da Fundação Seade, o grau de urbanização está em 98,58%, esteve, em 2000 e 2002, entre os municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis nos indicadores sociais, seu IDHM é de 0,852, a média é de 8,5 de anos de estudo entre a população de 15 a 64 anos, tem 2,63% de participação no PIB estadual e um PIB *per capita* de R\$ 12.773,92. Além do **Correio Popular**, objeto deste estudo, possui os jornais: Diário do Povo, Gazeta do Cambuí, Jornal Torpedo e Jornal Local.

Segundo dados disponibilizados pelo veículo no site da APJ, o **Correio Popular** (www.cpopular.com.br) foi fundado em 1927, por Álvaro Ribeiro, antecipando o jornalismo regional. Em 1993 sofreu grande reformulação comandada por Sylvino de Godoy Neto, recebendo grande impulso empresarial e jornalístico. De acordo com dados de pesquisa Marplan 2001, o Correio Popular é o jornal líder em Campinas. Dos leitores de jornais da cidade, 69% são leitores do Correio Popular, sendo que 72% são pertencentes às classes A/B. O jornal possui os seguintes cadernos: 1º Caderno; Economia; Internacional; Cidades; Caderno C; Caderno Turismo; Esportes; Classificados (Imóveis, veículos, empregos e oportunidades e Casa Ilimitada) e Jornal Motor. A Revista Metrópole circula encartada todos os domingos. A circulação é de 48.000 exemplares em dias úteis e 66.000 exemplares aos domingos.

O Correio Popular circula em 44 cidades: *Campinas, *Valinhos, *Vinhedo, *Indaiatuba, Louveira, Jundiaí, Itatiba, Morungaba, Bragança Paulista, Salto, Itu, Elias Fausto, Capivari, *Monte Mor, *Hortolândia, *Sumaré, *Nova Odessa, *Sta. Bárbara D'Oeste, *Americana, *Paulínia, *Jaguariúna, *Pedreira, *Sto. Antônio de Posse, Amparo, Serra Negra, *Artur Nogueira, Cosmópolis, Lindóia, Águas de Lindóia, Itapira, *Holambra, Mogi Mirim, Limeira, Rio Claro, Araras, Conchal, Mogi Guaçu, Sto. Antônio de Posse, Leme, Aguaí, S.J. da Boa Vista, Poços de Caldas (MG), Piracicaba, Pirassununga e São Carlos. *Cidades que compõem a Região Metropolitana de Campinas. Entre os leitores 53% são mulheres e 47% homens. O quadro de idade dos leitores é o seguinte: 12% - 10 a 19 anos, 28% - 20 a 29 anos, 22% - 30 a 39 anos, 20% - 40 a 49 anos, 18% - acima de 50 anos.

2) Centralizando a **Região Administrativa de Sorocaba**, a cidade tem uma população estimada pelo IBGE em julho de 2005 em 560.250 habitantes. Segundo dados da Fundação Seade, o grau de urbanização está em 98,82%, esteve, em 2000 e 2002, entre os municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis nos indicadores sociais, seu IDHM é de 0,828, a média é de 7,9 de anos de estudo entre a população de 15 a 64 anos, tem 1,51% de participação no PIB estadual e um PIB *per capita* de R\$ 13.857,40. Além do **Cruzeiro do Sul**, objeto deste estudo, possui os jornais Diário de Sorocaba, Jornal Ipanema e Bom Dia Sorocaba.

Segundo dados disponibilizados pelo veículo no site da APJ, em apenas um ano, o Jornal Cruzeiro do Sul (www.cruzeironet.com.br) aumentou em 26,5% o seu número de leitores. Para a empresa, este crescimento seria fruto de um

trabalho sério e consistente, com foco na transparência, no compromisso com a verdade e com o leitor. A circulação é de 29.670 exemplares em dias úteis e 33.275 exemplares aos domingos.

O Cruzeiro do Sul circula em Alumínio, Araçoiaba da Serra, Boituva, Capela do Alto, Iperó, Itapetininga, Itu, Mairinque, Piedade, Pilar do Sul, Sorocaba, Salto de Pirapora, São Miguel Arcanjo, São Roque, Tatuí, Votorantim. Entre os leitores 42% são mulheres e 58% homens. O quadro de idade está constituído de 05% - 10 a 14 anos; 25% - 15 a 24 anos; 32% - 25 a 39 anos; 15% - 40 a 49 anos; 22% - acima de 50 anos.

3) Centralizando a **Região Administrativa de São José do Rio Preto**, a cidade tem uma população estimada pelo IBGE em julho de 2005 em 397.697 habitantes. Segundo dados da Fundação Seade, o grau de urbanização está em 95,43%, esteve, em 2000 e 2002, entre os municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis nos indicadores sociais, seu IDHM é de 0,834, a média é de 7,5 de anos de estudo entre a população de 15 a 64 anos, tem 0,54% de participação no PIB estadual e um PIB *per capita* de R\$ 6.916,75. Além do **Diário da Região**, objeto deste estudo, possui os jornais Folha de Rio Preto e Bom Dia Rio Preto.

Segundo dados disponibilizados pelo veículo no site da APJ, o Diário da Região (www.diarioweb.com.br) comemora mais de 55 anos de vida ininterrupta e mantém o fôlego no mercado editorial e publicitário da região, o que a empresa considera um fenômeno jornalístico sem precedentes na história regional. É o segmento mais antigo do Grupo Diário de Comunicação (GDC), integrado também

pela FM Diário, pelo portal Diarioweb, a revista Vida&Arte e o jornal 25 Minutos. O site Diarioweb foi lançado em 1999 e, no 51º aniversário do jornal, transformado em portal, para abastecer o público da Internet. Em 2004, foi lançada a revista Vida&Arte, de circulação mensal, e no ano seguinte o jornal 25 minutos, especializado em esportes, completando o sistema multimídia de informação. A circulação é de 23.907 exemplares em dias úteis e 28.561 aos domingos.

Circula em 97 municípios da região noroeste do Estado de São Paulo, com uma população acima de 1,5 milhão de habitantes: Adolfo, Altair, Américo de Campos, Auriflama, Bady Bassit, Bálsamo, Barretos, Bebedouro, Buritama, Cajobi, Cardoso, Catanduva, Catiguá, Cedral, Cosmorama, Elisiário, Eng. Schmidt, Estrela d' Oeste, Fernandópolis, Floreal, Fronteira, Frutal (MG), General Salgado, Guapiaçu, Guaraci, Guarani D'Oeste, Ibirá, Ibirá-Thermas, Icém, Indaiaporã, Ipiruá, Irapuã, Itajobi, Jaci, Jales, José Bonifácio, Macaubal, Macedônia, Magda, Mendonça, Mira Estrela, Mirassol, Mirassolândia, Monte Aprazível, Monte Azul Paulista, Neves Paulista, Nhandeara, Nipoã, Nova Aliança, Nova Granada, Nova Itapirema, Novais, Novo Horizonte, Olímpia, Onda Verde, Orindiuva, Ouroeste, Palestina, Palmares Paulista, Palmeira D'Oeste, Paraíso, Paulo de Faria, Pereira Barreto, Pindorama, Pirangi, Planalto, Poloni, Pontes Gestal, Populina, Potirendaba, Riolândia, Rubinéia, Sales, Santa Adélia, Santa Clara D'Oeste, Santa do Fé Sul, Santa Rita D'Oeste, Santana da Ponte Pensa, São José do Rio Preto, Sebastianópolis do Sul, Severínia, Tabapuã, Talhados, Tanabi, Ubarana, Uchoa, Urânia, Urupês, Valentim Gentil e Votuporanga. No quadro de leitores 55% são homens e 45% mulheres. A situação em relação às faixas etárias fica assim

distribuída: 6,5% - 10 a 14 anos; 19,5% - 15 a 24 anos; 33% - 25 a 39 anos; 19% - 40 a 49 anos; 22% - acima de 50 anos.

4) Centralizando a **Região Administrativa de Araçatuba**, a cidade tem uma população estimada pelo IBGE em julho de 2005 em 177.445 habitantes. Segundo dados da Fundação Seade, o grau de urbanização está em 97,64%, esteve, em 2000 e 2002, entre os municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis nos indicadores sociais, seu IDHM é de 0,848, a média é de 7,4 de anos de estudo entre a população de 15 a 64 anos, tem 0,25% de participação no PIB estadual e um PIB *per capita* de R\$ 7.171,17.

Segundo dados disponibilizados pelo veículo no site da APJ, o jornal **Folha da Região** (www.folhadaregiao.com.br) está presente em 38 cidades da região de Araçatuba, localizada no noroeste do Estado de São Paulo. Fundado em 11/06/1972, são 34 anos dedicados ao desenvolvimento econômico e social de sua região. A empresa afirma que é líder absoluta em leitura, circulação, classificados, volume de investimentos de anunciantes e o veículo de comunicação mais influente. Com parque gráfico e prédio próprios, conta com aproximadamente 200 colaboradores, distribuídos em suas sucursais e balcões de anúncio. A circulação é de 12.500 exemplares em dias úteis e 14.000 aos domingos.

A Folha da Região circula em 38 cidades da região, incluindo Araçatuba: Alto Alegre, Andradina, Auriflama, Avandava, Barbosa, Bento de Abreu, Bilac, Birigüi, Braúna, Buritama, Brejo Alegre, Clementina, Coroados, Castilho, Gabriel Monteiro, Glicério, Guararapes, Guaraçá, Ilha Solteira, Lavínia, Lins, Lourdes,

Luziânia, Mirandópolis, Muritinga do Sul, Nova Luizitânia, Penápolis, Pereira Barreto, Piacatu, Promissão, Rubiácea, Santo Antônio do Aracanguá, Santópolis do Aguapeí, Sud Menucci, Turiuba, Valparaíso, Vicentinópolis.

5) Centralizando a **Região Administrativa de Bauru**, a cidade tem uma população estimada pelo IBGE em julho de 2005 em 343.450 habitantes. Segundo dados da Fundação Seade, o grau de urbanização está em 98,55%, esteve, em 2000 e 2002, entre os municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis nos indicadores sociais, seu IDHM é de 0,825, a média é de 7,6 de anos de estudo entre a população de 15 a 64 anos, tem 0,47% de participação no PIB estadual e um PIB *per capita* de R\$ 6.927,26. Além do **Jornal da Cidade**, objeto deste estudo, possui o jornal Bom Dia Bauru.

Segundo dados disponibilizados pelo veículo no site da APJ, o Jornal da Cidade (www.jcnet.com.br) é reconhecido como um dos principais jornais regionais do país. Com mais de 300 profissionais, a empresa se considera líder absoluta em leitura, circulação, classificados e volume de investimentos de anunciantes locais, regionais e nacionais. A circulação em dias úteis é de 26.000 exemplares e 33.000 aos domingos.

O jornal circula em Agudos, Álvaro de Carvalho, Arealva, Areiópolis, Bariri, Barra Bonita, Bauru, Bofete, Boracéia, Borebi, Botucatu, Brotas, Cabrália Paulista, Guaiçara, Cafelândia, Dois Córregos, Duarteina, Garça, Gália, Getulina, Guaimbê, Guarantã, Iacanga, Ibitinga, Igarapu do Tietê, Itaju, Itapuí, Jaú, Lençóis Paulista, Lucianópolis, Macatuba, Marília, Mineiros do Tietê, Paulistânia, Pederneiras, Pirajuí, Piratininga, Pongaí, Presidente Alves, Promissão, Reginópolis, São

Manuel, São Pedro do Turvo, Uru e Vera Cruz. Dos leitores, 52% são mulheres e 48% homens. O quadro de faixa etária é 05% - 2 a 12 anos; 14% - 13 a 17 anos; 26% - 18 a 30 anos; 40% - 30 a 45 anos; 15% - acima de 46 anos.

6) Centralizando a **Região Administrativa de Presidente Prudente**, a cidade tem uma população estimada pelo IBGE em julho de 2005 em 201.647 habitantes. Segundo dados da Fundação Seade, o grau de urbanização está em 98,19%, esteve, em 2000 e 2002, entre os municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis nos indicadores sociais, seu IDHM é de 0,846, a média é de 8,4 de anos de estudo entre a população de 15 a 64 anos, tem 0,28% de participação no PIB estadual e um PIB *per capita* de R\$ 7.005,78. Além de **O Imparcial**, objeto deste estudo, possui o jornal Oeste Notícias.

Segundo dados disponibilizados pelo veículo no site da APJ, o jornal foi fundado em 2 de fevereiro de 1939. Para a empresa, O Imparcial (www.imparcial.com.br) é o maior jornal da região oeste do Estado de São Paulo, com circulação regular em quase 60 cidades, sendo o 10º maior do interior e 17º maior do Estado de São Paulo. A circulação em dias úteis e aos domingos é a mesma, 10.000 exemplares.

O jornal é distribuído em Alfredo Marcondes, Alvares Machado, Anhumas, Adamantina, Bataguassu, Borá, Caiabú, Cruzália, Dracena, Estrela do Norte, Emilianópolis, Euclides da Cunha Paulista, Flórida Paulista, Iepê, Irapuru, Indiana, Junqueirópolis, João Ramalho, Lucélia, Lutécia, Monte Castelo, Mariápolis, Mirante do Paranapanema, Marabá Paulista, Martinópolis, Maracá, Nova Guataporanga, Narandiba, Ouro Verde, Oscar Bressane, Panorama, Piquerobi,

Presidente Venceslau, Presidente Bernardes, Presidente Epitácio, Presidente Prudente, Pirapozinho, Paulicéia, Pacaembu, Rancharia, Rosana, Santa Mercedes, Sandovalina, Salmourão, Sagres, Santo Expedito, Santo Anastácio, São João do Pau D'Alho, Tupi Paulista, Taciba, Tarabaí e Teodoro Sampaio. Dos leitores, 50,4% são mulheres e 49,6% homens. O quadro de faixa etária fica assim: 12,87% - até 19 anos; 19,51% - 20 a 30 anos; 16,53% - 31 a 40 anos; 19,11% - 41 a 50 anos; 16,40% - 51 a 60 anos; 15,58% - com mais de 60 anos.

7) Centralizando a **Região Administrativa Central**, a cidade de Araraquara tem uma população estimada pelo IBGE em julho de 2005 em 193.634 habitantes. Segundo dados da Fundação Seade, o grau de urbanização está em 95,82%, esteve, em 2000 e 2002, entre os municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis nos indicadores sociais, seu IDHM é de 0,830, a média é de 8,3 de anos de estudo entre a população de 15 a 64 anos, tem 0,46% de participação no PIB estadual e um PIB *per capita* de R\$ 11.819,45. Além da **Tribuna Impressa**, objeto deste estudo, possui os jornais O Imparcial e Folha da Cidade.

Segundo dados disponibilizados no site da APJ, a Tribuna Impressa (www.tribunaimpressa.com.br) foi criada em 1996. Segundo a empresa, o crescimento foi rápido, passando por duas fases de expansão, a primeira com a parceria do Jornal da Cidade, de Bauru, oficializada em 14 de agosto de 1997, e a segunda com a chegada da atual diretoria, que assumiu o controle do jornal em 24 de setembro de 1999 e a aquisição da sede própria, em 2001. A circulação é de 6.300 exemplares em dias úteis e 7.000 aos domingos.

O jornal circula em Araraquara e mais oito cidades da região: Américo Brasiliense, Gavião Peixoto, Nova Europa, Matão, Boa Esperança do Sul, Rincão, Santa Lúcia e Motuca. Dos leitores 55% são homens e 45% mulheres. O Quadro de faixa etária é: 40% - 25 e 40 anos; 35% - acima de 40 anos; 25% - 15 e 25 anos.

8) Centralizando a **Região Administrativa de São José dos Campos**, a cidade tem uma população estimada pelo IBGE em julho de 2005 em 592.932 habitantes. Segundo dados da Fundação Seade, o grau de urbanização está em 95,82%, esteve, em 2000 e 2002, entre os municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis nos indicadores sociais, seu IDHM é de 0,849, a média é de 8,4 de anos de estudo entre a população de 15 a 64 anos, tem 2,80% de participação no PIB estadual e um PIB *per capita* de R\$ 23.945,90.

Segundo dados disponibilizados pelo veículo no site da APJ, para chegar diariamente em cada município da terceira maior região do Estado de São Paulo em volume de investimentos, o **Vale Paraibano** busca conhecer esse grande mercado. A empresa ressalta que criou uma linha editorial moderna e ágil, procurando oferecer, diariamente, um noticiário regional contextualizado e isento, cobertura nacional e internacional, cadernos e suplementos temáticos, colunistas e reportagens especiais, projetos de responsabilidade social e uma ampla seção de classificados. A circulação é de 20.000 exemplares em dias úteis e 32.000 aos domingos.

O jornal é distribuído em Aparecida, Cachoeira Paulista, Caçapava, Campos do Jordão, Caraguatatuba, Cruzeiro, Guararema, Guaratinguetá, Igaratá,

Ilha Bela, Itajubá (MG), Jacareí, Lorena, Monteiro Lobato, Moreira César, Paraibuna, Paraisópolis, Pindamonhangaba, Queluz, São Sebastião, São José dos Campos, São Francisco Xavier, Santa Branca, São Paulo, Taubaté e Ubatuba. Dos leitores 53% são homens e 47% mulheres. A faixa etária é de: 13% - 10 a 14 anos; 13% - 15 a 19 anos; 22% - 20 a 29 anos; 21% - 30 a 39 anos; 16% - 40 a 49 anos; 15% - acima de 50 anos.

Como procedimentos metodológicos ao desenvolvimento desta primeira etapa da pesquisa de campo, as matérias selecionadas desses jornais envolvendo seus cadernos culturais durante os quatro meses de observação e acompanhamento já mencionados, foram analisadas quanto a três categorias: Abrangência, Origem e Assunto. Estas três categorias relacionam-se estreitamente a uma análise da pauta. Como explica Erbolato (1991,p. 175-193), as pautas podem chegar às redações *originárias* de diversas fontes e, principalmente no caso das pautas relativas aos assuntos frios, de lazer e variedades, procedentes de pessoas ou profissionais envolvidos com este tema. Outro destaque nesse item seria a origem a partir de agências de notícias, que dominam fortemente o mercado editorial. No caso da *abrangência*, Rodrigo Caetano, editor-chefe do Correio Braziliense, cita como um critério para a boa pauta atentar para uma abrangência que “necessariamente passe pela sintonia com o leitor”, em uma entrevista à UnB Agência, órgão da Universidade Federal de Brasília. E, nesse item, escolheu-se reproduzir o que caracteriza também as outras editorias, no que diz respeito às localidades onde estão sediados os veículos, suas regiões, o país e o mundo. Completando as categorias, o *assunto*

da pauta torna-se pertinente devido à grande quantidade de temas publicados nestes cadernos. Isso foi levantado hipoteticamente, no início, mas confirmado com as respostas dos editores ao questionário e a partir das observações.

As categorias foram subdivididas em quatro itens. Quanto à *abrangência* da matéria, relacionou-se os quatro itens: local, regional, nacional ou internacional; quanto à *origem* da pauta, em: agenda de promotores de eventos ou datas comemorativas, pautas próprias desenvolvidas pela redação, assuntos especiais, material de agência de notícias; sobre a qualificação do *assunto*, os itens: artes e espetáculos (englobando cinema, teatro, música, dança, artes visuais, literatura, *web arte*), variedades (englobando moda, comportamento, televisão, arquitetura e decoração), política cultural (englobando assuntos relacionados a incentivos fiscais, polêmicas do setor, gestão pública e privada de cultura e manifestações) e outros (englobando saúde, beleza, educação e esoterismo).

Cada matéria seguiu enquadrada em apenas uma subdivisão de cada categoria, proporcionando a contagem, ao final, quando os dados obtidos foram computados e produziram gráficos capazes de demonstrar quantitativamente o perfil das escolhas editoriais, em cada um dos veículos e sob cada uma das categorias. Este formato também resultou em gráficos por categorias, envolvendo todos os jornais e proporcionando uma visão global do universo pesquisado. As publicações foram acompanhadas, ao longo dos quatro meses já mencionados, por meio de material disponibilizado na Internet, visto que o pressuposto inicial era de que a produção realizada para a mídia impressa é apenas transcrita para a mídia digital, sem que haja alterações significativas do conteúdo. Esse fato ficou demonstrado porque, durante o período de acompanhamento, sorteou-se dez

datas (13/05/2005, 27/05/2005, 09/06/2005, 15/06/2005, 17/07/2005, 23/07/2005, 29/07/2005, 05/08/2005, 20/08/2005 e 31/08/2005) em que puderam ser checadas e comparadas a publicação impressa e a digital. Elas realmente não possuíam alterações no texto da manchete do caderno. A título de ilustração, as cópias das capas das edições impressas dos oito jornais, de 23 de junho de 2006, e matérias disponíveis no site na mesma data, encontram-se ao final (Anexos 3 a 18).

4.2.2 Segunda etapa: pesquisa junto aos editores

Após esse período, em uma segunda etapa metodológica, os editores de cada veículo que constitui o *corpus* pesquisado receberam por *email* um questionário abrangendo questões a respeito da equipe, do caderno de cultura e do fluxo de informações na redação. As respostas foram analisadas em relação aos resultados do período de acompanhamento e de uma data escolhida aleatoriamente para análise das edições completas de todos - 23 de junho de 2006 – mas, principalmente, à luz do referencial teórico, mais detalhado em item anterior. Importante ressaltar que a análise se detém sobre o jornalismo informativo, tal como define José Marques de Melo²⁴, ou seja, notícias, notas, reportagem e entrevistas. Neste trabalho, não está contemplado o jornalismo opinativo, em que Melo enquadra editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta. Jornalismo opinativo não se constituiu objeto desta

²⁴ José Marques de Melo é professor doutor em comunicação, presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), autor de diversas obras, entre elas Jornalismo opinativo (2003), em que aborda os gêneros jornalísticos. Foi professor emérito e

pesquisa porque necessitaria de outra categorização, que não a escolhida como foco para análise. Ou seja, em notícias, notas, reportagens e entrevistas entende-se que é possível vislumbrar a origem e abrangência da pauta. Elas também possuem objetivos semelhantes, informar o leitor, e geralmente ocupam a maior parte do espaço editorial disponível nas páginas de cultura. Já em comentários, artigos, resenhas, colunas, crônicas, caricaturas e cartas, o objetivo essencial é manifestar um pensamento ou provocar reflexão, o que exigiria, inclusive, outro referencial teórico, focado na análise de conteúdo.

O zoneamento do questionário envolveu questões sobre diferentes variáveis de interesse. Dentre elas temos as questões sobre a equipe: Quantos e quais profissionais trabalham no caderno de cultura? Quais suas formações acadêmicas e informais? Qual o organograma da equipe? Acumulam funções em outras editorias?; questões sobre o caderno: A circulação é diária? O número de páginas muda ao longo da semana? Quantas e quais são as seções? Possuem editor específico? Quais assuntos englobam? Há espaço para colaboração (cartas, artigos)?; questões sobre o fluxo de informações na editoria: Usam agências de notícias? Recebem *releases* diariamente? Usam informações destes *releases*? Têm reuniões de pauta específicas? Diária ou semanal? Quem faz a pauta do caderno? Sempre fazem entrevistas para a matéria que abre o caderno? Quem escolhe a matéria de capa do caderno? Qual o principal aspecto para a escolha: abrangência (local, regional, nacional, internacional), origem da pauta (de agenda de eventos, pautas próprias, especiais ou de agências de notícias),

assunto (artes e espetáculos, variedades, política cultural, outros)? Qual o horário de fechamento do caderno? Qual o horário de fechamento do jornal todo?.

Importante ressaltar que, através das respostas gerais a este panorama, foi possível observar que nos veículos analisados a editoria de cultura ocupa lugar significativo, com publicação diária, seções distintas, algumas com colaboradores e com editor específico. No próximo sub-item, Período de acompanhamento: observações, serão incorporadas e analisadas as demais respostas ao questionário, abarcando mais especificamente o fluxo de informações com vistas ao fechamento da edição e a composição da equipe da editoria.

A partir das outras respostas dos editores para as perguntas do questionário e das temáticas sobre a gestão de informações listadas abaixo, ficou clara a necessidade de utilização principal de três teorias de jornalismo para a tentativa de se aproximar de uma possível explicação para os acontecimentos. A primeira delas é a teoria do *Agenda setting* (agendamento), a segunda é a teoria do *Gatekeeper* (selecionador) e a terceira a Teoria Organizacional. Relembrando as perguntas relativas às teorias: Usam agências de notícias? Recebem *releases* diariamente? Usam informação de *releases*? Têm reuniões de pauta específicas, diária ou semanal? Quem faz a pauta do caderno? Sempre fazem entrevista para as matérias que abrem os cadernos? Quem escolhe a matéria de capa do caderno? Qual o principal aspecto para essa escolha: Abrangência: local, regional, nacional ou internacional; Origem: agenda de eventos ou data comemorativa, pauta própria, assunto especial, material de agências; Assunto: artes e espetáculos, variedades, política cultural, outros? Têm colaboradores? O

questionário encontram-se anexo ao final da dissertação. Será explicitada na sequência uma análise do contexto em geral.

Em sete dos oito jornais analisados, tanto quem decide a pauta quanto a matéria de abertura do caderno é apenas o editor de área, a exceção é o Vale Paraibano, em que a manchete é decidida em reuniões de toda a equipe. Nos demais, as reuniões da equipe nem sempre são diárias, em alguns casos não existem as específicas de cultura e em outros elas são semanais, assim, para a publicação é seguido um cronograma de eventos acompanhado pelos *releases* e pelo material fornecido pelas agências de notícias, importante fonte de informação em todos os veículos pesquisados.

Quando questionados sobre a característica da escolha para a matéria de abertura do caderno que, segundo a linha editorial dos jornais representaria a principal, os editores responderam, em sua absoluta maioria, que acabam visando o potencial de leitura da matéria e necessitam de boas fotos ou ilustrações. Ou seja, esse recurso pesa na decisão. Quando citadas nas perguntas as categorias da observação: abrangência (local, regional, nacional, internacional), origem da pauta (*releases*, pautas próprias, especial, agências de notícias) e assunto (artes e espetáculos, variedades, política cultural, outros) as respostas em maior quantidade demonstram que tudo seria considerado importante, a saber, não há uma linha rígida clara para os editores sobre o que priorizar. Seria uma característica do agendamento, ou seja, acompanhariam uma certa ordem do dia?

Outra característica observada nessa parte das respostas é a restrição de espaço para manifestações de leitores apenas no primeiro caderno dos jornais. Nas páginas da editoria de cultura, fica apenas a função do emissor no processo

de comunicação. O *feedback*, quando ocorre, segue por outro fluxo dentro das redações. No caso das respostas sobre quem seleciona e como são escolhidas as matérias é possível uma aproximação da teoria do *gatekeeper*. E há ainda os interesses da empresa com sua necessidade de sobrevivência no mercado, com necessidade de se avaliar a teoria organizacional.

4.2.3 Período de acompanhamento: observações

Com a leitura diária das matérias de abertura de cadernos culturais em regiões distintas do estado de São Paulo, empiricamente foi possível observar um certo ritmo comum. Ou seja, quando havia estréias de super produções cinematográficas, quase todos os veículos se rendiam a essa escolha para a capa, provavelmente em busca de capturar o leitor pela atualidade do tema. Outro aspecto constantemente observado foi a publicação, nas capas, de material sobre os eventos ligados às datas comemorativas. Por exemplo, durante o período foram comemorados 1º de Maio (Dia do Trabalho), Dia das Mães (segundo domingo de maio), Dia dos Namorados (12 de junho), festividades juninas ligadas aos três santos (Antonio - 13, João - 24 e Pedro - 29), férias escolares (julho), Dia dos Pais (segundo domingo de agosto), Dia do Folclore (22 de agosto) e Dia do Soldado (25 de agosto).

Promoções culturais de órgãos públicos e privados também determinaram a capa do caderno, tais como Festidança (festival de dança realizado em São José

dos Campos), FIT (Festival Internacional de Teatro de São José do Rio Preto), Semana Luiz Antonio (atividades teatrais com espetáculos e palestras, realizada em Araraquara), Festival de Teatro de Presidente Prudente, SESC Blues (shows realizados pelo SESC – Serviço Social do Comércio - de Bauru), apresentações da Orquestra Municipal de Campinas, entre outros. Em alguns destes casos, como o do FIT, o jornal acompanhou previamente desde as seleções dos grupos da cidade para participação no festival, que na época provocou polêmica porque os artistas não concordaram com certos critérios de escolha, até o encerramento.

Algumas peculiaridades também puderam ser notadas. No período de quatro meses, o jornal Vale Paraibano pareceu ser o que mais dedicou espaço para a cobertura regional, o que ficou comprovado nos gráficos. No veículo, a vida cultural do Vale do Paraíba teve destaque muitas vezes na capa do caderno. Entre os destaques esteve uma série de reportagens levantadas pelo jornal junto aos arquivos do Fórum de uma cidade vizinha, descobertos enterrados debaixo de um prédio tombado, constando documentos que comprovavam idéias revolucionárias para a época. O jornal optou por dedicar amplo espaço, rendendo manchetes culturais ao longo de quase uma semana. Outra peculiaridade foram edições de final de semana do jornal O Imparcial, que praticamente modificavam o perfil do caderno, oferecendo matérias de saúde obtidas através de agências e complementadas com opiniões de médicos e outros profissionais da cidade. Esse aspecto também ficou claro nos gráficos.

Característica inexistente em todos os veículos foi a realização, por conta própria ou em parcerias, de atividades voltadas ao conhecimento nas áreas de artes e comunicação, tais como palestras, seminários e congressos. Mesmo

quando houve alguma cobertura desse tipo de atividade, realizadas nas cidades ou região por outras organizações, ela saiu publicada no primeiro caderno ou editoria dedicada a Cidades. Assim, os cadernos de cultura ficaram mais distantes destes temas, que demonstram fugir ao conceito comum de entretenimento e apelo para a leitura fácil.

4.3 Análises qualitativa e comparativa

Os resultados aqui apresentados correspondem à análise de documentos publicados nos cadernos de cultura dos jornais estudados no dia 23 de junho de 2006 (sexta-feira), data escolhida aleatoriamente para a observação e análise sistemática, e os gráficos obtidos através da tabulação dos dados recolhidos durante o período de acompanhamento (4 meses). Esses aspectos, ainda na primeira etapa da pesquisa de campo, bem como as respostas dos editores ao questionário, completam a trajetória empreendida para a segunda etapa.

- **Correio Popular - Campinas**

O jornal possui os seguintes cadernos: 1º Caderno; Economia; Internacional; Cidades, Caderno C, Caderno Turismo; Esportes; Classificados (Imóveis, Veículos, Empregos e oportunidades e Casa Ilimitada) e Jornal Motor. A Revista Metrópole circula todos os domingos.

De acordo com as respostas da editora ao questionário, no Caderno C, reservado à editoria de cultura, trabalham sete pessoas, todos jornalistas. Há uma

editora, dois editores-assistentes e quatro repórteres. No dia a dia não acumulam funções em outras editoriais, mas todos fazem plantões nelas nos finais de semana. A circulação do caderno é diária e o número de páginas varia ao longo da semana. Variam de quatro (às segundas-feiras), seis, oito ou dez páginas, dependendo do número de anúncios.

As agências de notícias e os *releases* recebidos diariamente, e em grande número, são fonte importante de informações. Há uma reunião de pauta específica da área que ocorre semanalmente. Quem define a pauta e a escolha da manchete do caderno é a editora. Nem sempre há entrevistas nas matérias de abertura do caderno, algumas vezes, como nos casos de textos de humor, são dispensadas as entrevistas. Quando a escolha recai sobre um filme que entrará em cartaz também não existem entrevistas, desenvolve-se uma matéria crítica.

Os principais aspectos para a escolha de uma matéria como manchete são: o texto, a relevância do assunto e a existência de boas fotos ou ilustrações, devido ao padrão gráfico do jornal ser muito rígido. Sobre abrangência abordam os quatro níveis (local, regional, nacional e internacional). Sobre a origem das pautas utilizam as quatro fontes (*releases* de eventos, pautas próprias, pautas especiais e material de agências). Sobre os assuntos levantados escolhem os quatro tipos (artes e espetáculos, variedades, política cultural e outros).

O caderno é fechado às 17h às segundas e terças-feiras, às 16h às quartas e novamente às 17h às quintas e sextas-feiras, sendo que as edições de sábado, domingo e segunda são todas fechadas na sexta. O horário de fechamento do jornal todo varia um pouco, mas quando tem rodada do campeonato brasileiro fecha a meia-noite.

A edição selecionada aleatoriamente e analisada, de 23 de junho de 2006, traz na capa a matéria assinada **A realidade é diferente**, com o sub-título *CSI/ CAMPINEIRO – Perito compara o trabalho da verdadeira perícia com o dos personagens de sucesso na televisão*. O repórter entrevista um chefe de núcleo de polícia científica e professor da Academia de Polícia Civil de São Paulo, sobre fatos abordados em séries da televisão norte-americana exibidas em canais fechados no Brasil e faz uma comparação entre ficção e realidade. Esta matéria continua na página 3 do caderno.

Na segunda página há uma crônica, quadrinhos, cruzadas e uma nota de agência sobre a São Paulo Fashion Week, que começaria 20 dias depois. A página 4 apresenta mais uma nota de agência sobre outra série de televisão norte-americana, grades de programação de TV e horóscopo. A página 5 tem o roteiro de cinema, teatro, dança, música, eventos especiais como festas populares e passeios. Na página 6 há uma matéria assinada que apresenta a estréia da montagem campineira do balé Giselle, marcada para aquele dia, e uma matéria de correspondente sobre um programa televisivo de música que começaria a ser exibido pelo canal fechado Multishow, além de notas curtas sobre eventos diversos em cartaz na cidade. A página 7 é dedicada à coluna social. Na página 8, a última, uma matéria opinativa e assinada trata do documentário francês premiado com o Oscar, A marcha dos pingüins, que estava saindo em DVD, e outra com o relançamento também em DVD de dois filmes norte-americanos sobre guerra, esta fornecida por agência.

Entre as características observadas durante o período de acompanhamento deste jornal, de 1º de maio a 31 de agosto de 2005, quando foram analisadas

exclusivamente as manchetes, ficaram ressaltadas as que estão demonstradas nos gráficos a seguir:

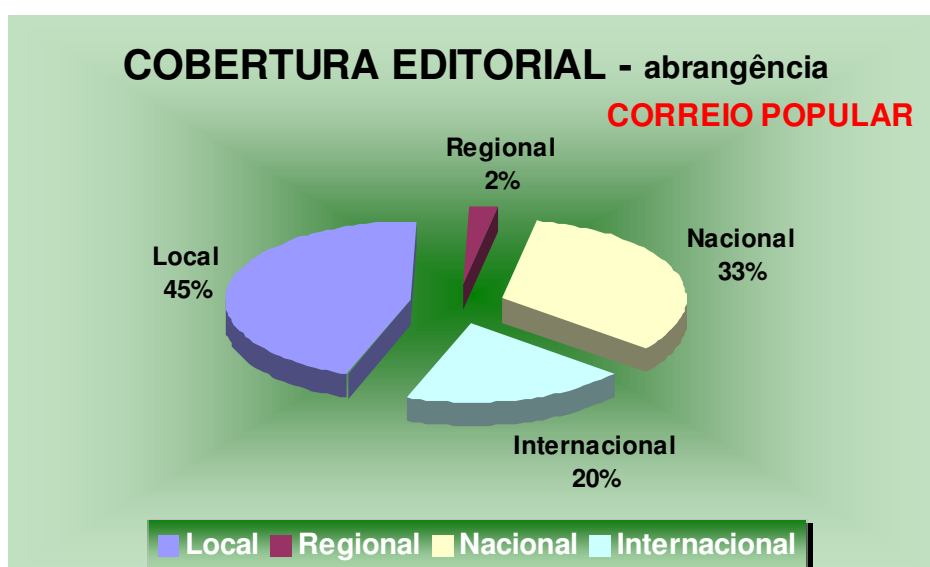


Gráfico 1 – Cobertura editorial categoria Abrangência - Correio Popular (Campinas): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.



Gráfico 2 – Cobertura editorial categoria Origem - Correio Popular (Campinas): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

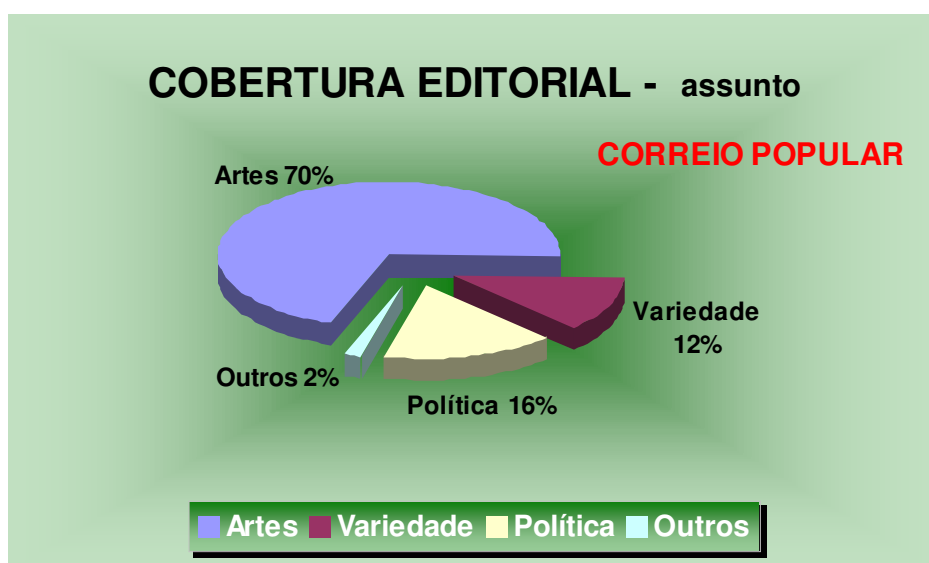


Gráfico 3 – Cobertura editorial categoria Assunto - Correio Popular (Campinas): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

Em relação à abrangência, a local (45%) praticamente equivale a nacional e internacional juntas (53%), ficando bastante restrita a cobertura dedicada à região. Sobre a origem das pautas, somando-se as recebidas através de *releases* (36%) e de agências de notícias (20%) há uma proximidade àquelas oriundas da própria redação (44%). A respeito dos assuntos escolhidos como principais, artes e espetáculos tiveram absoluta maioria (70%). Política cultural motivou 16% das manchetes do caderno.

Tais informações proporcionam a análise de que se trata de um jornal de grande porte, com equipe específica para a produção da área, com horários, padrões gráficos e estrutura de organograma rígidos, em que os assuntos nacionais e internacionais possuem peso maior que os locais e regionais, onde o material de agências de notícias e promotores de eventos influenciam fortemente a pauta e em que os temas de artes e espetáculos fornecem a grande parte dos

assuntos. Entretanto, na edição analisada, notou-se um predomínio de assuntos de televisão, especialmente séries norte-americanas. Um destaque pode ser notado em relação aos 16% de assuntos relacionados à política cultural, que necessitam de maior apuração e mais tempo de elaboração por parte da equipe.

- **Jornal Cruzeiro do Sul - Sorocaba**

O jornal possui os seguintes cadernos: 1º Caderno, Brasil/Mais Cruzeiro, Ela, Mais TV, Caderno de Domingo, Classificados (Imóveis e Automóveis). De acordo com as respostas da editora ao questionário, no Mais Cruzeiro, reservado à editoria de cultura, trabalham cinco pessoas há cinco anos, todos jornalistas e alguns com relação direta com a área cultural, atuando também como produtores em diversas linguagens artísticas, como teatro, música e literatura.

Há uma editora, um editor, duas repórteres e um redator. No dia a dia não acumulam funções em outras editoriais, a não ser quando há cadernos especiais e temáticos. A circulação do caderno é diária e o número de páginas varia, de quatro ao longo da semana, quando Mais Cruzeiro sai junto com Brasil, seis aos sábados e oito páginas aos domingos, dia em que o caderno é individual.

As agências de notícias Agência Estado, O Globo e *France Press* e os *releases* recebidos diariamente, e em grande número, garantem uma fonte importante de informações. Há uma reunião de pauta específica da área que ocorre diariamente. A pauta e a escolha da manchete do caderno recaem sobre a editora. Sempre há entrevistas para as matérias de abertura do caderno. Entre os principais temas abordados estão cultura e lazer em geral: teatro, cinema, música,

shows, televisão, novelas, gente famosa, social, literatura, dança, artes plásticas e artes visuais.

Os principais aspectos para a escolha de uma matéria como manchete são: a importância para a comunidade e abrangência da notícia. Sobre abrangência abordam principalmente os níveis local e regional. Sobre a origem das pautas utilizam as quatro fontes (*releases* de eventos, pautas próprias, pautas especiais e material de agências). Sobre os assuntos levantados escolhem os quatro tipos (artes e espetáculos, variedades, política cultural e outros). O caderno é fechado diariamente às 19h30. O horário de fechamento do jornal todo é às 23h30.

A edição analisada em 23 de junho de 2006, trouxe como matéria principal e assinada **Forgotten Boys traz seu rock “sessentista” para Sorocaba**. A repórter entrevista o líder da banda por telefone e reproduz em *ping pong* (perguntas e respostas) o material levantado. Na mesma página há uma matéria assinada como Da redação que reúne as três estreias daquele dia nos cinemas da cidade: Poseidon, Tristão e Isolda e Seres Rastejantes. A matéria não é opinativa e tem seu foco em descrever as produções, tal como uma sinopse. Ainda na primeira página há uma matéria Da redação sobre a apresentação de uma peça infantil na cidade, em que foi adaptada a obra do escritor mineiro Carlos Drummond de Andrade, integrando o projeto Mostra de Teatro Infantil do SESI 2006.

A última matéria, no canto esquerdo inferior da página, fala de uma polêmica entre um Fórum de Artistas Sorocabanos e o Secretário Municipal de Cultura. Nela, o grupo pede uma audiência com o responsável pela área no Poder Público para discutir aspectos da Lei de Incentivo à Cultura (Linc) da cidade.

Entretanto, a matéria que descreve a polêmica e entrevista o secretário está publicada no primeiro caderno, na parte de Cidades. A segunda página é dedicada ao roteiro de cinemas, televisão e cruzadas. A página 3 apresenta uma coluna de humor, horóscopo e dicas gastronômicas. Na última página segue a coluna social.

Entre as características observadas durante o período de acompanhamento deste jornal, de 1º de maio a 31 de agosto de 2005, quando foram analisadas exclusivamente as manchetes, ficaram ressaltadas as que estão demonstradas nos gráficos a seguir:



Gráfico 4 – Cobertura editorial categoria Abrangência - Cruzeiro do Sul (Sorocaba): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.



Gráfico 5 – Cobertura editorial categoria Origem - Cruzeiro do Sul (Sorocaba): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

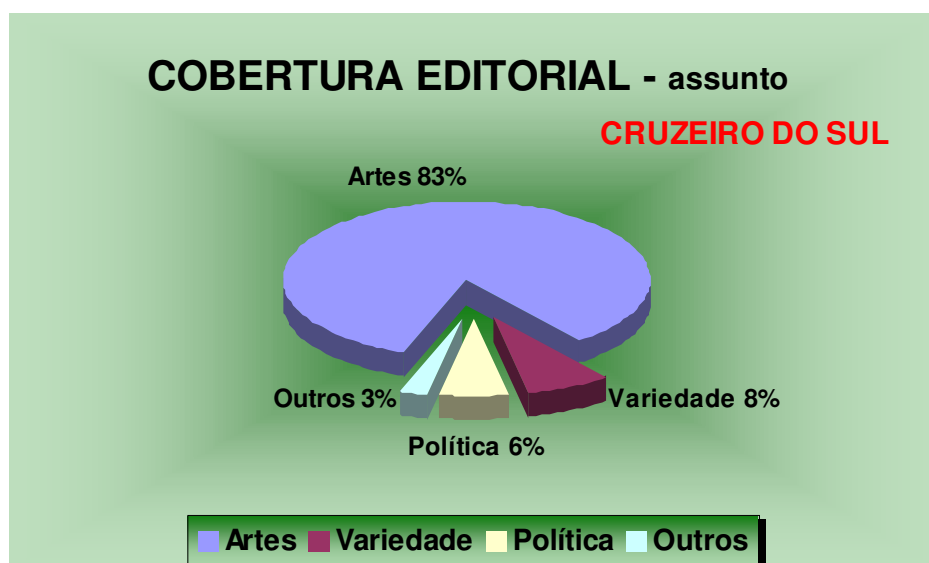


Gráfico 6 – Cobertura editorial categoria Assunto - Cruzeiro do Sul (Sorocaba): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

Em relação à abrangência, a dedicação ao que é local (77%) é a absoluta maioria, confirmando a resposta da editora ao questionário. Sobre a origem das pautas, aquelas recebidas como *releases* de divulgação de eventos somam 71% do espaço e não foram registradas pautas especiais no período. A respeito dos assuntos escolhidos como principais, artes e espetáculos tiveram também absoluta maioria (83%). Política cultural motivou 6% das manchetes do caderno.

Tais informações proporcionam a análise de que se trata de um jornal de porte médio, com equipe específica para a produção da área, com horários, padrões gráficos e estrutura de organograma rígidas, em que os assuntos locais e regionais possuem peso maior que os nacionais e internacionais, onde promotores de eventos parecem influenciar fortemente a pauta e os temas de artes e espetáculos fornecem a grande parte dos assuntos. O destaque, na edição analisada, foi a opção por não incorporar ao caderno a matéria com aspecto mais político, em que o secretário de cultura era questionado sobre sua pasta, deixando apenas uma nota sobre o pedido de audiência com ele, por parte dos artistas.

- **Diário da Região – São José do Rio Preto**

O jornal possui os seguintes cadernos: 1º Caderno, Cidades, Esportes, Classificados (Imóveis e Veículos), Vida & Arte, Diarinho, Diário na TV. De acordo com as respostas do editor ao questionário, no caderno Vida & Arte, reservado à editoria de cultura, trabalham seis pessoas. O editor está nessa função há cinco anos, é formado em jornalismo com especialização em Comunicação Jornalística. Há dois editores, três repórteres e um paginador. No dia a dia não acumulam

funções em outras editorias, mas todos fazem plantões nelas nos finais de semana. A circulação do caderno é diária e o número de páginas varia, ao longo da semana são oito e aos domingos seis. Englobam no caderno também assuntos de saúde e comportamento.

As agências de notícias, Globo e Agência Estado, são fonte importante de informações. Os *releases* recebidos diariamente e em grande número, são um fato criticado pelo editor, que não vê possibilidade de utilizar a maioria deles, devido ao que chama de falta de foco. Segundo ele, estes são utilizados apenas como material complementar dentro do processo de elaboração da reportagem. Há uma reunião de pauta às segundas-feiras de manhã. Nela é definida a pauta de toda a semana para as áreas de Saúde e Comportamento. Cultura tem definição das pautas no dia a dia.

A pauta e a escolha da manchete do caderno são responsabilidade dos editores. Preferencialmente há entrevistas para as matérias de abertura do caderno, mas em algumas ocasiões pode sair uma matéria sem entrevista. O caderno é fechado às 17h. O horário de fechamento do jornal todo gira em torno de meia-noite.

Os principais aspectos para a escolha de uma matéria como manchete são: o potencial de leitura que a reportagem possa despertar. Sobre abrangência abordam principalmente o nível regional. Sobre a origem das pautas utilizam as quatro fontes (*releases* de eventos, pautas próprias, pautas especiais e material de agências), considerando que pelo menos 80% é material produzido pela redação. Sobre os assuntos levantados escolhem os quatro tipos (artes e espetáculos, variedades, política cultural e outros) e ressaltam os assuntos

envolvendo cultura: teatro, dança, artes visuais (fotografia, artes plásticas, vídeo), cinema, música, cultura pop (HQs) etc.

A edição analisada, de 23 de junho de 2006, traz na capa a matéria assinada **Inferno em alto-mar**, com o sub-título *Estréiam hoje “Poseidon” e “Garota da Vitrine”, além de duas pré-estréias no fim-de-semana*. O repórter faz uma matéria basicamente descritiva sobre o filme e sem entrevistas. Os demais filmes, Garota da Vitrine (comédia), Os sem floresta (animação) e Separados pelo casamento (comédia) recebem descrições menores.

Na segunda página há duas notas na coluna Claquete, assinada, uma sobre o filme Xeque Mate, que estrearia em outubro no Brasil, e outra sobre o filme A vida secreta das palavras, com estréia para setembro, ambas com características de sinopse. Cruzadas e quadrinhos completam esta página. A página 3 apresenta uma matéria grande e assinada sobre saúde, Crianças e jovens também são vítimas da depressão, além do horóscopo. A página 4 traz uma coluna sobre comportamento e outra matéria assinada sobre saúde: Mulher está mais exposta ao estresse que o homem. A página 5 é dedicada à gastronomia, com curiosidades para decorar a mesa e diversas receitas.

Para abrir a página 6 uma matéria assinada, Internautas votam nas melhores crônicas, convida os leitores do portal do jornal a votar para escolher dez crônicas no Prêmio Norberto Buzzini, evento de literatura realizado pelo grupo de comunicação a que pertence o jornal. O restante da página e a página 7 são dedicados à agenda cultural e roteiro de TV. Na última página fica a coluna social.

Entre as características observadas durante o período de acompanhamento deste jornal, de 1º de maio a 31 de agosto de 2005, quando foram analisadas exclusivamente as manchetes, ficaram ressaltadas as demonstradas nos gráficos:



Gráfico 7 – Cobertura editorial categoria Abrangência - Diário da Região (S. J. Rio Preto): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.



Gráfico 8 – Cobertura editorial categoria Origem - Diário da Região (S. J. Rio Preto): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.



Gráfico 9 – Cobertura editorial categoria Assunto - Diário da Região (S. J. Rio Preto): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

Em relação à abrangência, a dedicação ao que é local e regional alcança quase 80%, confirmando a resposta do editor ao questionário. Mas é significativa a parcela de abrangência internacional. Sobre a origem das pautas, aquelas recebidas como *releases* de divulgação de eventos tomam 64% do espaço e não foram registradas pautas especiais no período. A respeito dos assuntos escolhidos como principais, artes e espetáculos tiveram absoluta maioria (78%). Política cultural motivou 6% das manchetes do caderno.

Tais informações proporcionam a análise de que se trata de um jornal de porte médio, com equipe específica para a produção da área, mas, englobando saúde e comportamento na mesma editoria, com horários e estrutura de organograma rígidos, em que os assuntos locais e regionais possuem peso maior que os nacionais e internacionais, onde promotores de eventos parecem influenciar fortemente a pauta e os temas de artes e espetáculos fornecem a

grande parte dos assuntos. O destaque, na edição analisada, foi a opção por não incorporar a matéria **Os sem-livros**, com sub-título *Moradores reclamam do acervo insuficiente das quatro minibibliotecas de Rio Preto*, com aspecto mais político, em que populações de bairros que possuem uma biblioteca ramal pedem providências para ampliar o acervo e melhorar as instalações. Há várias entrevistas na matéria, incluindo a do secretário de cultura, e ela abre o caderno Cidades.

- **Folha da Região - Araçatuba**

O jornal possui os seguintes cadernos: 1º Caderno, Cidades, Vida e Classificados. De acordo com as respostas da editora ao questionário, no caderno Vida, reservado à editoria de cultura, trabalham três pessoas. Há uma editora (há dois anos na função), uma repórter (há três) e uma estagiária (há poucos meses), todas com formação em jornalismo. Não acumulam funções em outras editorias. A circulação do caderno é diária e o número de páginas varia. Ao longo da semana são quatro e aos domingos seis. Engloba assuntos de cultura de modo geral (teatro, artes plásticas, shows musicais, dança e literatura), turismo, moda, estética e beleza, saúde e bem-estar, comportamento e decoração.

As agências de notícias e os *releases* recebidos diariamente são fonte importante de informação. Não há uma reunião de pauta específica da área. A pauta e a escolha da manchete do caderno são feitas pela editora, mas a repórter e a estagiária têm participação. Sempre há entrevistas para as matérias de abertura do caderno. O caderno é fechado às 17h. O horário de fechamento do jornal todo gira em torno de 23h30.

Os principais aspectos para a escolha de uma matéria como manchete são: o interesse dos leitores. Em abrangência abordam principalmente os níveis local e regional. Sobre a origem das pautas utilizam principalmente pautas próprias. No caso de assuntos, escolhem os quatro tipos (artes e espetáculos, variedades, política cultural e outros).

A edição analisada de 23 de junho de 2006 traz na capa a matéria assinada **Mistério e encantamento no universo dos vinhos**, com o sub-título *Degustar a bebida é uma experiência sensorial; o olfato, a visão e o paladar são essenciais; por isso, a forma de movimentar o líquido na taça, apreciando seu aroma, textura e sabor, é muito importante*. A repórter faz uma matéria didática sobre o tema, entrevistando um especialista que havia passado pela cidade uma semana antes. Além do texto principal há boxes com descrição dos tipos de uva e vocabulário do vinho.

A página 2 traz um artigo de advogado intitulado Diva, o roteiro de cinema, agenda de eventos, resumos de novelas e horóscopo. A página 3 apresenta notas de humor, um artigo de gastronomia, cruzadas, quadrinhos e outra coluna de advogado intitulada Pagou? Passou! É o melhor!. Na página 4 fica a coluna social.

Entre as características observadas durante o período de acompanhamento deste jornal, de 1º de maio a 31 de agosto de 2005, quando foram analisadas exclusivamente as manchetes, ficaram ressaltadas as demonstradas nos gráficos a seguir:

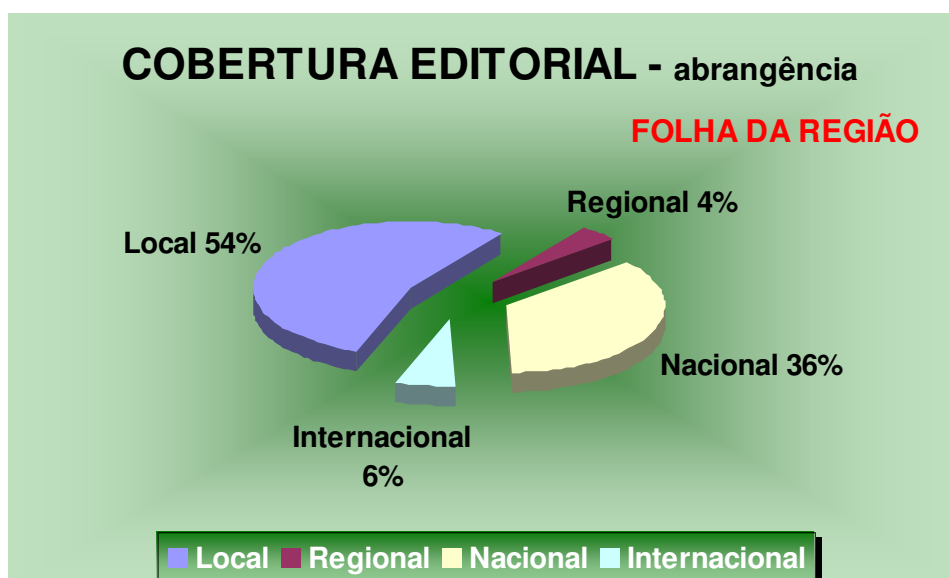


Gráfico 10 – Cobertura editorial categoria Abrangência - Folha da Região (Araçatuba): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

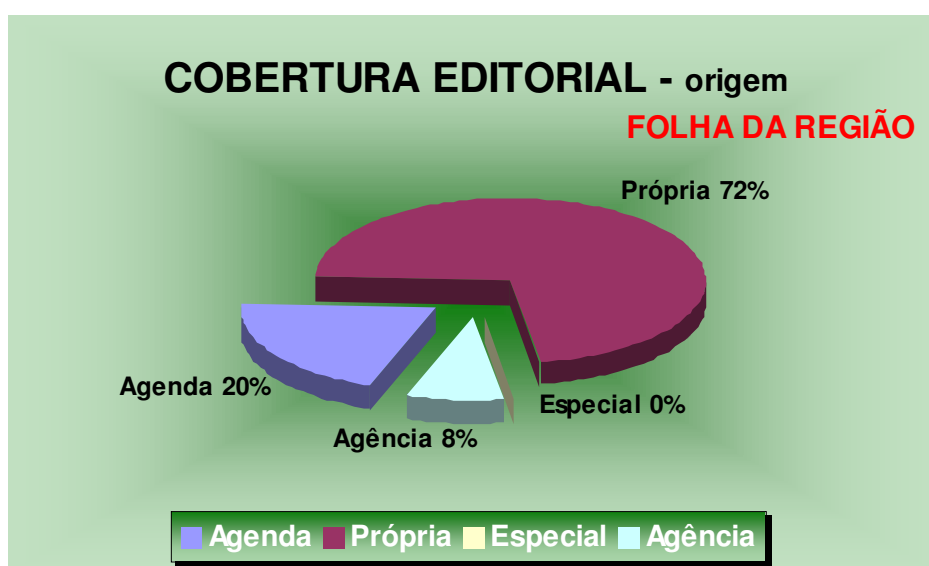


Gráfico 11 – Cobertura editorial categoria Origem - Folha da Região (Araçatuba): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

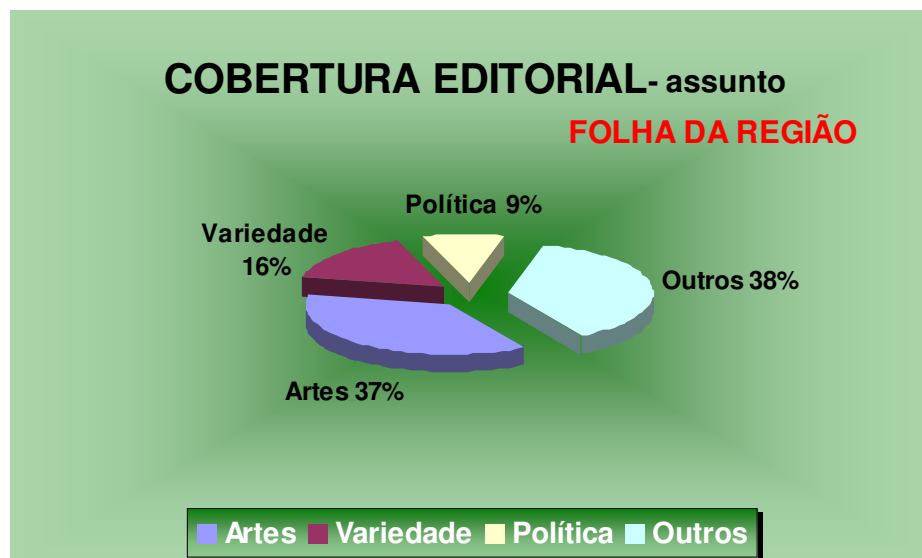


Gráfico 12 – Cobertura editorial categoria Assunto - Folha da Região (Araçatuba): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

Em relação à abrangência, pautas locais e regionais alcançam quase 58%, porém, há significativa opção por assuntos de abrangência nacional. Sobre a origem das pautas, aquelas desenvolvidas pela redação são maioria, confirmando a resposta da editora a essa questão. A respeito dos assuntos escolhidos como principais, artes e espetáculos estão equilibrados com outros, que neste caso engloba saúde, comportamento e gastronomia.

Tais informações proporcionam a análise de que se trata de um jornal de pequeno porte, com equipe enxuta responsável pela produção da área de cultura mas englobando também saúde, gastronomia e comportamento na mesma editoria, com horários e estrutura de organograma rígidas, em que os assuntos locais possuem peso maior, onde promotores de eventos parecem não influenciar fortemente a pauta, pois grande parte das escolhas recai em pautas levantadas na própria redação, e em que os temas de artes e espetáculos equivalem em número com outros. O destaque, na edição analisada, foi a opção por não publicar

nenhuma matéria com o enfoque em linguagens artísticas, restringindo-se ao assunto gastronômico.

- **Jornal da Cidade - Bauru**

O jornal possui os seguintes cadernos: 1º Caderno, Esportes, JC Regional, Brasil, Classificados, Economia, JC nos Bairros, Ser, JC Cultura, JC Saúde, JC Criança, Auto Mercado e Bauru Ilustrado. Como este foi o único veículo que não enviou as respostas do editor ao questionário, serão listadas informações obtidas através de observações e por outras fontes. No caderno JC Cultura, reservado à editoria de cultura, trabalham três pessoas. Há um editor, uma repórter e um paginador. A circulação do caderno é diária e o número de páginas varia ao longo da semana. Englobam no caderno assuntos de cultura de modo geral, tais como teatro, artes plásticas, shows musicais, dança, literatura e cinema. O material fornecido por agências de notícias e *releases* aparenta ser fonte importante de informação, haja vista o que sai publicado nas páginas do jornal.

A edição analisada de 23 de junho de 2006 traz na capa a matéria de agência **Catástrofe-pipoca**, sobre a estréia do filme Poseidon nos cinemas da cidade. Além da matéria principal há uma segunda, assinada e fornecida pela mesma agência em que são abordados aspectos mais críticos.

A segunda página traz uma matéria assinada Da redação e com entrevista sobre filmes de alunos de uma escola de inglês, que disputariam naquele dia um prêmio intitulado Oscar de idioma. A matéria secundária, esta assinada pela repórter e com informações sobre uma artista plástica, obtidas através de

entrevista, aborda a inauguração, naquele dia, de um espaço cultural localizado em um restaurante local. Na parte inferior da página uma coluna de notas sobre variedades intitulada Bazar.

A terceira página apresenta outras duas matérias sobre mais estréias de cinema: *'Sorte no amor' tem dose exata de humor e romance*, assinada e fornecida por agência de notícias, e *Aniston e Vaughn brigam por apê em 'Separados pelo casamento'*, esta assinada como Da redação. A matéria de pé de página, também Da redação, anuncia o show da banda de rock Nabucodonosor numa casa noturna da cidade. Sai publicada nesta página ainda uma coluna de humor.

A página 4 é dedicada à coluna assinada Mídia News, com notas sobre televisão e celebridades, e ao horóscopo. Na página 5 saem a coluna de José Simão e duas matérias pequenas, uma sobre os 99 anos de Dercy Gonçalves, assinada e fornecida por agência, e outra assinada pela repórter sobre um show da banda de rock nacional Capitão Mamão, em uma casa noturna da cidade. Ainda estão nessa página as cruzadas e os quadrinhos.

A sexta página é dedicada a Agendinha, com o roteiro cultural da cidade, a programação dos cinemas, de TV e de filmes na TV.

Entre as características observadas durante o período de acompanhamento deste jornal, de 1º de maio a 31 de agosto de 2005, quando foram analisadas exclusivamente as manchetes, ficaram ressaltadas as que estão demonstradas nos gráficos a seguir:

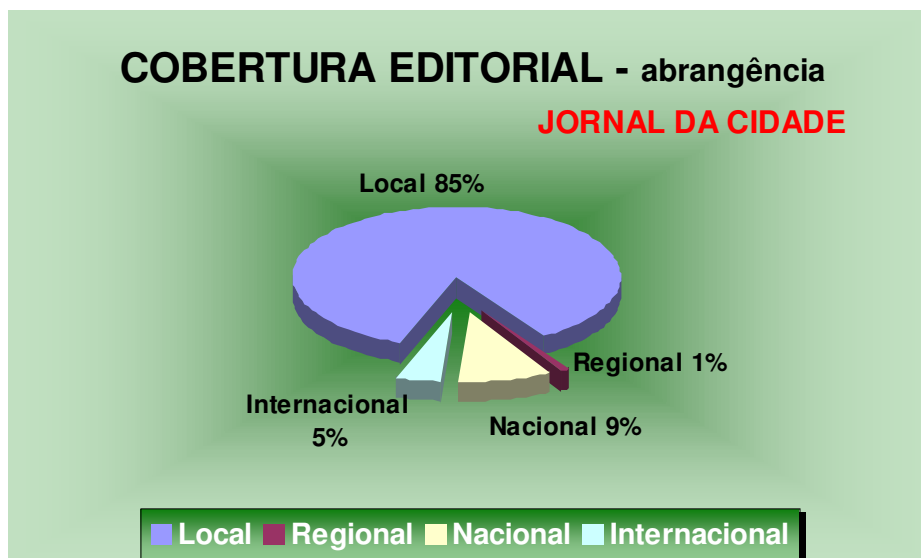


Gráfico 13 – Cobertura editorial categoria Abrangência - Jornal da Cidade (Bauru): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

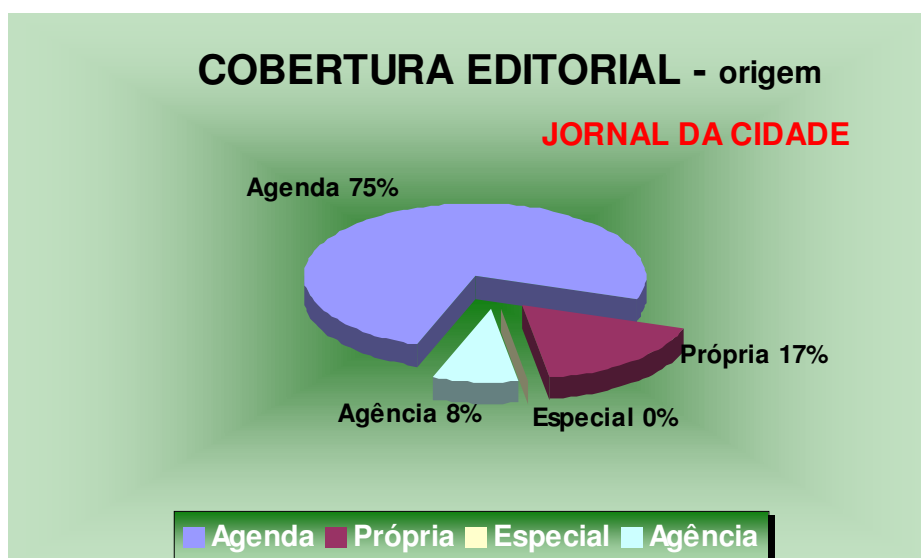


Gráfico 14 – Cobertura editorial categoria Origem - Jornal da Cidade (Bauru): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

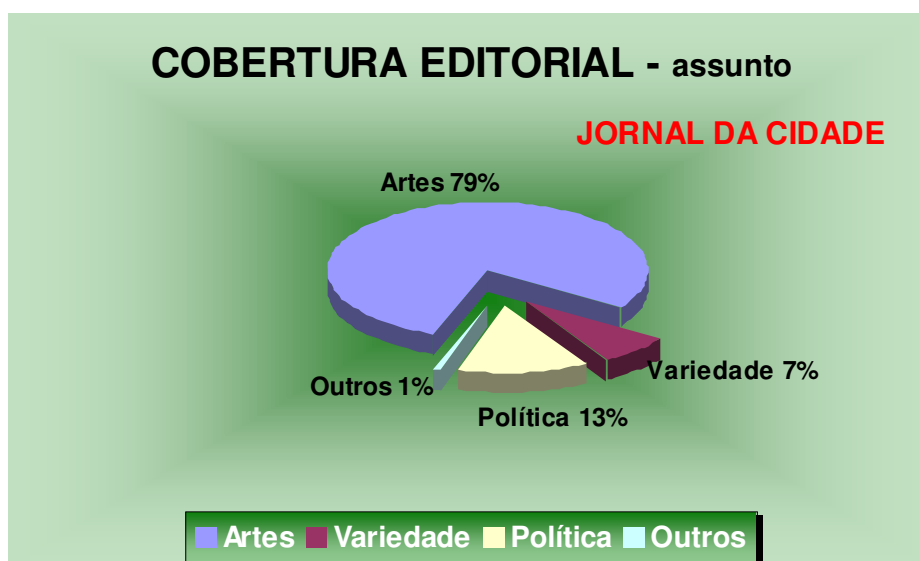


Gráfico 15 – Cobertura editorial categoria Assunto - Jornal da Cidade (Bauru): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

Em relação à abrangência, a dedicação ao que é local alcança um número próximo aos 90%. Apesar do jornal afirmar sua cobertura regional, a porcentagem de manchetes de cultura com esta abrangência foi muito restrita. Sobre a origem das pautas, aquelas fornecidas por promotores de eventos e agências somam juntas 83%. A respeito dos assuntos escolhidos como principais, artes e espetáculos estão entre os preferidos, mas com uma parcela significativa de dedicação a temas de política cultural.

Tais informações proporcionam a análise de que se trata de um jornal de médio porte, com uma equipe responsável pela produção da área de cultura formada por poucas pessoas, com predominância de abrangência local dos assuntos escolhidos para manchete do caderno, onde promotores de eventos parecem influenciar fortemente a pauta, pois grande parte das escolhas recai sobre o que é levantado a partir destes *releases*, e em que os temas de artes e espetáculos são maioria. O destaque, na edição analisada, foi a opção por não

incorporar ao caderno de cultura a matéria *Circo de Beto Carrero estréia em Bauru*; *ONG questiona alvará*, fato que havia gerado polêmica junto a ONG Naturae Vitae, que questionava a documentação sobre as condições dos animais. A matéria, que citava entrevistas com todas as partes envolvidas e depoimentos dos artistas, que se preparavam para o espetáculo da noite, saiu na página dedicada ao JC nos Bairros.

- **O Imparcial – Presidente Prudente**

O jornal possui os seguintes cadernos: 1º Caderno, Cidades, Caderno 2 e Classificados. De acordo com as respostas da editora ao questionário, no Caderno 2, reservado à editoria de cultura, trabalham duas pessoas. Há uma editora, há três meses no cargo, e uma profissional de reportagem, há dez meses na função. As duas com formação em jornalismo. Não acumulam funções em outras editorias. A circulação do caderno é diária e o número de páginas, seis, não muda ao longo da semana. Englobam no caderno assuntos relativos a entretenimento e cultura, além de colunas diárias, como Sociedade em Tópicos, Sinomar Repórter, Fotos e Fatos; entretenimento como passatempo, TV, filmes, novelas, horóscopo, cinemas locais; colunas com periodicidade semanal: Rotary & Rotary, Lions, Federação das Entidades Assistenciais, Dignidade (voltada à terceira idade), entre outras.

As agências de notícias, como Agência Estado, são fonte importante de informação. No caso dos *releases* recebidos diariamente, a equipe parte deles para a construção de texto próprio com apuração. Não há uma reunião de pauta específica da área, a reunião diária é geral, envolvendo todas as editorias. A pauta

e a escolha da manchete do caderno são feitas pela editora. Sempre há entrevistas para as matérias de abertura do caderno. Utilizam matérias da agência nas páginas internas. O caderno é fechado às 18h. O horário de fechamento do jornal todo gira em torno de 22h30.

Os principais aspectos para a escolha de uma matéria como manchete são: proximidade, impacto, importância. Sobre abrangência abordam principalmente os níveis local e regional. Quanto a origem das pautas, utilizam diversas fontes, mas se partirem de *releases*, desenvolvem a apuração. Os assuntos levantados englobam os quatro tipos.

A edição analisada de 23 de junho de 2006 traz na capa a matéria assinada Da redação **V São João Fest espera 20 mil pessoas**, com o sub-título *Evento começa hoje, no Parque de Uso Múltiplo, e segue até domingo com quadrilhas, barracas de comidas típicas e feira de arte*. O evento seria realizado pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Presidente Prudente e teria disputa entre grupos de quadrilhas. Na página 2, saem cruzadas, resumo de novelas, roteiro de filmes na TV, grades de programação de emissoras, horóscopo e roteiro de cinema. Metade da página 3 é dedicada à coluna Fotos e Fatos. Na outra metade uma matéria assinada Da redação aborda a apresentação de uma companhia de dança canadense na cidade vizinha de Dracena, onde nasceu o diretor da companhia, porém, a matéria não traz entrevista com ele.

A página 4 tem outra coluna social, uma matéria assinada Da redação sobre educação e tecnologia e outra a respeito de uma mostra de relíquias de informática. A quinta página apresenta o roteiro cultural da cidade para todo o final de semana e notas sobre os filmes que entram em cartaz nos cinemas. A página 6

é dedicada à coluna social. Entre as características observadas durante o período de acompanhamento deste jornal, de 1º de maio a 31 de agosto de 2005, quando foram analisadas exclusivamente as manchetes, ficaram ressaltadas as que estão demonstradas nos gráficos a seguir:



Gráfico 16 – Cobertura editorial categoria Abrangência - O Imparcial (Presidente Prudente): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.



Gráfico 17 – Cobertura editorial categoria Origem - O Imparcial (Presidente Prudente): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

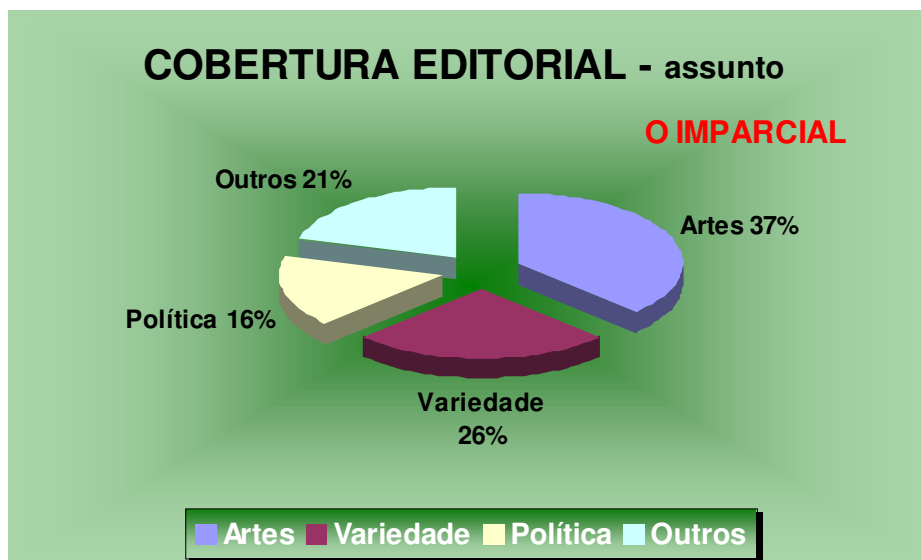


Gráfico 18 – Cobertura editorial categoria Assunto - O Imparcial (Presidente Prudente): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

Em relação à abrangência, a dedicação ao que é local alcança 81%, confirmando as respostas ao questionário. Sobre a origem das pautas, aquelas fornecidas por promotores de eventos e agências somam juntas 53%, ou seja, mais da metade, mas é significativo, quase equivalente, o número de pautas próprias levantadas pela redação. A respeito dos assuntos escolhidos como principais, neste caso há um equilíbrio entre artes, variedades e outros. Até mesmo o menor índice, política cultural, não está muito abaixo dos demais, alcançando 16% dos assuntos.

Tais informações proporcionam a análise de que se trata de um jornal de pequeno porte, com uma equipe de duas pessoas como responsável pela produção da área de cultura, que engloba também assuntos relativos a saúde, comportamento e educação, com predominância de abrangência local dos assuntos escolhidos para manchete do caderno, onde parece estar equilibrada a influência de promotores de eventos na decisão das pautas com aquelas

levantadas pela própria redação. O destaque, na edição analisada, foi a grande quantidade de espaço dedicado às colunas sociais, das seis páginas do caderno, duas páginas e meia são utilizadas por estas colunas.

- **Tribuna Imprensa – Araraquara**

O jornal modificou recentemente seu formato de Standard para Berliner. Possui os seguintes cadernos: 1º Caderno, Esportes, Tô!Ligado, Tô!Ligado na Telinha, Classificação, Comportamento, Tribuninha. De acordo com as respostas da editora ao questionário, no caderno Tô!Ligado, reservado à editoria de cultura, trabalham quatro pessoas. Há uma editora, há três anos no cargo, e duas repórteres, além de um paginador. A editora e as repórteres possuem formação em jornalismo. Não acumulam funções em outras editorias. A circulação do caderno é diária e o número de páginas, oito, não muda ao longo da semana, mas pode chegar a 12 em alguns domingos. Englobam no caderno prioritariamente eventos culturais locais e uma minoria de notícias nacionais e internacionais de cunho cultural na seção noticiosa; nas demais seções agenda cultural local e de TV. Há espaços para artigos de colaboradores fixos sobre etiqueta (quinzenal), cultura geral (semanal), artes plásticas (semanal), cinema (quinzenal) e gastronomia (quinzenal).

As agências de notícias, como Agência Estado e TVPress, são fonte importante de informação. No caso dos *releases* recebidos diariamente, oferecem a base para a pauta. Há uma reunião específica da área, semanalmente. A pauta e a escolha da manchete do caderno são feitas pela editora. Sempre há

entrevistas para as matérias de abertura do caderno. O caderno é fechado às 19h. O horário de fechamento do jornal todo gira em torno de 23h e 0h.

Os principais aspectos para a escolha de uma matéria como manchete são geralmente agenda, mas aos domingos pautas próprias mais elaboradas; às sextas-feiras sempre escolhem matéria de agência sobre filmes que entram em cartaz na cidade, dado ao fato de não terem acesso antecipado ao filme para que façam texto próprio.

A edição analisada de 23 de junho de 2006 traz na capa matéria não-assinada **'Poseidon' aposta em clichês e muita ação**, sobre o filme que estreava nos cinemas da cidade. Na página 2 sai outra matéria sem assinatura sobre estréia de filme, 'Tudo por dinheiro'. A terceira página é aberta por uma matéria de agência: 'A profecia' dá medo pelos motivos errados, conta com uma matéria assinada pela repórter sobre um ensaio aberto da semana intitulada Movimento Antropofágico de Crítica à Administração Cultural de Araraquara (M.A.C.A.C.A.) e uma nota também assinada sobre os espetáculos de teatro do final de semana, marcando o encerramento da Semana Luiz Antonio Martinez Corrêa.

A quarta página tem um painel cultural (roteiro) de eventos e cinema. A página 5 tem programação de TV, cruzadas e horóscopo. As últimas três páginas são dedicadas somente a coluna social.

Entre as características observadas durante o período de acompanhamento deste jornal, de 1º de maio a 31 de agosto de 2005, quando foram analisadas exclusivamente as manchetes, ficaram ressaltadas as que estão demonstradas nos gráficos a seguir:



Gráfico 19 – Cobertura editorial categoria Abrangência - Tribuna Imprensa (Araraquara): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.



Gráfico 20 – Cobertura editorial categoria Origem - Tribuna Imprensa (Araraquara): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

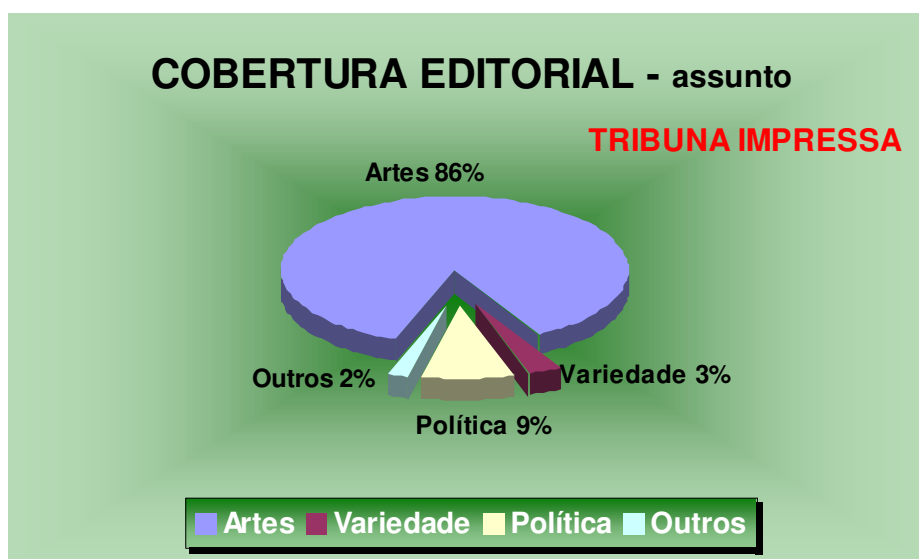


Gráfico 21 – Cobertura editorial categoria Assunto - Tribuna Imprensa (Araraquara): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

Em relação à abrangência, a dedicação ao que é local alcança 80%, sendo seguida pela internacional, deixando em terceiro lugar a abrangência nacional e quase inexistindo a regional. Sobre a origem das pautas, aquelas fornecidas por promotores de eventos e agências somam juntas 85%. A respeito dos assuntos escolhidos como principais, neste caso, há uma predominância absoluta de artes e espetáculos para a escolha da manchete.

Tais informações proporcionam a análise de que se trata de um jornal de pequeno porte, com uma equipe de três pessoas responsável pela produção da área de cultura, com predominância de abrangência local e internacional dos assuntos escolhidos para manchete do caderno, onde há ênfase à influência de promotores de eventos na decisão das pautas. O destaque, na edição analisada, foi a opção por não incorporar no caderno de cultura uma entrevista especial realizada com um diretor de teatro da cidade, em que foram pontuados aspectos

da biografia do artista e da contribuição para a formação de novos atores. Tal matéria saiu publicada na última página do caderno principal, na editoria Cidade.

- **Vale Paraibano – São José dos Campos**

O jornal possui os seguintes cadernos: 1º Caderno, Nacional, Esportes, Vale Viver, Classificados. De acordo com as respostas da editora ao questionário, no caderno Vale Viver, reservado à editoria de cultura, trabalham seis pessoas. A editora está nessa função há seis anos, é formada em jornalismo. Há uma editora, um sub-editor, três repórteres e um estagiário, além dos cronistas sociais (2), cronistas (5) e cronistas de assuntos diversos (8).

No dia a dia não acumulam funções em outras editorias, mas todos fazem plantões nelas nos finais de semana. A circulação do caderno é diária e o número de páginas pode variar, das oito ao longo de toda a semana, no caso da existência de mais anúncios. Aos domingos circulam também um caderno de entrevistas e gastronomia, mais 4 páginas e um caderno de TV (12 páginas). O caderno é de variedades, mas pode fazer pautas culturais e de comportamento.

As agências de notícias são fonte importante de informações. Sobre os *releases*, recebidos diariamente e em grande número, a orientação do jornal é utilizar pouco, dando enfoque para as entrevistas feitas pelos próprios profissionais. Há uma reunião de pauta específica semanalmente. A pauta do caderno é feita pela editora, mas a escolha da manchete é decidida por todos os repórteres. Sempre são feitas entrevistas para as matérias de abertura do

caderno. O caderno é fechado às 17h. O horário de fechamento do jornal todo gira em torno de 20h.

Os principais aspectos para a escolha de uma matéria como manchete são: abrangência e interesse no momento da publicação, por exemplo, se há alguma polêmica na TV, isso pode virar uma matéria, a estréia de um *blockbuster*, iniciativas culturais de grande peso, como por exemplo, atividades no Mês do Folclore, Semanas dedicadas a celebridades da região como Monteiro Lobato ou o poeta Cassiano Ricardo, etc. Sobre abrangência abordam principalmente o nível regional. Em relação à origem das pautas, utilizam as quatro fontes (*releases* de eventos, pautas próprias, pautas especiais e material de agências), dependendo do dia. No caso dos assuntos levantados escolhem os quatro tipos (artes e espetáculos, variedades, política cultural e outros).

A edição analisada de 23 de junho de 2006 traz na capa a matéria assinada **Hora das gatas de botas**, com o ante-título *Vitrines não deixam mentir: é tempo de usar botas; modelos vão das plataformas aos saltos altos e finíssimos*. A repórter faz uma matéria de moda, entrevistando uma consultora e fazendo metáforas com os contos infantis O gato de botas e Cinderela, a gata borralheira.

Na segunda página há uma matéria assinada pelo repórter sobre filmes de terror disponíveis em DVD e VHS, cruzadas e quadrinhos. A página 3 traz uma matéria sem assinatura mas com entrevistas sobre um Ciclo de Workshops de Cinema, que incluía a presença do ator Norton Nascimento na cidade de Caçapava, região de São José dos Campos. Há na mesma página a coluna de TV Zap e um artigo de colaboradora permanente.

As páginas 4 e 5 apresentam o roteiro de cinema e gastronômico de toda a região, sinopses dos filmes que estréiam, os filmes em cartaz na TV, resumo de novelas, grade de emissoras de TV aberta. As páginas 6 e 7 possuem colunas sociais, horóscopo e o roteiro de shows e casas noturnas de toda a região, que ocupa metade da página seguinte.

Encerrando o caderno, na página 8 está uma matéria sem assinatura fornecida por agência a respeito do filme Poseidon, essencialmente descritiva. A outra matéria também segue sem assinatura e fornecida por agência e aborda o outro filme de estréia, Tristão e Isolda.

Entre as características observadas durante o período de acompanhamento deste jornal, de 1º de maio a 31 de agosto de 2005, quando foram analisadas exclusivamente as manchetes, ficaram ressaltadas as que estão demonstradas nos gráficos a seguir:



Gráfico 22 – Cobertura editorial categoria Abrangência - Vale Paraibano (S. J. dos Campos): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.



Gráfico 23 – Cobertura editorial categoria Origem - Vale Paraibano (S. J. dos Campos): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

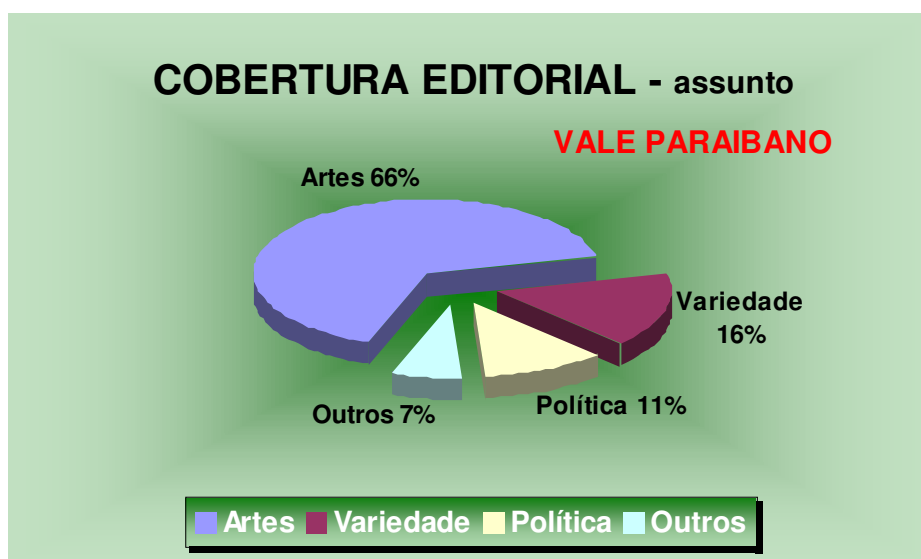


Gráfico 24 – Cobertura editorial categoria Assunto - Vale Paraibano (S. J. dos Campos): período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

Em relação à abrangência, os aspectos local e regional alcançam juntos 77%, com equilíbrio entre os dois itens. Sobre a origem das pautas, aquelas fornecidas por promotores de eventos e agências somam juntas 60%, mas há um número significativo de pautas próprias, 39%. A respeito dos assuntos escolhidos

como principais, as artes e os espetáculos recebem a maioria absoluta de dedicação.

Tais informações proporcionam a análise de que se trata de um jornal de porte médio, com equipe exclusiva responsável pela produção da área de cultura, com predominância de abrangência local e regional dos assuntos escolhidos para manchete do caderno, onde possui ênfase o desenvolvimento de pautas próprias e aparece uma certa clareza de propósito ao selecioná-las. O destaque, na edição analisada, foi a opção por escolher uma matéria de moda como abertura do caderno, reforçando as respostas da editora, já que esta característica fica transparente quando ela cita que trata-se de um caderno de variedades, mas que também aborda cultura. Entretanto, pelos gráficos, é possível perceber que há uma tendência em priorizar pautas de artes e espetáculos.

4.4 Análise e síntese global

Com os dados do acompanhamento coletados e processados, as informações obtidas através dos questionários enviados aos editores e a análise da edição de cada veículo na mesma data, a partir do estudo das teorias do *Agenda Setting*, *Gatekeeper* e Teoria Organizacional, e acrescentando as abordagens de gestão de pessoas e formação de equipes, torna-se possível conceber o *corpus* completo desta pesquisa.

Num universo de oito jornais do interior do estado de São Paulo, compreendido por organizações de portes diversos localizadas em regiões distintas, algumas características são passíveis de comparação. Outras destoam

entre si e mostram peculiaridades. Entre os aspectos semelhantes está o conceito do que é entretenimento, que se assemelha nas respostas dos editores e se comprova pela análise das publicações. Outro aspecto comum é a opção por oferecer destaque aos assuntos que certamente terão interesse por parte do leitor, ou seja, o que está em cartaz, os lançamentos da grande indústria de entretenimento, tópicos como moda e gastronomia. Finalizando, o terceiro aspecto coincidente é a dedicação de grande parte das páginas ao roteiro cultural ou agenda de eventos da cidade, o que também é recorrente em todos os veículos, acentuando as similaridades.

Entre as diferenças existentes estão: a quantidade de profissionais presentes nas equipes, a maior ou menor quantidade de espaço dedicado às colunas sociais nos cadernos de cultura, a publicação de críticas produzidas especialmente para o jornal, entre outras. Apesar das distinções, estes veículos podem ser vistos no conjunto, sob certa ótica:

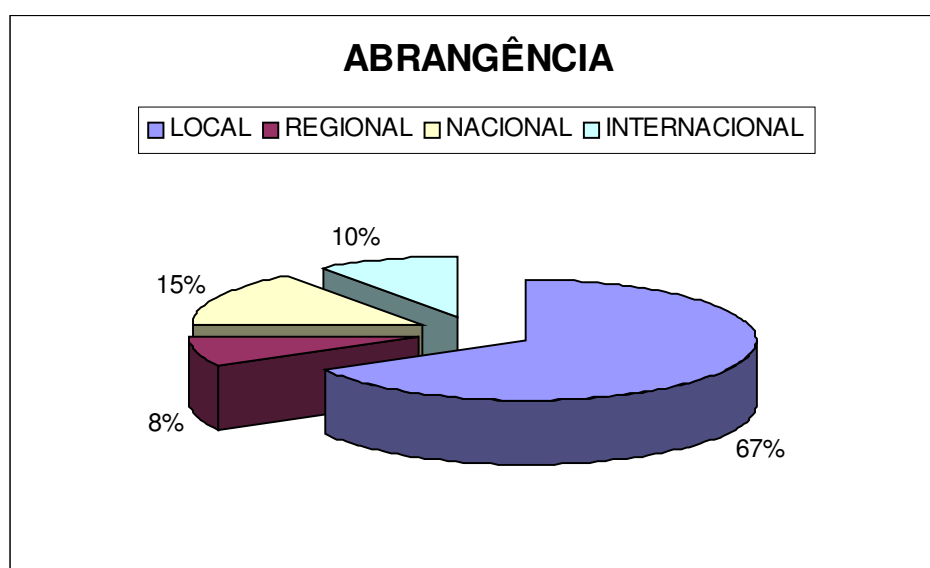


Gráfico 25 – Cobertura editorial categoria Abrangência média dos oito jornais durante o período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

Para este gráfico foi somado em porcentagem o resultado da coleta nos oito jornais pesquisados e feita uma média simples para obtenção do seguinte resultado: 67% das manchetes dos oito cadernos culturais são matérias de abrangência local, curiosamente na ordem a segunda (15%) e a terceira (10%) porcentagens se referem às coberturas nacionais e internacionais, ou seja, conseguidas em sua maioria através de agências de notícias. Mesmo divulgando sua circulação como regional e enfatizando o comprometimento com suas regiões, nos textos disponibilizados na APJ e nas respostas ao questionário, nestes jornais apenas uma minoria de 8% das manchetes aparece dedicada realmente à cobertura das cidades próximas.

Isso significa que, na maioria das vezes, como exemplo, entre a estréia de uma super-produção no cinema da cidade-sede do jornal e a presença de uma companhia internacional de dança na cidade vizinha, o editor não terá dúvidas sobre a escolha da primeira para a manchete.

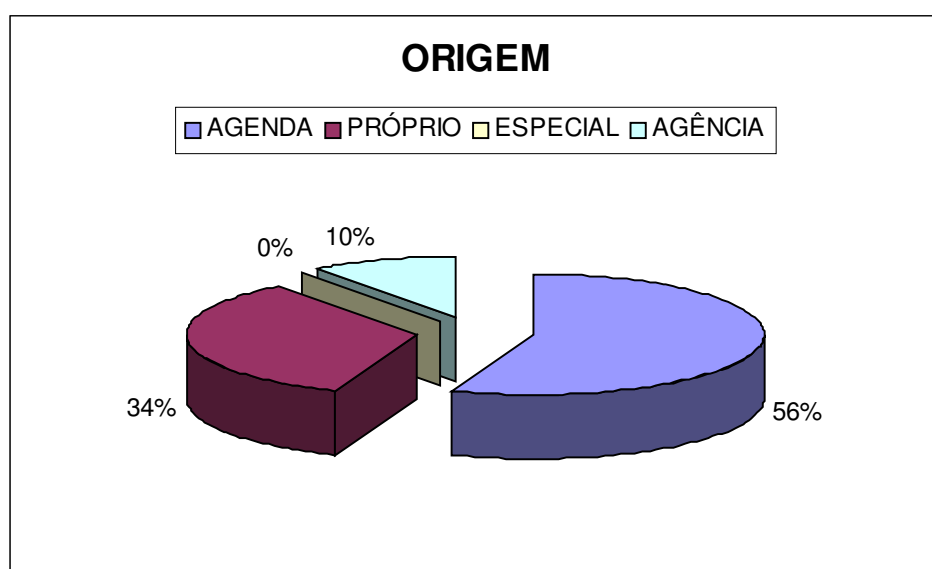


Gráfico 26 – Cobertura editorial categoria Origem média dos oito jornais durante o período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

No caso da origem das pautas, o gráfico anterior foi obtido também somando-se e conseguindo uma média das incidências nos oito jornais. O resultado: 56% das manchetes dos cadernos culturais são matérias que tiveram origem em *releases* enviados por instituições públicas ou privadas, promotores de atividades culturais. Isso significa que os veículos acompanham fortemente a agenda ou roteiro cultural das cidades, com estréias de espetáculos, abertura de exposições, shows musicais, entre outros; curiosamente a porcentagem referente às pautas especiais ficou zerada, ou seja, não há registro sobre pautas maiores, com trabalho investigativo ou de reportagem desenvolvido neste período.

O resultado de pautas próprias 34% em relação às pautas com origem em agências de notícias 10%, entretanto, surpreendeu em relação à hipótese inicial, pois era previsto encontrar uma diferença maior.

Quando optam por escolher pautas próprias, os veículos passam a exigir maior dedicação de seus profissionais, oferecendo, talvez, certo espaço para manifestações e expressões pessoais dos repórteres. Seja na proposta ou escolha da pauta, seja na proximidade com o ambiente local ou no desenvolvimento de uma conexão com a abordagem editorial do veículo como um todo. Certamente, quando escolhem matérias provenientes de agências de notícias, os veículos adquirem pronto um serviço, usando menos seus recursos.

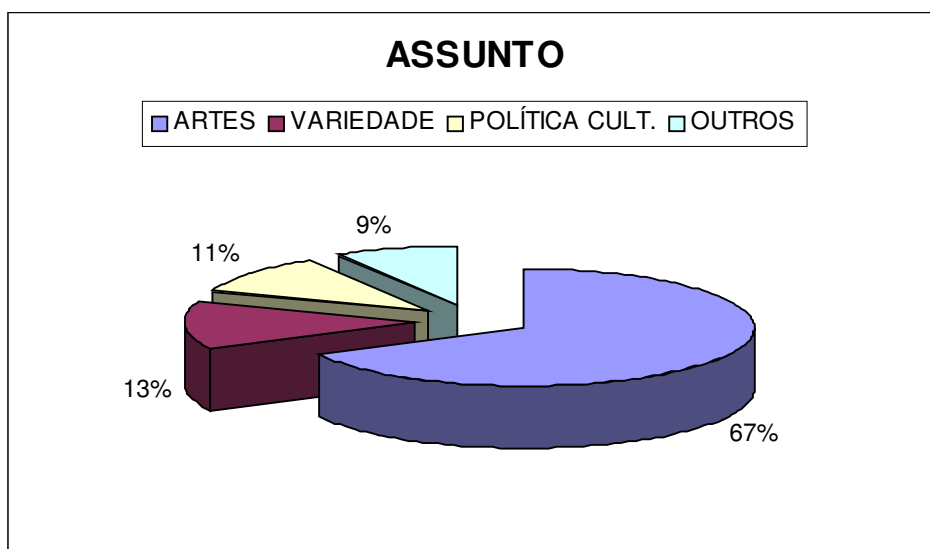


Gráfico 27 – Cobertura editorial categoria Assunto média dos oito jornais durante o período de coleta: 01/05 a 31/08/2005. Fonte: Crédito da pesquisadora.

No caso do assunto das manchetes dos cadernos culturais, registrou-se o esperado. A absoluta maioria é representada por assuntos de artes e espetáculos, com 67%. Em segundo lugar, com 13%, outro resultado esperado, com o assunto variedades (incluindo moda, televisão, artesanato e decoração). O terceiro colocado, com 11%, se refere aos assuntos de política cultural. Este último representa um número de certa forma acima do imaginado no início da pesquisa. Uma das causas possíveis pode ser o fato de um dos jornais, Vale Paraibano, ter mantido durante grande parte do período da coleta, um constante acompanhamento de assuntos dessa natureza nas cidades de sua região.

Entretanto, ficou demonstrado que, no geral, há preocupação nas redações em oferecer espaço para este tema. Restaria efetuar uma pesquisa mais específica sobre esse item para compreender quem seriam os agentes que

proporcionaram esses dados, onde se fundamentam suas inquietações e como ocorre o fluxo dessas informações na redação.

Em assuntos de outra natureza, a porcentagem 9% pode ter sido influenciada porque um dos veículos, Folha da Região, utilizou muitas matérias de saúde e comportamento como capa de seu segundo caderno, deixando quase em segundo plano as matérias de assuntos relativos a artes e espetáculos e, provavelmente, provocando algum movimento nesse número.

Ao encerrar esta parte, propõe-se uma leitura global dos resultados da pesquisa, visando a obtenção de uma concepção mais geral do tema e a melhor compreensão do universo pesquisado e suas características. Acredita-se em tal possibilidade devido à apresentação dos últimos três gráficos com as respectivas análises. É pertinente registrar o resultado da categoria abrangência, visto que em oito jornais que se intitulam regionais, como divulgam em seus sites e no site da APJ, reforçado pelas respostas dos editores, o resultado produzido pela observação ao longo de quatro meses de acompanhamento demonstrou ser o menor o número de manchetes com abrangência regional. Antes desse item, aparecem as manchetes nacionais e internacionais, que juntas chegam a 25% do total.

A partir das três etapas da pesquisa de campo, foi possível unificar as observações no item Análises qualitativa e comparativa e detalhar melhor informações sobre cada um dos veículos estudados. Ressalte-se que, neste momento, foi necessário, também, considerar aspectos da vivência da pesquisadora nesta área, pois fica evidente a distinção entre os jornais. Quando se refere à vivência da pesquisadora, ela foi essencial para a manutenção do eixo

de análise, visto que o foco para as observações deveria ser mantido o mesmo, ainda que em veículos diferentes em relação às suas estruturas de recursos humanos e financeiros.

Entretanto, os jornais foram apresentados separadamente, com seus gráficos e descrições, já que se pretendia também que cada veículo recebesse sua análise em especial. Observar cada parte e o todo foi um objetivo perseguido ao longo deste trabalho, tanto que puderam ser verificadas algumas características que comprovam a hipótese levantada: a de que o acompanhamento das agendas de eventos e datas comemorativas, através de informações obtidas através dos próprios promotores de tais atividades, abarca grande parte da cobertura dos cadernos culturais nos veículos estudados.

No quinto e último item serão relatadas as considerações finais e conclusões.

5 SÍNTESE E FINALIZAÇÃO: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final deste trabalho é possível considerar que houve uma aproximação dos objetivos iniciais, visto a coleta e organização das informações que agora podem proporcionar uma contribuição à compreensão da editoria de cultura; também foi analisado, em certa medida, o fluxo pelo qual passam informações desde a chegada às redações até a publicação; e surgiram identificadas algumas características que podem demonstrar uma tendência nesse tipo de cobertura jornalística. As três etapas da pesquisa de campo ganharam forte pertinência para a obtenção deste resultado e o eixo proporcionado pelo referencial teórico foi essencial para a coesão nas análises de todos os dados obtidos, através das diversas formas: acompanhamento, questionário e observação.

Apresentados desde o item 3 como referenciais teóricos, os conceitos de *gatekeeper*, *agenda setting* e teoria organizacional parecem se comprovar. Praticamente em todos os veículos estudados as escolhas acerca do que vai ou não ser publicado são feitas por uma só pessoa, o editor do caderno de cultura, com sua formação em jornalismo e na correria dos horários de fechamento antecipados em relação ao restante do jornal. Tais escolhas demonstram ser feitas objetivando o potencial de leitura das matérias, como afirmado por vários editores em suas respostas ao questionário. E, como potencial de leitura fica claro, nas análises das respostas aos questionários e na observação, os quais são entendidos como pautas de entretenimento ou variedades, destacando-se o que transmite ao editor certa segurança de que seu produto editorial estará falando

das mesmas coisas que os demais. Estes veículos acabam produzindo uma cobertura cultural bastante parecida, apesar de estarem em distintas regiões do estado e serem empresas diferentes sob muitos aspectos.

É a constatação da outra teoria, a do agendamento (*agenda setting*) que mantém na pauta das conversas e na maioria da opinião pública certo volume de assuntos considerados, a cada período, como os mais importantes. Aparentemente, isso ocorre ainda em um circuito de realimentação, já que não se distingue se esta mídia influencia seus leitores ou se é influenciada por eles, a partir do que assistem em outras mídias. Através da observação ao longo da primeira etapa da pesquisa de campo, pode-se perceber que os assuntos culturais tratados como manchetes na maioria dos cadernos esteve também abordado, em certa medida, nos grandes jornais e na mídia televisiva. Repetindo aquilo que foi citado de Ricardo Kotscho (1998), no item 3, os jornais tendem a ficar muito parecidos, como se tivessem sido pautados e editados pela mesma pessoa, o que realmente apareceu com a tabulação dos dados e na observação da edição de todos em um mesmo dia.

Do referencial teórico, o que menos detalhes pode ser comprovado foi a teoria organizacional, visto que é a mais relacionada à ambiência existente nas redações. Entretanto, o material produzido na pesquisa de campo chegou a demonstrar a existência de aspectos dessa teoria, principalmente a partir do contato com os editores.

Em síntese, pode-se dizer que ao se focar a situação atual do jornalismo cultural, uma das conclusões possíveis acerca das explicações e considerações aqui apresentadas, é a de que ele, e talvez o jornalismo impresso como um todo,

estejam passando por uma fase de latência. Ao adaptar-se mais e mais às exigências de um mundo globalizado e essencialmente voltado às forças exercidas pelo mercado, as empresas jornalísticas parecem ter deixado em um pano de fundo questões como a possibilidade de sua influência no pensamento e nas transformações sociais. E esta fase será rompida somente quando ocorrer o início de um processo de reflexão sobre tal espectro, principalmente por parte dos profissionais que nele atuam, os agentes desse formato.

Entre alguns parâmetros que poderiam nortear condutas, visando aprimorar a editoria de cultura nos veículos regionais, está o desenvolvimento das equipes. Nesse sentido, percebe-se que às estruturas de trabalho nas redações destes jornais ainda não foram incorporados os objetivos de trabalho em torno de uma causa maior, que extrapole a recompensa financeira. Talvez isso se agrave pelo excesso de quantidade de informações que chegam e têm que ser processadas diariamente nas redações, principalmente na área de serviços da cultura (as agendas ou roteiros), além do tempo sempre exíguo para o fechamento.

Ainda sobre o tema de desenvolvimento de equipes, há que se considerar o despreparo em relação às questões administrativas por parte dos jornalistas que assumem postos de liderança. Nos currículos dos cursos de jornalismo nas universidades não estão contempladas com afincos estas questões. E, talvez, não seja mesmo, nestas instituições, que devam ser formados editores com visão estratégica administrativa. Conceber que esse tipo de aprimoramento deve ser obtido em um curso de especialização não parece uma idéia despropositada. Aí reside o fato mais desafiador, já que investir no aprimoramento de seus líderes ainda não parece ser regra ou meta nas empresas de comunicação localizadas

fora da capital. Como então contribuir para a melhoria da qualidade do produto editorial senão a partir da melhoria da qualidade da equipe que o produz?

De outro ponto de vista, os próprios jornalistas necessitariam estar mais conscientes da importância de aprimorar-se sempre e buscar formas de desenvolver seus conhecimentos e repertório, mesmo participando de uma estrutura rígida. Vimos ao longo deste trabalho que o jornalismo cultural possui algumas características distintas das demais editorias, principalmente em relação ao que é factual ou *hard news*. Dessa forma, uma alternativa aos profissionais seria procurar auxílio em bibliografias especializadas e obras referenciais, acompanhando ainda o cotidiano de veículos especializados, como revistas nacionais e internacionais, e participando do maior número possível de eventos de conhecimento sobre sua área. Registre-se a necessidade de assistir a quase tudo que envolve artes e espetáculos, alimentando sempre seu repertório pessoal.

Sobre o aspecto formação profissional constante e educação permanente, especialmente em jornalismo cultural, a partir deste trabalho é possível verificar a existência um nicho para as organizações que queiram se aventurar a realizar ações, cursos rápidos que seja, seminários avançados ou outros eventos que possibilitem contribuir para uma certa correção na trajetória dos profissionais que trabalham nessa editoria. Como desafio, apresenta-se nesse aspecto a necessidade de desenvolvimento de um diálogo entre universidades, sejam públicas ou privadas, e o mercado editorial.

E finalizando, parece ficar clara a hipótese levantada nesta dissertação, de que o acompanhamento das agendas de eventos e datas comemorativas, através de informações obtidas dos próprios promotores de tais atividades, abarca grande

parte da cobertura dos cadernos culturais e marca a produção da atualidade na maioria dos veículos estudados. Se enviarmos hoje a uma redação destes jornais material que tenha atrativos ao leitor comum, como o de estréias de cinema, por exemplo, com boas fotos e com certa antecedência ao acontecimento, a chance de ser publicado é grande e é provável que o *release* se transforme até mesmo em matéria de capa do caderno.

REFERÊNCIAS

ALFONSO-GOLDFARB, Ana Maria. **O que é história da ciência**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

AYALA, Marcos; AYALA, Maria Ignez Novais. **Cultura popular no Brasil**. São Paulo: Ed. Ática, 1987.

BARDAWIL, José Carlos. **O repórter e o poder: uma autobiografia**. São Paulo: Alegro, 1999.

BORDENAVE, Juan E. Dias. **Além dos meios e mensagens**: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 4. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1983.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COLI, Jorge. **O que é arte**. 11. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 13. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989.

CRUZ, Tadeu. **Workflow**: a tecnologia que vai revolucionar processos. São Paulo: Atlas, 1998.

DANTAS, Audálio (Org.). **Repórteres**. São Paulo: Editora Senac, 1998.

DEFLEUR, Melvin Lawrence; BALL-ROKEACH. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.

DIAS, Maria Matilde Kronka; BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Gestão da informação em ciência e tecnologia sob a ótica do cliente**. Bauru: EDUSC, 2003.

DICIONÁRIO do pensamento social do Século XX / editado por William Outhwaite, Tom Bottomore; com consultoria de Ernest Gellner, Robert Nisbel, Alain Toraine; editoria da versão brasileira Renato Lessa, Wanderley Guilherme dos Santos; tradução de Eduardo Francisco Alves, Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.

DINES, Alberto; MELO, José Marques de; VOGT, Carlos. **A imprensa em questão**. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. São Paulo: Ática, 1991.

FERRARA, Lucrécia. **Olhar periférico**: informação, linguagem, percepção ambiental. São Paulo: Edusp, Fapesp, 1993.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FERREIRA JUNIOR, José. **Capas de jornal**: a primeira imagem e o espaço gráfico - visual. São Paulo: Editora Senac, 2003.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **As culturas populares no capitalismo**. Trad. Cláudio Novaes Pinto Coelho. São Paulo: Brasiliense, 1983.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Fábio. **Jornalismo cultural**. Florianópolis: Brasileirinho Produções, 2006.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no jornalismo**: discorrer, disciplinar, controlar. São Paulo: Hacker Editores, Edusp, 2003.

GULLAR, Ferreira. **Toda poesia**. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1983.

HEGEL. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

KELLY, Celso. **Arte e comunicação**. São Paulo: Agir, 1978.

KUHN, T. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1989.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: norte e sul. São Paulo: EDUSP, 1997.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1993.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____, Pierre. **O que é virtual?**. São Paulo: Editora 34, 1996.

LIMA, Venício A. de. **Mídia:** teoria e política. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

MACÊDO, Ivanildo Izaías de (Coord.). **Aspectos comportamentais da gestão de pessoas.** Rio de Janeiro: FGV Editora, 2003.

MARGERISON, Charles J.; MC CANN, Dick. **Gerenciamento de equipes:** novos enfoques práticos. São Paulo: Saraiva, 1996.

MARKUN, Paulo. **O melhor do Roda Viva:** o mais antigo e respeitado programa de entrevistas da TV. São Paulo: Editora Conex, 2005.

MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado (Orgs.). **Para navegar no século 21:** tecnologias do imaginário e cibercultura. 3. ed. Porto Alegre: Editora Sulina/EDIPUCRS, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARX, Karl. **Os pensadores.** São Paulo: Abril Cultural, 1974.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 14. ed. São Paulo: Cultrix, 2001.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda:** jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988.

MOLES, A. **A criação científica.** São Paulo: Perspectiva, 1981.

MORIN, Edgar. **A religação dos saberes:** o desafio do século XXI. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

_____. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez, 2002.

NOBLAT, Ricardo. **O que é ser jornalista**: memórias profissionais de Ricardo Noblat. Rio de Janeiro: Record, 2004.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico**. São Paulo, SP: Editora Contexto, 2002.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PIGNATARI, Décio. **Contracomunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

POPPER, Karl. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo: Cultrix, 1993.

PRIGOGINE, Ilya. **O fim das certezas**. São Paulo: Editora Unesp, 1996.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e cultura**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

ROSSI, P. **A ciência e a filosofia dos modernos**. São Paulo: Editora Unesp/ICIB, 1989.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1988.

TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Gerenciando o conhecimento**: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento de negócios. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2000.

THOMPSON, James J. **Anatomia da comunicação**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1973.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1993.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

WEBER, Max. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2002.

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1 - Questionário

ANEXO 2 - Mapa

ANEXO 3 - Caderno C - Correio Popular - impresso 23/06/2006

ANEXO 4 - Caderno C - Correio Popular - site 23/06/2006

ANEXO 5 - Mais Cruzeiro - Cruzeiro do Sul - impresso 23/06/2006

ANEXO 6 - Mais Cruzeiro - Cruzeiro do Sul - site 23/06/2006

ANEXO 7 - Vida & Arte - Diário da Região - impresso 23/06/2006

ANEXO 8 - Vida & Arte - Diário da Região - site 23/06/2006

ANEXO 9 - Vida - Folha da Região - impresso 23/06/2006

ANEXO 10 - Vida - Folha da Região - site 23/06/2006

ANEXO 11 - JC Cultura - Jornal da Cidade - impresso 23/06/2006

ANEXO 12 - JC Cultura - Jornal da Cidade - site 23/06/2006

ANEXO 13 - Caderno 2 - O Imparcial - impresso 23/06/2006

ANEXO 14 - Caderno 2 - O Imparcial - site 23/06/2006

ANEXO 15 - Tô Ligado - Tribuna Imprensa - impresso 23/06/2006

ANEXO 16 - Tô Ligado - Tribuna Imprensa - site 23/06/2006

ANEXO 17 - Vale Viver - Vale Paraibano - impresso 23/06/2006

ANEXO 18 - Vale Viver - Vale Paraibano - site 23/06/2006

ANEXO 1 - Questionário

Sobre equipe:

Quantos e quais profissionais trabalham no caderno de cultura?

Quais suas formações acadêmicas e informais?

Qual o organograma da equipe?

Acumulam funções em outras editorias?

Sobre o caderno:

A circulação é diária?

O número de páginas muda ao longo da semana?

Quantas e quais são as seções?

Possuem editor específico?

Quais assuntos englobam?

Há espaço para colaboração (cartas, artigos)?

Sobre o fluxo de informações na editoria:

Usam agências de notícias?

Recebem *releases* diariamente?

Usam informações destes *releases*?

Têm reuniões de pauta específicas? Diária ou semanal?

Quem faz a pauta do caderno?

Sempre fazem entrevistas para a matéria que abre o caderno?

Quem escolhe a matéria de capa do caderno?

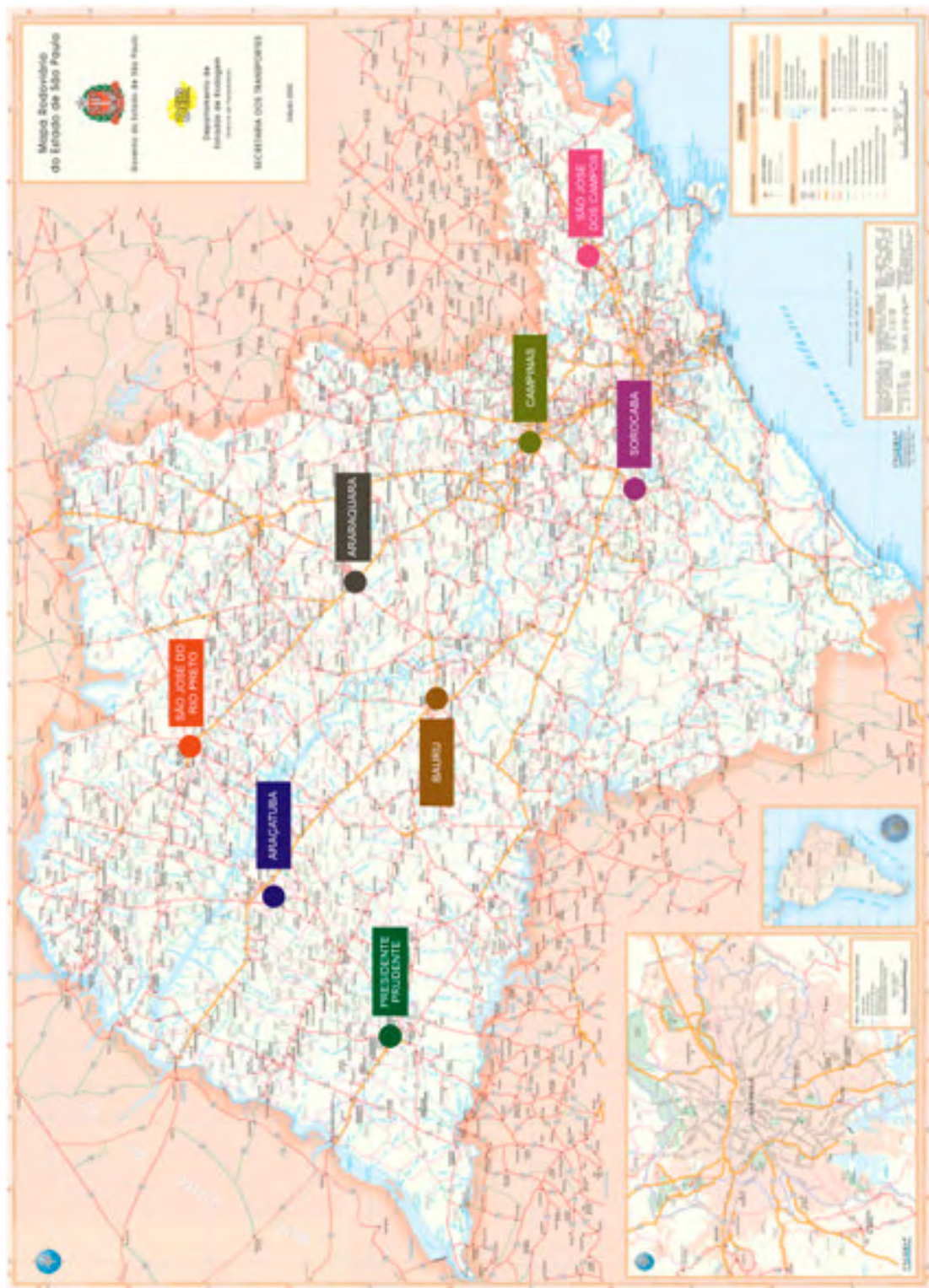
Qual o principal aspecto para a escolha?

Seriam abrangência (local, regional, nacional, internacional), origem da pauta (de agenda de eventos, pautas próprias, especiais ou agências de notícias), assunto (artes e espetáculos, variedades, política cultural, outros)?

Qual o horário de fechamento do caderno?

Qual o horário de fechamento do jornal todo?

ANEXO 2 - Mapa



ANEXO 4 - Caderno C - Correio Popular - site 23/06/2006

Publicada em 23/6/2006

Caderno C
Grandiosidade para quê?

/ CINEMA / Poseidon estreia hoje sem medo de naufragar nas bilheterias

João Nunes
DA AGÊNCIA ANHANGÜERA
nunes@rac.com.br

A primeira sequência, enquanto mostra os créditos, é grandiosa. Do alto, a câmera acompanha o monumental navio, aproxima-se e vasculha os diversos compartimentos — para mostrar sua grandiosidade e apresentá-lo ao espectador — até chegar à proa onde está Robert Ramsey (Kurt Russell). A impressão do bom começo se desfaz em seguida. Poseidon, de Wolfgang Petersen, que entra em cartaz hoje em sete salas de Campinas, não vai muito além disso.

Ok, levemos em consideração o básico, ou seja, o filme foi feito para diversão pura. E ninguém em sã consciência pensa o contrário. Ninguém está em busca de filme-cabeça, com preocupações outras que não seja a de divertir. Aliás, o gênero "catástrofe" estava em voga na década de 70 (leia texto nesta página) e tinha como único objetivo criar suspense, meter medo no espectador e levá-lo à catarse final. Qual seja: que os heróis, em meio a tantas centenas de pessoas a bordo, fossem salvos.

Mas há algumas regras que precisam ser respeitadas quando se conta uma história, e têm a ver com verossimilhança. Não dá para acreditar que todos aqueles personagens apresentados na abertura do filme — não por acaso — sejam os mesmos que, por encanto, se juntam no mesmo momento em que alguém — o herói Dylan (Josh Lucas) — resolve violar uma ordem para que todos permaneçam juntos em determinado local. Ele quer subir ao casco do navio que, graças a certos cabos, não move nem como se movia por uma



Busca

Ed. anteriores

ASSINATURAS

ACESSO GRÁTIS

Como navegar

CLASSIFICADOS

Publicidade

Volkswagen.
Agora a maior
Rede de
Concessionárias
da cidade.

ANEXO 6 - Mais Cruzeiro - Cruzeiro do Sul - site 23/06/2006

Publicação diária a partir das 12h00
Sorocaba, sexta-feira, 23 de junho de 2006

Assine o jornal
Cruzeiro do Sul
Ligue 2102-5111

EDIÇÕES ANTERIORES EXPEDIENTE

MAIS CRUZEIRO

Forgotten Boys traz seu rock "sessentista" para Sorocaba



Divulgação
A banda Forgotten Boys que faz show hoje na cidade

Daniela Jacinto

Com seu rock "de verdade", inspirado nos anos 60, a banda Forgotten Boys volta hoje a Sorocaba para apresentar o mais novo trabalho, "Stand By The D.A.N.C.E.", num show simples e ao mesmo tempo energético, que promete enlouquecer o público, a partir das 22h, no Black Sheep Bar. Formada por Gustavo Riviera (guitarra e vocal), Chuck Hipólito (guitarra e vocal), Flávio Cavichioli (bateria) e Zé Mazzei (baixo), a Forgotten Boys faz um rock inspirado nos anos 60 e por isso consegue fãs de diversas faixas etárias, tendo inclusive pais que levam seus filhos aos shows.

"Stand by The D.A.N.C.E." é o primeiro CD em que foram gravadas três músicas em português. Além das canções desse álbum, o grupo promete apresentar ao público muitas outras, desde a primeira demo. "Estamos pensando até mesmo num cover para agradecer o Claudão do Black Sheep. Pode ser um Rolling Stones ou Led Zeppelin, vamos sentir qual é a dele e tocar", disse Chuck Hipólito em entrevista por telefone ao **Mais Cruzeiro**. Chuck, que já foi diretor na MTV, conta que os músicos deixaram os empregos fixos para se dedicarem totalmente à banda. Veja a entrevista.

A banda já viveu o lado independente e hoje conta com o apoio de uma gravadora. Quais são as vantagens e desvantagens de cada um desses lados?

Chuck Hipólito - Bem, a própria gravadora ST2 se considera independente, porque mesmo tendo todos os mecanismos de uma gravadora, ela não funciona como uma gigante. Então apesar de contratados, nossa mentalidade é de independente, pois ainda podemos fazer nossas escolhas, ainda temos controle em relação à maneira de produzir nossa música. A gravadora veio para acrescentar, para ajudar na distribuição.

Você disse em uma entrevista que as independentes na verdade são dependentes, de quê?

CH - Num certo momento é dependente da boa vontade das outras. O músico

ANEXO 7 - Vida & Arte - Diário da Região - impresso 23/06/2006

Diário da Região

Vida & Arte

Sexta-feira, 23 de junho de 2006

CLAQUETE
"Jeque-Mate" chega em outubro com Josh Hartnett, Bruce Willis e Lucy Liu. **Pág. 2**

SAÚDE
Depressão também afeta crianças e jovens e dá sinais de que está presente. **Pág. 3**

CONCURSO
Intermeautas já podem votar nas suas crônicas preferidas pelo Diarionet. **Pág. 6**



INFERNO EM ALTO-MAR

Estréiam hoje 'Poseidon' e 'Garota da Vitruve', além de duas pré-estréias no fim-de-semana

Igor Galante
igorgalante@diarioregiao.com.br

Estréia de fim de semana no magnífico Poseidon, noturno cronista de 20 toneladas de água, 300 milhões de litros. Possuindo uma bela e bela história de amor, o filme conta a história de um homem que se encontra em uma situação de emergência no meio do oceano. É uma história de amor, de sobrevivência, de aventura e de suspense. O filme é estrelado por Josh Hartnett, Bruce Willis e Lucy Liu.

O filme de 2006 dirigido por Ronald Hays, protagonizado por Josh Hartnett, conta uma adaptação do livro de Paul Gallico. O autor, por sua vez, se inspirou em um livro realista escrito em 1904 por Gustav Meyrink, que se chamava "O Homem do Mar".

O filme de 2006 dirigido por Ronald Hays, protagonizado por Josh Hartnett, conta uma adaptação do livro de Paul Gallico. O autor, por sua vez, se inspirou em um livro realista escrito em 1904 por Gustav Meyrink, que se chamava "O Homem do Mar".

Estreia

"Poseidon" estreia em duas salas de multiplex, mas não é a única estreia do fim de semana. No Cine Eldorado, estreia em cartaz a fita "Garota da Vitruve", estrelada por Cheri Dwyer, conta a história de uma jovem com problemas emocionais que se apaixona por um homem que a ama muito (Steve Martin).

Pré-estréias

Além de "Poseidon", que estreia em duas salas de multiplex, há de cinema também estreia a expectativa de estreia em duas salas de multiplex do filme, que deve a pré-estréia no fim de semana na cidade. "Os Sete Homens e o Segredo do Cavaleiro".

O primeiro, uma comédia romântica estrelada pela atriz Pippa Kaur, é uma história de amor que conta a história de uma jovem que se apaixona por um homem que a ama muito.

DOMINGO FICOU PERFEITO PARA VOCÊ LER UM BOM LIVRO.

COLEÇÃO PAULO COELHO



Assinante, Ligar e receber.

CAD R\$ 5,50

sem taxa

Domingo, 25 de Junho, VERONIXA DECIDE MORRER

R\$ 6,90 = 1 livro.

Prêmio Domingo tem a Wilson Lobo de Coleção Paulo Coelho: VERONIXA DECIDE MORRER.

Para concorrer, basta ler o livro e enviar um e-mail para: veronixadecidemorrer@diarioregiao.com.br

DIÁRIO DA REGIÃO
Livraria Independente

ANEXO 8 - Vida & Arte - Diário da Região - site 23/06/2006

diarioweb.com.br Hosted by Rio Preto Net

DIÁRIO DA REGIÃO — Leia Edição Impressa

S. J. do Rio Preto - Sábado, 24 de junho de 2006

Notícias Opinião Divirta-se Serviços Webmail Assine Discador

Divirta-se VOCÊ FAZ INTEGRAÇÃO

Cinema

Estreia
Inferno em alto-mar
 São José do Rio Preto, 23 de junho de 2006

Igor Galante

04:52 - É tempo de festa no magnífico Poseidon, suntuoso cruzeiro de 20 andares de altura, 800 cabines de luxo. Passageiros içam suas taças de champanhe em celebração à passagem para o Ano Novo, enquanto uma banda, liderada por Fergie, a bela voz do Black Eyed Peas, entoa uma versão de "Auld Lang Syne". Ninguém ali desconfia que uma onda de 30 metros voa em direção ao barco. Pois ela chega e acerta a embarcação com uma força colossal, a ponto de virar de ponta cabeça o monstro. Então o caos: passageiros são esmagados pelos escombros ou jogados ao mar através de escotilhas inundadas, estruturas desmoronam, tubulações de gás geram incêndio, acaba a luz. Toda essa descrição é o que de melhor tem a oferecer o filme-catástrofe "Poseidon", refilmagem do clássico de 1972, "O Destino de Poseidon".

A direção é de Wolfgang Petersen, cineasta que sempre considerou a água o "mais perigoso, dramático e imprevisível dos elementos". "Poseidon" não é a primeira tentativa do diretor de comprovar essa tese, uma vez que é dele a direção de "Mar em Fúria". Depois do impacto da onda gigante contra o navio (na cena que, só na trailer, já impressiona), o filme de Petersen se ocupa de acompanhar a luta pela sobrevivência de

Divulgação



Filme-catástrofe "Poseidon" é uma das estreias nos cinemas de Rio Preto

Cadastre-se <<<<
 Receba notícias no seu e-mail

Página Inicial
 Cinema
 Teatro
 Eventos e Shows
 Coluna Social
 Relacionamento
 Horóscopo
 Crianças
 Diário Imagens
 Promoções

Ouçã
 FM Diário 89.9

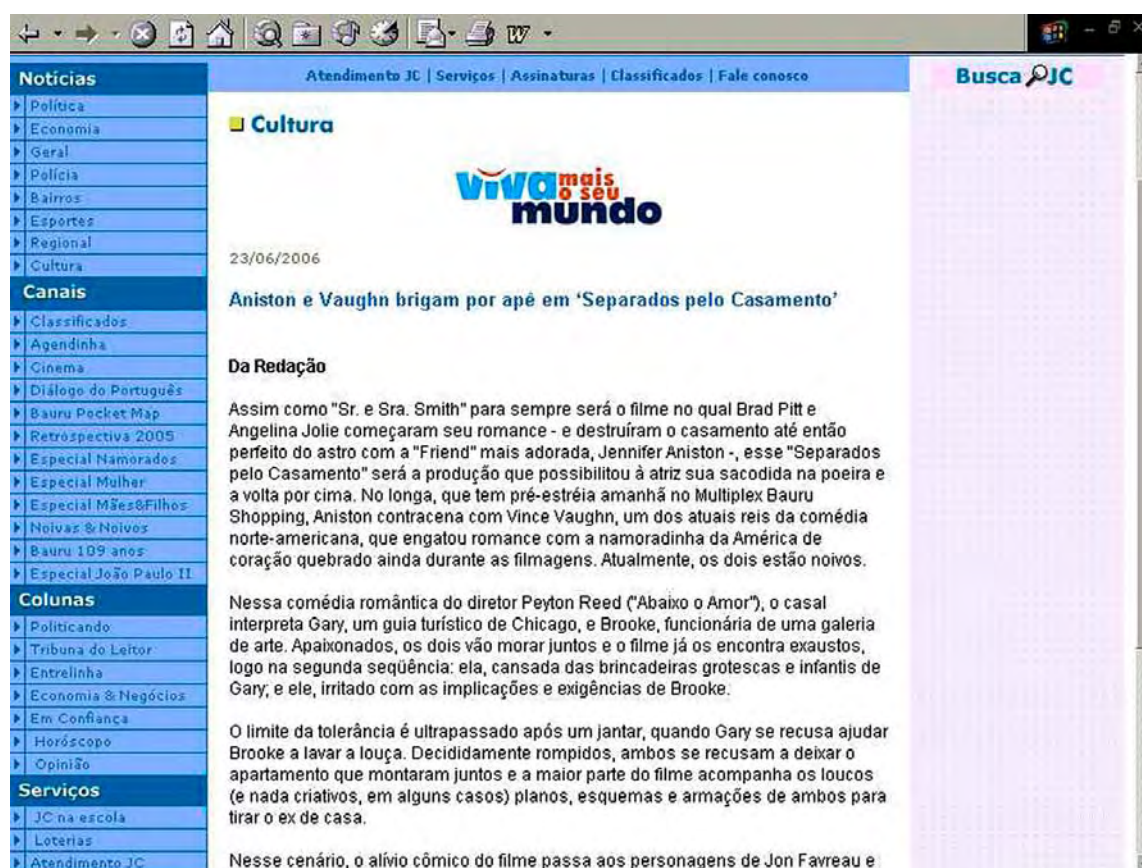
Suporte <<<<

[illegible]

ANEXO 10 - Vida - Folha da Região - site 23/06/2006



ANEXO 12 - JC Cultura - Jornal da Cidade - site 23/06/2006



Notícias

- Política
- Economia
- Geral
- Polícia
- Bairros
- Esportes
- Regional
- Cultura

Canais

- Classificados
- Agendinha
- Cinema
- Diálogo do Português
- Bauru Pocket Map
- Retrospectiva 2005
- Especial Namorados
- Especial Mulher
- Especial Mães & Filhos
- Noivas & Noivos
- Bauru 109 anos
- Especial João Paulo II

Colunas

- Politicando
- Tribuna do Leitor
- Entrelinha
- Economia & Negócios
- Em Confiança
- Horóscopo
- Opinião

Serviços

- JC na escola
- Loterias
- Atendimento JC

Atendimento JC | Serviços | Assinaturas | Classificados | Fale conosco

Busca  **JC**

Cultura

Viva mais o seu mundo

23/06/2006

Aniston e Vaughn brigam por apê em 'Separados pelo Casamento'

Da Redação

Assim como "Sr. e Sra. Smith" para sempre será o filme no qual Brad Pitt e Angelina Jolie começaram seu romance - e destruíram o casamento até então perfeito do astro com a "Friend" mais adorada, Jennifer Aniston -, esse "Separados pelo Casamento" será a produção que possibilitou à atriz sua sacudida na poeira e a volta por cima. No longa, que tem pré-estréia amanhã no Multiplex Bauru Shopping, Aniston contracenará com Vince Vaughn, um dos atuais reis da comédia norte-americana, que engatou romance com a namoradinha da América de coração quebrado ainda durante as filmagens. Atualmente, os dois estão noivos.

Nessa comédia romântica do diretor Peyton Reed ("Abaixo o Amor"), o casal interpreta Gary, um guia turístico de Chicago, e Brooke, funcionária de uma galeria de arte. Apaixonados, os dois vão morar juntos e o filme já os encontra exaustos, logo na segunda sequência: ela, cansada das brincadeiras grotescas e infantis de Gary, e ele, irritado com as implicações e exigências de Brooke.

O limite da tolerância é ultrapassado após um jantar, quando Gary se recusa a ajudar Brooke a lavar a louça. Decididamente rompidos, ambos se recusam a deixar o apartamento que montaram juntos e a maior parte do filme acompanha os loucos (e nada criativos, em alguns casos) planos, esquemas e armações de ambos para tirar o ex de casa.

Nesse cenário, o alívio cômico do filme passa aos personagens de Jon Favreau e

caderno 2

O IMPARCIAL

Leia no página 5
Festa Junina vai ser a
primeira da Presidente
Prudente e filha Prudente
a filha grávida de
um filho que nasceu

PRESIDENTE PRUDENTE, SEXTA-FEIRA, 23 DE JUNHO DE 2006

CADENERO C

TRADIÇÃO JUNINA

V São João Fest espera 20 mil pessoas

Evento começa hoje, no Parque de Uso Múltiplo, e segue até domingo com quadrilhas, barracas de comidas típicas e feira de arte

V São João Fest de Presidente Prudente pretende superar 20 mil pessoas até este Domingo

Desfilam quadrilhas de Prudente e região participando do Festival Regional de Quadrilhas

Tudo inicia hoje, às 20h, no Parque de Uso Múltiplo (PUM), a quinta edição do São João Fest, uma realização da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Presidente Prudente (SP). O evento promete até domingo com Festival Regional de Quadrilhas, barracas de comidas típicas, praça-de-sbo, feira de arte e artesanato e shows musicais. A entrada é franca. Segundo o diretor do Departamento de Difusão da Secretaria, Denilson Bignotto, a expectativa é publicar 6 mil e mais de 20

mil pessoas, número atingido no ano passado. A abertura da festa será às 20h, com a quadrilha Annel da Liberdade Melhor Idade de Aldeia Marcondes. Às 23h30, será realizada a primeira eliminatória da categoria adulta com três grupos de Prudente participantes. Ao final da noite, haverá show com o grupo Artymanda. A abertura do evento de sábado será às 18h30, com a quadrilha Festa das Cores. Às 20h, tem início a disputa para a categoria infanto-juvenil, com premia-

ção ao final. Às 20h, a Quadrilha da Escócia, de Emilianópolis, fará sua apresentação especial que dá seguimento à eliminatória da categoria adulta. Após a apresentação de quatro quadrilhas de Prudente e região, o grupo Canto da Terra, de Campo Grande (MS), animará os participantes do V São João Fest. No domingo, a Orquestra de Várzea alegrará o local, antes da revelação dos nomes das quadrilhas vencedoras.

Aproximação Até todo são 18 grupos concorrentes que mos-

trarão suas melhores coreografias. Os primeiros serão em dinheiro, no valor de R\$ 500,00 para o primeiro lugar, R\$ 300,00 para o segundo, e R\$ 200,00 para o terceiro grupo colocado, além de troféus para os vencedores dos quesitos individual e coletivo. Os melhores serão e noiva, padre, amador e torcida. No ano passado, 12 grupos participaram o que, para Bignotto, é um crescimento significativo.

Para ele, a iniciativa surgiu com a intenção de resgatar, divulgar e preservar a cultura em sua manifestação junina. "Pre-

cebamos que a tradição das festas juninas com comidas típicas, praça-de-sbo, quadrilhas, santes e violões estava perdendo valor. Por isso, medvamos realizar o São João Fest e preservar tudo isto", diz o diretor. Ele garante que este é o segundo maior evento da Secret. O primeiro é o Festival Nacional de Teatro de Presidente Prudente (Festepi).

Festa nos bairros Antes do São João Fest, a Secret promove já no começo de junho o "São João nos Bairros", uma iniciativa em parceria com Associa-

ção de Moradores de Bairros da cidade. "Reunimos os presidentes de bairros e damos um kit festa com: milho, óleo, amendoim, sal, açúcar e um show musical", diz Bignotto. Em troca, o bairro tem de formar uma quadrilha que participará do São João Fest.

São 70 festas realizadas em Prudente. Além de oferecer mantimentos para elaboração destas comemorações, a Secret conscientiza os moradores da importância de manter a tradição das festas juninas. Para o ano que vem, a Secret pretende oferecer as quadrilhas coreográficas.

Festa terá barracas de pratos típicos, como milho, pipoca, quiabo, paçoca, milho verde

ANEXO 14 - Caderno 2 - O Imparcial - site 23/06/2006

Edições anteriores **O IMPARCIAL ONLINE** Capa

www.imparcial.com.br Fundação: 02/02/1939 Presidente Prudente-SP, 23 de junho de 2006 Ano 67

1º CADERNO	EDITORIAL	CIDADES	ESPORTES	CADERNO 2	COLUNAS SOCIAIS
SUPLEMENTOS	CHARGE	CLASSIFICADOS	MAPA	LINKS E SERVIÇOS	JORNAL NA ESCOLA
SOBRE O JORNAL	EVENTOS/PROJETOS	ASSINE	ANUNCIE	FALE CONOSCO	INICIAL

TRADIÇÃO JUNINA **V São João Fest espera 20 mil pessoas**



DA REDAÇÃO
Tem início hoje, às 20h, no Parque de Uso Múltiplo (PUM), a quinta edição do São João Fest, uma realização da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Presidente Prudente (Secut). O evento prossegue até domingo com Festival Regional de Quadrilhas, barracas de comidas típicas, pau-de-sebo, feira de arte e artesanato e shows musicais. A entrada é franca. Segundo o diretor do Departamento de Difusão da Secut, Denilson Biguete, a expectativa de público é de cerca de 20 mil pessoas, número atingido no ano passado.

A abertura da festa será às 20h, com a quadrilha Arraiá da Liberdade Melhor Idade de Alfredo Marcondes. Às 20h30, será realizada a primeira eliminatória da categoria adulta com três grupos de Prudente participantes. Ao final da noite, haverá show com o grupo Artymanha. A abertura do evento de sábado será às 15h30, com a quadrilha Festa das Cores, do Projeto Aquarela, da Secut. Às 16h, tem início a disputa para a categoria infanto-juvenil, com premiação ao final.

Às 20h, a Quadrilha da Escócia, de Emilianópolis, fará sua apresentação especial que dá seguimento a eliminatória da categoria adulta. Após a apresentação de quatro quadrilhas de Prudente e região, o grupo Canto da Terra, de Campo Grande (MS), animará os participantes do V São João Fest. No domingo, a Orquestra de Violeiros alegrará o local, antes da revelação dos nomes das quadrilhas vencedoras.

Outras matérias do CADERNO 2 que você encontra na versão impressa

Dracena recebe companhia canadense

Concurso de forró agita Euclides da Cunha

Alunos da Fipp elaboram CD's para escolas de PP

Mostra de relíquias do setor tecnológico

ANEXO 15 - Tô Ligado - Tribuna Impressa - impresso 23/06/2006

TÔ!Ligado

Relatagem, João Neri, 17 de junho de 2006 | Tribuna Impressa | 1

'Poseidon' aposta em clichês e muita ação

A melhor cena de "Poseidon" (estrela de hoje nos cinemas Tropical e Jaraguá, em Anaraquara) talvez seja aquela, no início, em que Richard Nelson (Richard Dreyfuss), na amurada do navio, prepara o suicídio. O navio está cheio de luz, mas o exterior é todo negro e, em meio ao negro, o homem consegue distinguir a onda gigantesca que se forma e ameaça o navio. Entre a morte escolhida - por suicídio - e a morte acidental - por efeito da onda -, o homem poderia deixar-se ficar na amurada e permitir que as coisas acontecessem. Mas não, ele vai para dentro.

Não há nenhuma coerência na atitude de Richard (que sente toda a volta coerência psicológica do personagem). E talvez seja isso que faz desse momento mais interessante do filme: o personagem, assim como nós, não age buscando ser coerente, mas seguindo um impulso. Esse impulso, no caso, é vital.

Tudo o restante do filme também fica respaldado pela sobrevivência. Convm lembrar que o "Poseidon" é apontado por uma onda gigante no Réverdis e embarca. Ao longo da aventura, a atitude das pessoas será o que se espera delas: o comandante será um comandante até o final, perdendo calma. As pessoas gritarão e cada um de que as coisas piores, etc.

O filme segue a um grupo heterogêneo de pessoas que tentará chegar ao caso da morte - em desacordo com as autoridades, de com o resto.

Muito claro que o comandante estava errado. Seguramente, de modo interessante, a aventura de personagens como o popular Detran John (Josh Lucas), o detetive da fuga, o ex-homem e ex-piloto Robert (Robert Downey Jr.), o filho, o irmão dele, uma latina (Cherise) ou a mulher do comissário.

Apesar do filme dirigir-se por Wolfgang Pekar, essas personalidades, em vez de se desvalorizarem, compõem o roteiro. Como se os momentos de perigo tornassem as antigas personalidades indiferentes. O filme também reflete sobre a sequência de acidentes, em que o grupo enfrenta os riscos por que se pode esperar. Mas é como se estivesse, mesmo diante de um risco sério, que o grupo se seguiu pelo perigo, mas não mais se desvaloriza.

ANEXO 16 - Tô Ligado - Tribuna Impressa - site 23/06/2006

Seções Diárias

Capa
Editorial
Cidade
UTI dos Bairros
Política
Mural
Opinião
Esportes
Olho Vivo
Economia
Regional
Matão e Região
Economia Nacional
Nacional
Internacional
Tô Ligado
Conexão Bizz
No Graul
Vida Social
Painel Cultural
Tempo e Serviço
TV e Horóscopo
Classificados

10 anos

Araraquara, sábado, 24 de junho de 2006

Ano 9 n° 2909

expediente assine

Seções Semanais

Turismo
Portal do Consumidor
MEIOAmbiente
Tabela de Veículos
Top Of Mind 2006
Lista INSS
E-agito
Melhor Idade
Comportamento
Beleza & Auto-estima
Saúde
Colunistas
Casa & Decoração
Autoshow
Tribuninha
Tô Ligado na Telinha
GNP
Fale conosco
Edições anteriores

Home > Tô Ligado > 'Poseidon' aposta em clichês e muita ação

Bem Vindo, PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE ARARAQUARA!

'Poseidon' aposta em clichês e muita ação publicado em 23/06/2006



A melhor cena de "Poseidon" (estréia de hoje nos cinemas Tropical e Jaraguá, em Araraquara) talvez seja aquela, no início, em que Richard Nelson (Richard Dreyfuss), na amurada do navio, prepara o suicídio. O navio está cheio de luz, mas o exterior é todo negro e, em meio ao negror, o homem consegue distinguir a onda gigantesca que se forma e ameaça o navio. Entre a morte escolhida - por suicídio - e a morte acidental - por efeito da onda -, o homem poderia deixar-se ficar na amurada e permitir que as coisas acontecessem. Mas não: ele vai para dentro...

Não há nenhuma coerência na atitude de Richard (no sentido da velha coerência psicológica do personagem). E talvez seja isso que faz desse o momento mais interessante do filme: o personagem, assim como nós, não age buscando ser coerente, mas seguindo um impulso. Esse impulso, no caso, é vital.

Todo o restante do filme também dirá respeito à luta pela sobrevivência. Convém lembrar que o Poseidon é apanhado por uma onda gigante no Réveillon e emborça. Ao longo da aventura, a atitude das pessoas será o que se espera delas: o comandante será um comandante até o final, pedindo calma. As pessoas gritarão a cada sinal de que as coisas pioram, etc.

O filme seguirá um grupo heterogêneo de pessoas que tentará chegar ao casco do navio - em desacordo com as instruções do comandante. Inútil dizer que o comandante estava errado.

ANEXO 17 - Vale Viver - Vale Paraibano - impresso 23/06/2006

valeviver!

Vale do Paraíba, sexta-feira, 23 de junho de 2006

Novas opções nas telonas do Vale
 Salas de regulão trazem "Pavlov", "Trabalho e Solidão" e "Angústia".
 Página 8





Modelo com salto "flat", cor rosa, marca As Is, R\$ 120,00

Plataformas com salto de madeira da Miss Western R\$ 120,00

Plataforma de espuma cor amarelo, marca Tamar, R\$ 100,00

Vitrines não deixam mentir: é tempo de usar botas; modelos vão das plataformas aos saltos altos e finíssimos

Hora das gatas de botas

Armando Guerra
 De André Lemos

Lindas, bonitas e elegantes, as botas são um acessório tão importante quanto o salto alto. Elas são usadas para complementar o look e dar um toque de sofisticação. No entanto, é preciso ter cuidado com a saúde ao usar botas, especialmente as de salto alto. O uso prolongado pode causar dores nas pernas, problemas de circulação e até mesmo lesões na pele. Por isso, é importante escolher botas de qualidade e usar calças ou shorts adequados para não ficar desconfortável. Além disso, é recomendável fazer pausas durante o uso e usar meias adequadas. As botas são um acessório essencial para quem quer se destacar e mostrar sua elegância. Elas são usadas em diversas ocasiões, desde festas até no trabalho. Portanto, é importante ter um bom par de botas em seu guarda-roupa.

É preciso cuidado com a saúde

As botas podem ser usadas em diversas ocasiões, desde festas até no trabalho. No entanto, é importante ter cuidado com a saúde ao usar botas, especialmente as de salto alto. O uso prolongado pode causar dores nas pernas, problemas de circulação e até mesmo lesões na pele. Por isso, é importante escolher botas de qualidade e usar calças ou shorts adequados para não ficar desconfortável. Além disso, é recomendável fazer pausas durante o uso e usar meias adequadas. As botas são um acessório essencial para quem quer se destacar e mostrar sua elegância. Elas são usadas em diversas ocasiões, desde festas até no trabalho. Portanto, é importante ter um bom par de botas em seu guarda-roupa.

Saltos altos

Os saltos altos são um acessório muito popular e usado por muitas mulheres. No entanto, é importante ter cuidado com a saúde ao usar saltos altos. O uso prolongado pode causar dores nas pernas, problemas de circulação e até mesmo lesões na pele. Por isso, é importante escolher saltos altos de qualidade e usar calças ou shorts adequados para não ficar desconfortável. Além disso, é recomendável fazer pausas durante o uso e usar meias adequadas. Os saltos altos são um acessório essencial para quem quer se destacar e mostrar sua elegância. Eles são usados em diversas ocasiões, desde festas até no trabalho. Portanto, é importante ter um bom par de saltos altos em seu guarda-roupa.

Botas e plataformas

As botas e plataformas são acessórios muito populares e usados por muitas mulheres. No entanto, é importante ter cuidado com a saúde ao usar botas e plataformas. O uso prolongado pode causar dores nas pernas, problemas de circulação e até mesmo lesões na pele. Por isso, é importante escolher botas e plataformas de qualidade e usar calças ou shorts adequados para não ficar desconfortável. Além disso, é recomendável fazer pausas durante o uso e usar meias adequadas. As botas e plataformas são acessórios essenciais para quem quer se destacar e mostrar sua elegância. Elas são usadas em diversas ocasiões, desde festas até no trabalho. Portanto, é importante ter um bom par de botas e plataformas em seu guarda-roupa.




Modelo salto alto de couro bege, cor amarelo, R\$ 120,00, modelo de couro com salto alto, cor amarelo, R\$ 120,00

Modelo salto alto de couro bege, cor amarelo, R\$ 120,00, modelo de couro com salto alto, cor amarelo, R\$ 120,00

ANEXO 18 - Vale Viver - Vale Paraibano - site 23/06/2006

ValeParaibano
Sexta-feira, 23 de Junho de 2006

Anuncie nos Classificados ValeParaibano nas agências dos Correios da região. Clique e veja a mais perto de você

Vale Viver
Capa

As vitrines não deixam mentir: é tempo de usar botas; modelos são variados, vão das plataformas ao salto alto e finíssimo; é só escolher

Hora das gatas de botas

Fernanda Guerra

São José dos Campos

Lindas, sexies e elegantes. As botas são um verdadeiro luxo e chegaram com tudo na estação mais fria do ano. Adorada pelas mulheres, que não dispensam um visual mais sofisticado, elas também encontram apaixonados entre os homens --afinal, como resistir a uma gata de botas?

Para os amantes do calçado, o inverno 2006 é uma verdadeira festa: as vitrines estão lotadas de modelos prontos para agradar todos os tipos de mulheres. São botas no estilo "folk", plataforma, com salto finíssimos, robustas ou delicadas, cano curto ou cano longo, clássicas ou ousadas e os especialistas em moda garantem: das baixinhas às altinhas todas podem tirar proveito da variedade dos calçados para valorizar seu tipo físico. É só seguir algumas regrinhas!

Para não transformar o conto de fadas em pesadelo e ver o dia de Cinderela ficar mais para gata borralheira, a consultora de moda Mariane Cara explica que o primeiro passo é se conhecer. Ou seja, não adianta querer uma produção para coxas grossas se você tem pernas finas... e vice-versa.

CLASSIFICADOS
Balção de Anúncios
ANÚNCIOS P/ am
ASSINATURAS
Clube do Assinante
SERV. GRÁFICOS
EXPEDIENTE
PESQUISA
ED. ANTERIORES
SERVIÇOS
LINKS ÚTEIS
SUCURSAIS
BALÇÕES

Cultura, entretenimento e negócios