

SUPLEMENTO

Belo Horizonte, 2012
EDIÇÃO ESPECIAL
Secretaria de Estado de Cultura

nave
ERRANTE



REFLEXÕES SOBRE O JORNALISMO CULTURAL

NÚMERO ESPECIAL ORGANIZADO POR FABRÍCIO MARQUES

Ilustrado em momento de transição para uma nova etapa da comunicação social – a Era Digital –, o jornalismo especializado em cultura do século 21 se equilibra entre referências da cultura de massa e da cultura de convergência. Como observa o jornalista Israel do Vale, “movendo-se em várias direções, a nova ordem digital implodiu o modelo unidirecional que mediou a circulação da informação ao longo do século 20”. Nesse contexto, cabe perguntar: para onde está indo esse tipo de jornalismo? Os textos aqui reunidos procuram dar conta de algumas das infinitas discussões que tal questão suscita. Vamos a elas.

Em qual território o jornalismo cultural (cada vez menos jornalismo e menos cultural) pode encontrar o espaço de sua legitimação? J. S. Faro oferece uma resposta e um modo de entender esse questionamento.

O que pauta o jornalismo cultural contemporâneo? Geane Alzamora procura observar como as informações culturais circulam hoje, sob quais escopos editoriais e conforme quais processos produtivos, “para nos arriscarmos a tecer considerações acerca de seu significado na contemporaneidade e, mais especificamente, acerca do que ele pauta – ou deveria pautar”.

“Em nome de que gosto o jornalista cultural está falando? E em nome do quê ele acredita ter a missão de ‘determinar’ o gosto de uma pessoa?”, questiona o professor Teixeira Coelho, tradutor, no Brasil, de *O Gosto*, de Montesquieu (1689-1755). Coelho conversou com o jornalista Duda Fonseca, partindo do conceito de que o jornalismo cultural “vende” um determinado padrão de gosto para os leitores.

Que lugar os cuidados estéticos com um texto jornalístico – vale dizer, o jornalismo literário – ocupam na produção desse jornalismo sob a rubrica “cultura”? Ao escrever a respeito dos diálogos entre as linguagens jornalística e literária, Humberto Werneck chama a atenção para a

importância do *literary journalism* como valiosa estratégia para seduzir o leitor, atraindo-o para a leitura. A aproximação entre jornalistas e escritores, aliás, norteia *O desatino da rapaziada*, livro do próprio Werneck que está ganhando reedição, 20 anos depois de seu lançamento. Na avaliação de José Castello, na resenha sobre o livro, “Werneck faz um inventário de uma geração fabulosa de escritores que, no meio século que vai de 1920 a 1970, agitou a vida de Belo Horizonte”.

O pesquisador Sérgio Luiz Gadini busca responder as seguintes questões: qual a relação entre o modelo hegemônico do jornalismo cultural brasileiro com a gradual queda de tiragem dos diários impressos do País? Quais as principais características editoriais desse jornalismo praticado nos diários impressos brasileiros? Como tais editorias se estruturam?

Para além dessas questões, propõe-se duas possíveis respostas para a produção atual do jornalismo dedicado à cultura. Assim, apesar de raros, novos conceitos editoriais podem surgir desse estado de coisas, e dois deles foram selecionados para este número. Um é apresentado pela jornalista Maria Rita Reis: trata-se do *San Francisco Panorama*, um projeto pessoal do escritor Dave Eggers, um jornal em formato *standard*, com uma única edição de 320 páginas repletas de conteúdo original.

Outro é a *seLecT*, que, produzida em variados suportes (impresso, *tablet* e internet), elege como temas a convergência entre as artes visuais, a tecnologia, o design e o comportamento. Convidamos Paula Alzugaray, Giselle Beiguelman e Juliana Monachesi, da equipe do projeto, para falar sobre a iniciativa.

Abrem e fecham este especial duas entrevistas de fôlego, uma com o jornalista Sérgio Augusto e outra com o ensaísta e escritor Silviano Santiago. Os olhares privilegiados de ambos ajudam a entender aspectos importantes do que se passa com o jornalismo e com a cultura na contemporaneidade.

Precisamos democratizar o elitismo

ENTREVISTA COM SÉRGIO AUGUSTO

FABRÍCIO MARQUES

O jornalista Sérgio Augusto nasceu em 25 de janeiro de 1942, no bairro de Santa Teresa, no Rio de Janeiro. Publicou sua primeira crítica de cinema, profissionalmente, na *Tribuna da Imprensa*, em novembro de 1960. Com mais de meio século de atividade como crítico, repórter, redator e editor, participou, não por acaso, dos momentos mais importantes das mais importantes publicações do país, como os jornais *Correio da Manhã*, *Jornal do Brasil* e *Folha de S. Paulo*, nas revistas *O Cruzeiro* e *Veja* e nos semanários alternativos *Pasquim* e *Opinião*. Não se pode esquecer, ainda, suas colaborações para a *Senhor* (a revista das revistas), *Diner's* e *Leia Livros*. Desde 1996 escreve para o *Estado de S. Paulo*.

Em todas essas publicações o jornalista deixou a marca de uma inteligência sofisticada, entendendo a cultura de um modo ampliado, sem que nenhuma fronteira o impeça de falar de livros, filmes, discos, acontecimentos, enfim, tudo aquilo que levou certa vez o poeta Fernando Pessoa a afirmar a necessidade da arte em um mundo civilizado, pois “só a vida não basta”.

Dá prova desse interesse expandido o amplo arco de assuntos que perpassam esta entrevista, feita por *e-mail*. A maioria das perguntas é motivada pelos ensaios de jornalismo cultural reunidos em *Lado B* (Record, 2001) e *As penas do ofício* (Agir, 2006). No primeiro, Sérgio Augusto escolheu textos lançados anteriormente, entre 1997 e 2001, em duas publicações, a – em suas próprias palavras – “séria, chique à beça, mensal e paulista” *Bravo!*, e a “anárquica, escrachada, semanal e carioca” *Bundas*. O segundo livro reserva espaço apenas para textos da revista de São Paulo, de 2001 a 2005.

Com exceção de *Botafogo – entre o céu e o inferno* (Ediouro, 2004), seus outros livros também são voltados para momentos luminosos do universo cultural: *Este mundo é um pandeiro* (Cia das Letras, 1989), *Cancioneiro Jobim* (Casa da Palavra, 2000), *Cancioneiro Vinicius de Moraes/Orfeu* (Jobim Music, 2003) e *O Melhor do Pasquim* (Desiderata (2006-2009)). O mais recente é *E foram todos para Paris* (Casa da Palavra, 2011).

No final do ano passado você lançou “E foram todos para Paris” (Casa da Palavra), em torno dos pontos turísticos da capital francesa relacionados à cena artística e cultural. A França exerceu uma influência marcante sobre a cultura brasileira (especialmente a literatura) nas primeiras décadas do século passado. A partir de determinado momento, contudo, a cultura americana se impôs, com sua rica diversidade (negros, judeus, latinos, árabes e orientais), o que prevalece até hoje. Para você, como essas influências afetaram o jornalismo cultural praticado no país?

No mundo inteiro essas prevalências ocorreram. Na Belle Époque, a cultura francesa ditava as modas, impunha gostos, com mais intensidade em países periféricos como o Brasil. O colonialismo cultural então falava francês. O Rio de Janeiro modernizou-se seguindo paradigmas parisienses. O prefeito Pereira Passos foi o Barão Haussmann carioca. Ele não apenas limpou e saneou a cidade como fez dela uma Paris-sur-Mer, uma miragem de progresso e civilidade. Nossas elites imitavam os franceses – e também os ingleses – em quase tudo: nas escolas, nos clubes fechados, no interesse por corridas de cavalo, as crianças aprendiam francês, às vezes antes mesmo do português, liam livros impressos em Paris, tinham lições de boas maneiras ministradas por governantas inglesas, nossos escritores devoraram a literatura francesa e as publicações culturais e mundanas impressas em Paris.

Nossa ligação com a França e sua cultura vem desde meados do século 16 e atingiu seu ápice com a Inconfidência Mineira, alimentada pelos ideais libertários dos Enciclopedistas franceses, com o Romantismo, o Positivismo, o Modernismo, o Existencialismo, e estendeu-se até a Nouvelle Vague, inspiradora do Cinema Novo. Houve um tempo em que as livrarias, as confeitarias, as casas noturnas e as salas de cinema tinham nomes franceses. Uma de nossas primeiras revistas de cultura, Nytheroy, lançada em 1836, era editada em Paris pelo poeta carioca Gonçalves de Magalhães, Visconde do Araguaia.

Depois da Segunda Guerra Mundial, a cultura americana, com toda sua modernidade, sua diversidade, seu charme, mais a força

econômica do dólar e o status de língua franca que o inglês adquiriu, ocupou o que lhe parecia de direito após a derrota do nazismo. Os soviéticos também foram fundamentais para a destruição do 3º Reich, mas nunca conseguiram impor sua cultura em escala mundial porque não tinham as mesmas armas de sedução dos americanos. Os russos não tiveram Hollywood, não usufruíram de um *melting pot* cultural com negros e judeus, não produziram um Cole Porter, um Hemingway, um Armstrong, um Sinatra, uma Marilyn, um Elvis Presley, nem revistas como *Time*, *Esquire* e *New Yorker*, e foi com esses trunfos que os americanos varreram os franceses de nosso horizonte cultural.

O sociólogo Zygmunt Bauman definiu nosso tempo como “inóspito à educação”. Em 2001, ao definir o Brasil como “uma nação de videotextos”, você prescreve que, para compensar essa lavagem cerebral e espiritual imposta pela TV há um caminho: “Educar, inocular ou pelo menos atenuar os efeitos do soma [isto é, o soro da felicidade de O Admirável Mundo Novo, de Aldous Huxley], popularizar outras formas de entretenimento e fontes alternativas de prazer e oxigenação cerebral, e estimular o seu consumo, para que a flexibilidade mental não seja um privilégio de poucos”. Você arremata com essa frase definitiva: “Precisamos democratizar o elitismo”. Mas, de modo prático, como se pode fazer isso? Já se percebe um movimento das TVs pagas de privilegiar filmes dublados em detrimento do legendado, por exemplo.

Na verdade, a única coisa que se democratizou por aqui desde a implantação do Plano Real, e com maior ímpeto a partir do governo Lula, foi o acesso das classes C e D aos bens de consumo cultural. Isso é bom do ponto de vista social e econômico, mas configura uma evolução meramente quantitativa, boa para as vendas e índices de audiência, mas nociva para uma efetiva evolução mental e espiritual da população, na medida em que, para usar uma metáfora gastronômica, a presuntada se impõe ao patê cultural. Chamei atenção para esse pacto faustiano com o mefistófeles do consumismo 15 anos atrás, quando, em plena era FHC, a cultura, já órfã de gênios, emasculada

pela supremacia mercadológica e desassistida por uma mídia submissa aos mais rasteiros interesses da indústria cultural, começou a ser amplamente dominada pelo pagode, pela vulgaridade, pela cretinice satisfeita, tendo como paradigmas a Carla Perez e o Tiririca. Só os paradigmas mudaram, substituídos por avatares de igual perfil populista. A TV Globo virou uma Record com mais recursos e mais telespectadores cativos. A ordem, lá e por toda parte, é baixar o nível. A televisão a cabo é uma vergonha, da programação aos pacotes fechados impostos aos clientes, dos intervalos entupidos de comerciais aos filmes dublados, que, em certos dias, tomam conta dos canais. O filme dublado é o supra-sumo do nivelamento por baixo, da subserviência ao analfabetismo, do desrespeito à criação alheia – e também, não nos esqueçamos, aos deficientes auditivos.

Muito embora os jornalistas tenham hoje à disposição todo o acervo acumulado em séculos, assistimos a um rebaixamento do nível de conhecimento. Há uma perda de parâmetros, de referências. Quando morreu o diretor John Hughes, um repórter da Folha classificou seu filme “Curtindo a vida adoidado” de obra-prima, por exemplo. Como você avalia essa situação? Você mesmo escreveu: “Sou de um tempo em que nenhum repórter, por mais jovem e tímido que fosse, deixaria passar em brancas nuvens tolices ditas hoje impunemente até mesmo de reconhecido valor”. Para exemplificar, você fala do caso de Carlinhos Brown, que numa entrevista recusou-se a reconhecer Mozart como um clássico pelo simples fato de conhecer apenas uma parte de sua obra.

É constrangedor. Qualquer filme com mais de 20 anos agora é tachado de “clássico” ou “obra-prima”. Quando, faz tempo, o filme “Desirée, o Amor de Napoleão” passou pela primeira vez na televisão, o Caderno B do *Jornal do Brasil* referiu-se ao abacaxi como “uma obra-prima com Marlon Brando”. Putz! Nem a mãe de Henry Koster, diretor do filme, o tinha em tão alta conta. Volta e meia, quando morre um figurão do cinema, seus obituários nos agridem com distorcidas observações do gênero, supervalorizando o que nunca teve mérito. Não sei o



Arquivo pessoal/Sérgio Augusto

"A INFORMAÇÃO PURA E SIMPLES POUCO OU NADA VALE SE VOCÊ NÃO SABE COMO UTILIZÁ-LA"

antigas, microfilme, as informações eram mais difíceis de se conseguir, tal como observa o crítico britânico Simon Reynolds *Retromania (Faber & Faber)*. Para você, quais as implicações desse acesso facilitado ao passado? Entre outras coisas, a obsolescência de elefantes como eu, que agora também posso me dar ao luxo de não me lembrar de nada que não esteja ao alcance de qualquer um na internet. Passamos a exercitar menos a memória, o que é cômodo mas não é saudável; ganhamos espaço em nossos arquivos “analógicos”, jogando fora recortes e outros papéis que agora são armazenados de maneira mais econômica, e até nas nuvens. Mas a informação pura e simples pouco ou nada vale se você não sabe como utilizá-la, vale dizer, relacioná-la com outras de forma eficaz, inteligente, produtiva. É preciso saber transformar a informação em conhecimento, em saber. O *Google*, a *Wikipédia* e o *IMDB* facilitaram nossa vida, agilizaram nosso trabalho, transformaram qualquer um de nós em sabichão, em polímata, aliviaram a barra dos estudantes (que agora dispõem de cola digital, online), mas, a exemplo da substituição da pena pela máquina de escrever, não melhoraram a qualidade da nossa produção intelectual.

Quando o Chico Buarque lançou seu disco mais recente, falou: “eu achava que era amado, porque as pessoas iam ao show, me aplaudiam e, na rua, me cumprimentavam. Descobri, na internet, que sou odiado. Agora entendi as regras do jogo”. Quais são as regras do jogo agora, na sua opinião?

A internet é um território sem lei, logo sem regras, onde as vaías, os insultos e as bravatas podem se proteger no anonimato, se esconder atrás de pseudônimos. Chico, como todo artista de sucesso, sempre despertou inveja e ressentimentos, só que os invejosos e ressentidos não tinham coragem de extravasar seus baixos sentimentos às escâncaras. Quando passaram a dispor de um dispositivo como a internet, abriu-se a caixa de pandora.

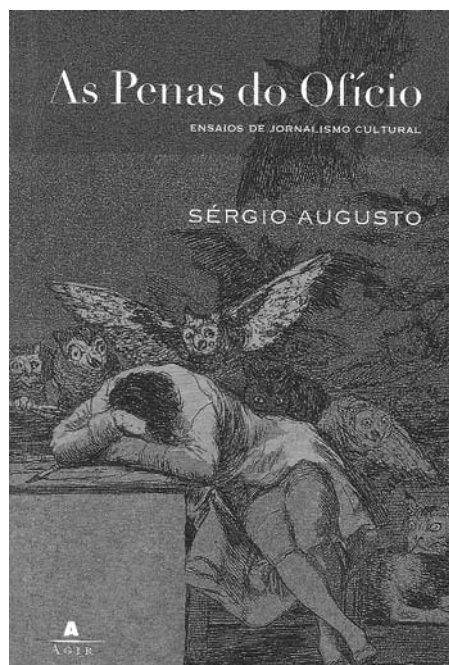
Você trabalhou no “Correio da Manhã”. Era chegar à redação e deparar-se, em pessoa ou em textos, com Otto Maria Carpeaux, Carlos Heitor Cony, Carlos Drummond de Andrade... Dessa geração, quem você considera importante para sua formação? Vale dizer que você escreveu sobre o Carpeaux chamando-o de nosso “último renascentista”. O poeta Affonso Ávila disse que o Brasil deve ser considerado Antes e Depois de Carpeaux.

Faltou acrescentar à lista Antonio Callado, José Lino Grunewald e Antonio Houaiss. Trabalhavam todos numa sala chamada de Petit Trianon, que ficava a uns 3 metros da minha mesa, à direita de quem entrava na redação. Eu não saía de lá. Era um noviço com 19 para 20 anos de idade, imagine o que aquela convivência significou para mim. Meus três ou quatro anos de Correio da Manhã valeram por um curso universitário. Se juntarmos todas as redações de jornal ou revista de hoje ainda ficaremos a anos-luz daquela. A figura mais importante para minha formação, embora não citado por você, foi o crítico de cinema

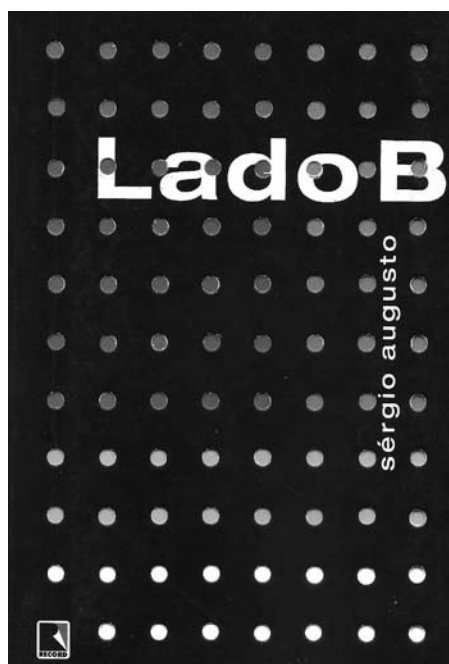
que é pior, se a reverência descabida, ditada pela ignorância e a insegurança, ou a detonação gratuita, falsamente iconoclasta, de filmes antigos só por serem antigos, também típica das novas gerações. A culpa maior é dos editores que aceitam trabalhar com mão-de-obra pouco qualificada. O cinema sofre mais por ser a casa-da-mãe-joana das artes ou do entretenimento. Como todo mundo vê filmes desde criancinha, acredita-se que qualquer um esteja apto a criticar um filme. Com a ópera, a música erudita e o balé, o buraco é mais embaixo, os amadores, os curiosos e os aficionados *tout court* não têm vez.

Carlinhos Brown, numa entrevista à *Playboy*, disse que se recusava a reconhecer Mozart como um clássico por ter ouvido apenas uma parte de sua obra. Mesmo que só tivesse ouvido duas peças de Mozart na vida, o percussionista baiano não tinha por que submeter um conceito universalmente aceito – Mozart é um clássico – ao arbítrio de sua insuficiente cultura musical.

O advento de sites como o Youtube, que fornece uma infinidade de informação visual disponível a qualquer um que tenha acesso à internet, cria uma nova relação com a memória. Posso ler uma crítica sobre um CD e imediatamente acompanhar essas músicas, saber mais sobre quem a compôs. Hoje é possível acessar o passado de uma maneira sem precedentes. Antes, o passado estava em lugares específicos – bibliotecas, coleções de revistas



Reprodução



Reprodução

Antonio Moniz Vianna, meu guru desde os 15 anos, quando o li, por acaso, pela primeira vez. Mesmo sem entender a maior parte do que li, dada a minha falta de repertório, fiquei fascinado, e disse para mim mesmo: é isso que eu quero ser na vida. Herdei a coluna do mestre quando ele assumiu a chefia de redação do Correio, e me senti como se sentiria um pároco de aldeia subitamente convidado pelo papa para tomar seu lugar na Santa Sé.

Carpeaux foi a pessoa mais culta que eu conheci e que mais coisas me ensinou. Só não entendia de futebol e música popular. Fazíamos testes de brincadeira, para avaliar sua erudição, e ele passava em todos. Ainda trabalhei com ele, Callado e Houaiss nas enciclopédias *Barsa* e *Mirador*. Foi uma figura fundamental para o nosso processo civilizatório.

Você foi preso pela ditadura uma vez, em 29 de fevereiro de 1972 (ano bissexto como este agora). Sete anos depois, foi enquadrado na Lei de Segurança Nacional por conta de “Mar de lama”, reportagem sobre casos de corrupção no governo Geisel. Você depois descobriu que os órgãos de segurança mantinham um dossiê a seu respeito desde novembro de 1965, quando trabalhava no “Jornal do Brasil”. Você pode falar um pouco dessa experiência? De que modo ela te afetou (ou não)?

Foi chato mas não tirou sangue. A turma do *Pasquim* vivia debaixo de censura e sob constante ameaça de uma temporada nos porões da ditadura, e vários de sua equipe original passaram dois meses na cadeia, na Vila Militar, sem uma acusação formal, sem processo. Minha prisão, em fevereiro de 1972, justo no aniversário do Jaguar, resultou de um acúmulo de equívocos e coincidências. Preparávamos uma edição especial sobre Ipanema, Miguel Paiva fora escalado para entrevistar Ricardo Amaral em seu *bunker* na Lagoa Rodrigo de Freitas, e Bruno Barreto faria as fotos. Bruno, estagiando como fotógrafo do jornal, tinha só 17 anos. Como fazia um dia lindíssimo e eu, cuidando da edição do número, não tinha nada para fazer naquele início de tarde, resolvi acompanhá-los. Fomos no Opala branco que o Paulo Francis vendera ao jornal antes de se mudar para Nova York, no ano anterior. Miguel Paiva ao volante. Quase no estacionamento da Lagoa, fomos parados por uma blitz. A polícia buscava um Opala branco envolvido num assalto a banco pela manhã, no centro da cidade. Assalto por militantes da luta armada. Talvez nos tivéssemos livrado da blitz se os documentos do carro estivessem no porta-luvas e Miguel não trouxesse em sua bolsa uma carteira falsa de estudante, que usava para pagar meia entrada nos cinemas. Resultado: fomos levados para a 14ª Delegacia, no Leblon, e depois para o DOPS, onde ficamos presos até o fim da noite. Havia no DOPS um dossiê a meu respeito, por ter assinado um manifesto contra a prisão dos “18 do Glória”, em 1965, mediado um debate sobre o filme *Terra em Transe*, no *Museu da Imagem e do Som*, em 1967, e constar da caderneta de endereços do Fernando Gabeira, que havia sido meu colega no *Jornal do Brasil*, participara do tal debate sobre o filme do Glauber, e, *last but not least*, ajudara a raptar o embaixador americano. Por uns tempos precisei da autorização da Polícia Federal para viajar ao exterior. O enquadramento na Lei de Segurança Nacional me levou a um tribunal militar, mas afinal não deu em nada. O veredito demorou tanto a sair que acabei beneficiado pela Lei da Anistia. Resumindo: sofri apenas apreensão e constrangimentos durante a ditadura. Ali por volta de 1974 era censurado previamente nos três veículos para os quais escrevia: *Pasquim*, *Veja* e *Opinião*. Cheguei a brincar com o Millôr, que escrevia nos dois primeiros, mas não no *Opinião*: “Sou eu, não você, o jornalista mais censurado do país”.

Em um de seus textos você lembra o coronel Darci Lázaro, que ameaçou: “Se essa história de cultura vai-nos atrapalhar a endireitar o Brasil, vamos acabar com a cultura durante trinta anos”. Qual o tamanho do estrago que o regime militar provocou na cultura brasileira?

O estrago foi enorme, como é sabido e está exaustivamente documentado em livros, como também é fato que quando chegamos a 1994 pudemos olhar para trás e dizer: “Já se passaram os 30 anos dados pelo coronel Darcy Lázaro e sua ameaça não se cumpriu”. O único Darcy daquele tempo que entrou, gloriosamente, para a história do Brasil foi o Darcy Ribeiro, odiado por seu



xará fardado, que hoje é apenas um estande de tiro em Brasília, preto irrelevante de que só tomei conhecimento consultando o *Google*.

Escrevendo sobre Art Spiegelman, você lembra que ele levou ao editor da “New Yorker”, David Remnck, uma série de quadrinhos sobre a experiência de se viver numa cidade ameaçada simultaneamente por Bush e Osama bin Laden (no Brasil, saiu com o título “À sombra das torres ausentes”, pela Cia. das Letras). Na sequência, Art pediu demissão e publicou a série em outro jornal. A partir desse episódio, pergunto: qual o papel e a importância de um editor quanto aos critérios e valores que norteiam uma publicação? Lembro ainda aquela história do Paulo Francis, que publicou um texto criticando atuação da atriz Tônia Carrero. Depois, afirmou que, se o editor tivesse conversado com ele, talvez não publicasse a crítica.

O editor é ou deveria ser o super-ego de qualquer publicação, seja ele o dono do negócio ou apenas seu mais graduado intermediário. O ideal é que seja o mais capacitado, experiente e sensato da redação ou ao menos dê essa impressão. Afinal, são desses atributos que deriva sua ascendência. David Remnick é um excelente editor mas é difícil julgar se exagerou na dose de cautela ao vetar os quadrinhos do Spiegelman. Todo editor tem seu dia de censor; faz parte da função. No Brasil houve e continua havendo editores que, se trocados pelo contínuo, ninguém notaria a diferença.

O capitalismo global cometeu um erro fatal: modelar as diversas economias mundiais por um único padrão, sem levar em conta suas diferenças econômicas e culturais. Essa é uma avaliação de John Gray, no livro “Falso Amanhecer” (Ed. Record, no original, “False Dawn”), sobre o qual você escreveu. De que maneira essa estandarização se faz presente no jornalismo cultural praticado no Brasil hoje?

Nosso jornalismo cultural já foi um dos melhores da imprensa mundial. Nos anos 80, Matinas Suzuki Jr., que então editava a *Ilustrada*, o caderno cultural e de variedades da *Folha de S. Paulo*, ousou proclamar essa excelência nas páginas do jornal. O Caderno B do *Jornal do Brasil*,

desde que surgiu, no final dos anos 50, até os anos 80, foi um farol de inteligência e inventividade. O mesmo se diga do Quarto Caderno do *Correio da Manhã*, editado pelo Francis na segunda metade dos anos 60. Nas duas últimas décadas, todos os “segundos cadernos” ficaram parecidos, excessivamente caudatários da indústria cultural, como se pautados por uma central de divulgadores. O Caderno 2 do *Estado de S. Paulo* é, hoje, uma honrosa exceção. E não sou só eu que assim pensa.

Ao mencionar o Instituto Moreira Sales, com ações no Rio, em São Paulo e em Poços de Caldas, você pergunta: “quantos institutos e fundações culturais patrocinados por sobrenomes ilustres existem aqui?” Por que os nossos ricos não são como os ricos dos EUA, que fazem filantropia pelo menos para conquistar status?

Falta-lhes tradição nessa forma de acumulação do chamado capital prestígio. A formação sócio-econômica do país nos condenou a ter mais empresários e argentários que preferem guardar quadros em cofres e comprar cavalos e jatinhos particulares do que obras de arte para usufruto público. Contam-se nos dedos os que nos legaram coleções, museus, bibliotecas e fundações. Nossas leis de incentivo fiscal, além de recentes em relação às de outros países, nasceram cheias de furos, permitindo que determinadas instituições criassem fundações que funcionam mais como apêndices do departamento de marketing daquelas corporações.

Não mais do que 10 ou 15 gigantes da mídia decidem o que vamos ver e ouvir. São eles que dominam a indústria do entretenimento e da informação. Como resistir à homogeneização cultural?

Não sei. Talvez se os editores de jornais e revistas fizessem um pacto para enfrentar juntos a tirania da mesmice, repudiando a homogeneização, alguma mudança poderia ocorrer. Mas isso é um *wishful thinking*, uma utopia. A concorrência ficou muito acirrada, sempre uma ou mais publicações romperiam o acordo para obter algum tipo de vantagem sobre as demais, e assim iludir-se de que terão mais tempo de vida. Para enfrentar a homogeneização é

preciso, antes de mais nada, ter ousadia e condições para ser heterogêneo.

George Orwell cunhou a expressão *Thought Police* (polícia do pensamento), a propósito do controle de ideias nas ditaduras comunistas. Parece que eclodiu uma nova era desse controle, através do “politicamente correto”. Para você, o politicamente correto de hoje têm o mesmo sentido das patrulhas ideológicas dos anos 70?

O politicamente correto é o primo rico e estrangeiro da patrulha ideológica; é um fenômeno globalizado, uma pestilência mundial propagada pelos americanos, sem prazo de validade, portanto mais daninho.

Sei que você trabalhou com editor no segundo caderno do Correio da Manhã? Em outra(s) publicação(es) também exerceu esse ofício? Pode falar um pouco dessa experiência? Você se sentia melhor como repórter, ensaísta ou editor?

Fui alçado à condição de editor quando o *Correio da Manhã* passou a ser estrangulado economicamente por ter-se voltado contra o regime militar depois do primeiro Ato Institucional, em 9 de abril de 1964. Só uma situação anômala como aquela pode explicar a entrega do Segundo Caderno a um menino de 22 anos de idade e apenas quatro de redação. Foi maravilhoso enquanto durou. Minha liberdade era total. Não havia, naquele tempo, a obrigação de cobrir todos os eventos culturais da cidade; se o show ou o filme estreante era bom, ganhava matéria e crítica; se não era, dava-se outra coisa. Não nos submetíamos à agenda da semana, nem as editoras de livros impunham as datas em que seus grandes lançamentos tinham de ser resenhados, como há tempos acontece. Não havia o servilismo de agora. Até por isso os segundos cadernos dos jornais não pareciam clones ou covers uns dos outros, como os de hoje. Uma vez gastei a primeira página com cinco fotos espetaculares sobre leões na África, sustentadas por um texto meu sobre tudo que sabia e aprendi correndo sobre o rei dos animais, sem exclusão de Androcles e o leão da Metro, claro, e, à falta de um título que me satisfizesse, declinei na vertical o substantivo leão em latim: “Leo, leonis,

leoni, leonem, leo, leone”. Fez o maior sucesso, sobretudo pelo inesperado.

Em “O frenesi do furo”, você afirma que, por volta de 1985, “a Folha deu ao caderno de cultura o mesmo status jornalístico da política e da economia. Foi sem dúvida um avanço, mas algumas deformações ocorreram. Nenhuma tão desatinada quanto o culto ao furo, à exclusividade” (2000). Você acha que ainda hoje essa seja a principal deformação? Acho. E talvez tenha até piorado. Sei de escritores que morrem de medo que algum jornalão publique uma resenha ou uma matéria, mesmo favoráveis, sobre seu livro, antes dos concorrentes, pois isso, quase certamente, é uma sentença de morte, uma condenação ao silêncio ou, na melhor hipótese, a um cantinho de página.

No *Pasquim* você tinha uma página de crítica da mídia duas vezes por semana. Há um episódio em que, nesta seção, você criticou o próprio jornal e foi demitido. Pode falar sobre isso? O que aconteceu realmente? Qual foi a sua crítica?

A página, intitulada “É isso aí”, só saía uma vez por semana porque o *Pasquim* era um semanário. Tomei as dores do Mino Carta, que, por causa de uma reportagem maldosa do Wagner Carelli sobre a esquerda festiva de Ipanema, publicada na *Isto É*, dirigida pelo Mino, foi ferozmente criticado e gozado no *Pasquim* pelo Ziraldo, pelo Ivan Lessa e não sei mais quem. Ora, se eu criticava o resto da imprensa, por que haveria de livrar a cara do *Pasquim*? Jaguar me demitiu. Por carta! Alegou que eu “não estava vestindo a camisa” do jornal. Ziraldo alegou que ele, Jaguar, estava de porre quando me demitiu; tentaram voltar atrás, mas não cedi e saí, no final de 1979. Depois fizemos as pazes, mas nunca aceitei voltar ao jornal.

Quando você saiu da *Folha*, em 1996, o Francis disse que sua saída marcava o fim de uma época do jornalismo cultural. E terminava assim: “acabou o asfalto”, tal como registrado em entrevista para o livro “Pós-tudo, 50 anos de cultura na Ilustrada” (*Publifolha*). Curiosamente, essa sua saída coincide com a ascensão das mídias digitais, possibilitada pelo avanço da internet. Nesses quase quinze anos, quais as principais

mudanças que afetaram o jornalismo cultural, em sua opinião?

Exagero do Francis. Mas a frase é maravilhosa como epitáfio para o modelo de jornalismo no qual Francis e eu fomos criados. O computador foi, para mim, um bálsamo; a humanidade deveria ter saltado do cinzel direto para o computador sem passar pela máquina de escrever. A internet é um luxo, agiliza o serviço, mas a qualidade do jornalismo cultural não melhorou depois do seu advento. Como podia melhorar com tantos palpitesiros sem qualificação (e sem um super-ego) *online*? Se e quando inventarem um programa com várias opções de lead para qualquer texto, a qualidade cairá ainda mais, aí, sim, teremos sacramentado a homogeneização.

Nos jornais impressos europeus e americanos predomina a publicação de suplemento ou revista semanal de cultura. No Brasil, ganhou forma o caderno diário. Por que acha que o modelo americano não vingou aqui?

Como gostava de dizer Antonio Houaiss, discrepo. Temos um histórico farto de cadernos culturais: o *Suplemento do Estado de S. Paulo*; o também legendário *SDJB* (*Suplemento Dominical do Jornal do Brasil*), que apesar do nome saía aos sábados; o suplemento literário da *Tribuna da Imprensa*, editado por Mário Faustino; e, mais recentemente, o *Folhetim*, *Mais!*, *Leia Livros*, *Prosa e Verso*, *Sabático*.

Destaco duas observações suas. 1) “Assim como no resto do mundo, temos produzido bons e maus filmes, sendo que os maus continuam sobrepujando os bons, ainda que a nossa crítica especializada, no geral complacente e paternalista, tente nos convencer do contrário”; e 2) “O moderno cinema brasileiro não teria chegado aonde chegou senão fosse a participação ativa, entusiástica e, não raro, benevolente da imprensa, vale dizer, da crítica de 30 e tantos anos atrás [essa escrita em 1998]”. Quero contrapô-las à afirmação de Antoine de Baecque, crítico francês que chefiou os “Cahiers du Cinéma”: em “Cinefilia”, ele diz que nunca se escreveu tanto sobre filmes quanto agora, e nem tanta bobagem. Vivemos um momento difícil em relação à crítica de filmes?

Fecho inteiramente com de Baecque. Existem hoje milhões de críticos de cinema na internet, muitos até são bons, mas cadê a Pauline Kael, o Jean Douchet da era digital?

Como você mesmo registrou, “as maiores emoções que o cinema já proporcionou ao público ocorreram em 1895 (quando chegou), em 1927 (quando falou) e em 1953 (quando agigantou-se)”. Poderíamos acrescentar aí o uso da cor, em 1935. Você incluiria o 3D como um desses marcos? No lançamento de “A Invenção de Hugo Cabret”, Scorsese se disse encantado com essa técnica, e criticou o clichê segundo o qual o 3D “só deve ser usado se tiver a ver com a história”. Qual sua opinião a esse respeito?

Até prova em contrário, o 3D é um *gimmick* perfeitamente dispensável, como o Cinerama. Wim Wenders usou-o inventivamente em “Pina”, mas gostaria de rever o filme em dimensões normais para testar sua imprescindibilidade. Se de fato veio para ficar, só daqui a alguns anos saberemos. Como o cinema hoje hegemônico é dirigido prioritariamente ao público infante-juvenil, é provável que fique.

Em 2004, você disse que os documentários têm, “em sua dieta cinematográfica, o mesmo valor que, na alimentar, dá às saladas e legumes cozidos. Sei que fazem bem à saúde – do cinema e da gente – mas é quase por obrigação que deles me sirvo”. Contudo, de lá pra cá o país viu um certo “boom” do gênero, com novos filmes de Eduardo Coutinho, o “Santiago”, do João Moreira Sales... Há alguma razão para que esse tipo de narrativa – que tem um parentesco com o jornalismo, de certa forma – tenha esse destaque?

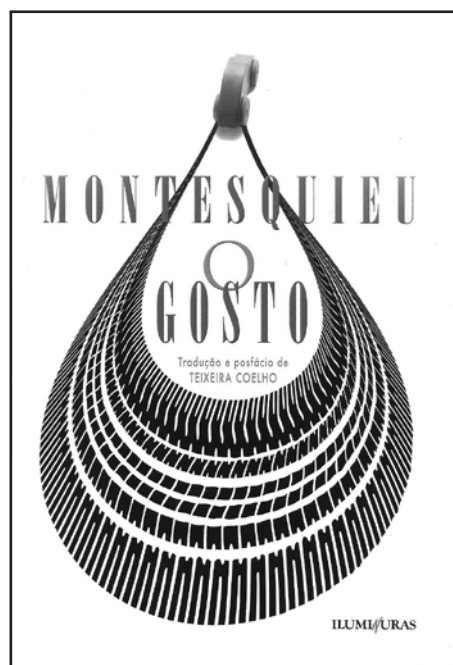
Há. É muito mais fácil rodar um documentário do que fazer um filme narrativo, de ficção. Mas criar um documentário original, com os de Eduardo Coutinho e João Moreira Salles, exige um talento especial, não é para qualquer bico. Ou seja, rodar um documentário ruim é bem mais fácil do que fazer um filme de ficção medíocre.

FABRÍCIO MARQUES
é jornalista e diretor do SLMG.

DISCUTINDO O GOSTO

PARA TEIXEIRA
COELHO, MONTESQUIEU
INOVOU AO OBSERVAR
QUE DETERMINADAS
CARACTERÍSTICAS
DARIAM AO OBJETO
APRECIADO UM ASPECTO
MAIS OU MENOS
PRAZEROSO

DUDA FONSECA



Reprodução

Mais conhecido por sua teoria da Separação dos Poderes, um legado para a constituição de vários Estados modernos, Charles de Montesquieu (1689-1755) também se interessou – tardiamente, é verdade – pelas propriedades do “gosto”. E ele mesmo se lamenta dessa atenção tardia. “Censuro-me a mim mesmo por ter-me recusado, até a idade de 35 anos, o prazer que é ver uma bela pintura e uma bela fachada”, escreveu.

Foi tamanha a impressão que “o gosto” causou nele que, ao ser convidado a escrever verbetes sobre a Democracia e o Despotismo para a *Encyclopédie*, de D’Alembert e Diderot, ele recusa a demanda, mas sugere uma outra: um verbete sobre o Gosto. Acatada a sugestão, ele então passa a tecer diversas observações sobre o tema. Mesmo inacabado, devido à morte do autor, o verbete nem por isso deixou de ser publicado.

Tradutor de *O Gosto* (Ed. Iluminuras), de Montesquieu, o professor e crítico Teixeira Coelho ajuda a decifrar qual seria esse “gosto”, de acordo com o pensador francês, aproveitando para situar algumas de suas análises no tempo presente, discutindo-as sob a perspectiva do turismo de massa e do jornalismo cultural.

GOSTO E PRAZER

Um dos grandes méritos de Montesquieu foi o de ser o primeiro a associar o gosto ao prazer, revela Coelho. Uma associação especialmente importante se levarmos em conta que na época, meados do século XVIII, o assunto estava sofrendo uma academização mediante o crescente interesse por estudos mais formais sobre o tema oriundos do campo da estética.

Na contramão desse movimento, o objetivo de Montesquieu era perceber como o gosto leva ao prazer, à consciência desse sentimento

e, finalmente, à felicidade. Assim, para além de aspectos externos, como a identificação que a obra proporciona, o seu poder de integração social, de identidade nacional, de classe ou de gênero, era o prazer proporcionado pelo gosto que pairaria acima de tudo.

Tal abordagem é especialmente interessante, segundo Coelho, se formos pensá-la tendo em vista o mundo moderno. “Há tão poucas ocasiões para um real prazer no mundo burocratizado, formatado, controlado, vigiado, uniformizado, censurado e autocensurado de hoje, que essa contribuição pode ser considerada fundamental.”

E para Montesquieu, a uniformidade era um dos principais inimigos do gosto. “Uma uniformidade prolongada”, ressalta, “torna tudo insuportável”. Assim, por meio dessas observações, ele opta por dar certa estrutura ao gosto, tentando dimensioná-lo ao apontar características físicas (ordem, simetria, variedade, contrastes) que dariam ao objeto apreciado um aspecto mais ou menos prazeroso, fazendo-o mais capaz ou incapaz de instigar o gosto do observador.

Para ele, gosto nada mais era “senão a vantagem de descobrir com sutileza e presteza a medida do prazer que cada coisa deve dar às pessoas”. Quanto mais a alma fosse cultivada, seja por meio de viagens ou através da própria experiência de vida, mais uma pessoa possuiria a capacidade de apurar seu discernimento de tal medida, afinando, assim, o seu gosto.

O GOSTO PELA VIAGEM (TURISMO DE MASSA)

Uma maneira de se refinar o gosto seria viajando. O próprio Montesquieu teve desvelada para si a questão do gosto quando se percebeu submerso em outra cultura, permeado por

outros hábitos. Foi numa viagem à Itália, ao ver pela primeira vez o legado grandioso deixado pelo Renascimento, que ele alça “o gosto” como um tópico essencial a ser estudado. Sobre essa experiência, ele revela uma mudança de percepção do modo como enxerga as coisas, chegando a dizer que voltaria a Paris só para vê-la novamente, agora, com outro olhar.

Mas será que hoje, com a facilidade de mobilidade, o gosto das pessoas estaria sendo moldado segundo alguns preceitos de Montesquieu?

A essa questão, Teixeira Coelho responde: “O turismo de massa tal como praticado hoje, sobretudo no Brasil, não tem nenhuma capacidade de influir no depuramento do gosto das pessoas. Zero. Nada. Coisa alguma. O turismo se serve da cultura e da arte hoje, sobretudo no Brasil, para justificar-se a si mesma como atividade econômica exploratória da criatividade alheia.”

O PAPEL DO JORNALISMO CULTURAL

O mesmo caminho do turismo segue o jornalismo que, por sua vez, também é capaz de nos ajudar nessa missão. Mesmo dizendo-se avesso ao relativismo cultural e à ideologia populista, segundo a qual tudo em cultura vale a mesma coisa (“o que faz uma canção popular ser tão valiosa quanto uma composição de Beethoven, por exemplo”), Coelho acredita que o papel do jornalismo cultural não é determinar essas diferenças:

“Em nome *de que* gosto o jornalista cultural está falando? E em nome do quê ele acredita ter a missão de ‘determinar’ o gosto de uma pessoa? Quer dizer, todo jornalista cultural irá falar em nome dos valores que tem e que ele julga serem os mais indicados, os melhores, os mais elevados. Mesmo que suponhamos que o jornalista fale em nome de valores elevados, ele deverá divulgar sua análise para os outros com o propósito de que os outros façam com ela o que bem quiserem, não para determinar-lhes seu gosto. As ditaduras, de direita e esquerda sempre estão interessadas em *determinar* o gosto dos outros. Mas, em condições normais, jornalismo cultural não é e não deve ser uma variante da ditadura.”

O papel do jornalismo cultural deveria, portanto, estar mais ligado à análise crítica ou à curadoria, embora Coelho acredite que não há espaço para isso e nem gente qualificada para tanto. De acordo com o professor, “a maior parte do jornalismo cultural, sobretudo em jornais impressos, não é nem curatorial, nem crítico: simplesmente se limita a descrever um objeto (por exemplo, uma montagem teatral) e não raro informa mal o leitor sobre o que está em jogo. O que fazem é ‘serviço cultural’, nada mais. Nem os jornais e demais veículos no Brasil, com raras exceções, abrem espaço para uma verdadeira crítica (que necessita de espaços generosos, pois nem tudo pode ser dito com fundamento em 1.500 caracteres ou em 60 segundos). Também não existe público para a crítica (a audiência dos textos ou falas críticos no Brasil é ínfima); nem a maior parte dos jornalistas culturais está de fato preparada para a tarefa.”

CURADORIA E CRÍTICA

Ainda no universo cultural de hoje, seja pelo crescente apoio às manifestações artísticas ou à mercantilização cada vez maior da obra de arte, a palavra “curadoria” está em evidência. Mas qual a real especificidade de uma curadoria, e qual a sua diferença em relação à atividade crítica?

De acordo com Coelho, a curadoria é uma crítica enviesada. “Com isso, eu quero dizer que normalmente ela *adere* totalmente a seu objeto de modo a apresentá-lo sob uma luz que justifique a organização da mostra, do concerto correspondente etc. Ela é pouco opinativa e pouco crítica, salvo no aspecto de que faz uma crítica positiva de seu objeto exatamente ao escolhê-lo como tal. Já a crítica, em seu sentido tradicional, costumava ser mais comparativa, portanto mais opinativa, mais livre para apontar os pontos altos e os pontos menos altos de uma exposição, da obra de um artista, de uma ópera...”

GOSTO: UNIVERSAL OU DATADO?

Ao relacionar o gosto ao prazer proporcionado, e à consciência desse prazer, Montesquieu, de certa forma, quebra suas fronteiras, almejando encontrar uma medida universal para esse prazer. Assim, ele apresenta critérios de sua época para se identificar as composições que dão mais ou menos prazer à alma. Porém, mais que as disposições que enumera, é o prazer (algo subjetivo) que está em evidência. Assim, o pensador francês equilibrou, em suas análises, o universal com o que parece ser datado.

A partir da academização do “gosto” esse aspecto mais subjetivo-universal, que teria o prazer como medida, parece ter ficado em segundo plano, fazendo com que se prevaleça o seu caráter efêmero, tornando-o compreensivo somente mediante sua respectiva época histórica.

Nesse sentido, o “bom gosto” e o “mau gosto” estariam espelhados, por exemplo, na segregação de classes; já o “gosto de cada um” teria como espelho o isolamento do homem moderno, sendo que o mesmo objeto relacionado à estética seria fruto de sua “academização”. Sobre isso, Coelho observa:

“O gosto é tudo isso, e nada disso o desmerece ou desqualifica: é datado, só faz sentido numa dada época histórica, é de classe, é individual, é acadêmico. Em sentido amplo, não existe um gosto geral, universal. Não por enquanto. Ainda bem: estamos num mundo ainda marcado pela diversidade e isso é que o torna interessante. Não quer dizer que um dado modo do gosto não possa apresentar-se como transhistórico, com ou sem razão. Por exemplo, o paradigma grego em escultura e arquitetura ainda é um padrão de gosto para largas partes do mundo, e um padrão de gosto que atravessa várias classes sociais. Nem por isso é melhor ou mais conveniente.”

DUDA FONSECA
é jornalista.

TERRITÓRIO EM TRANSFORMAÇÃO

JORNALISMO CULTURAL: UMA REFLEXÃO SOBRE SUA IMPORTÂNCIA E SEUS DESAFIOS

J.S.FARO

O Jornalismo Cultural é um gênero que ocupa um papel importante na imprensa da atualidade¹. Basta que o interessado observe o que acontece nas boas bancas de jornal para que se dê conta da variedade de títulos de publicações voltadas para a crítica das artes e da atividade cultural em geral – revistas, cadernos, tabloides, suplementos de jornais – numa clara demonstração de que sua importância não é apenas editorial, mas também econômica, já que essa presença vem associada a muitos recursos publicitários destinados à sustentação financeira desses veículos. Além disso, nos anos recentes uma parte significativa das matérias relacionadas à cultura também está presente nos meios digitais – portais especializados, sites noticiosos, blogs e redes sociais. É possível que a imprensa esteja em crise porque vários órgãos desapareceram e outros foram *enxugados* com a perda de profissionais e a redução de suas coberturas, mas isso não tem sido suficiente para acanhar o dinamismo do Jornalismo Cultural.

Apesar disso, no entanto, o gênero enfrenta duas dificuldades. A primeira delas é interna, isto é, são os próprios profissionais da imprensa que têm dificuldade em definir o Jornalismo Cultural na sua concepção e natureza, fato que turva a imagem que seus autores fazem de si mesmos e do seu trabalho. Não é difícil encontrar veículos onde as matérias culturais são vistas como secundárias e meramente acessórias das

demais editoriais – sem que isso encontre algum tipo de resistência entre os profissionais, uma espécie de baixa-estima que aprofunda o desentendimento sobre o assunto.

Associa-se a essa primeira dificuldade uma outra: os estudos acadêmicos sobre o assunto – cursos, artigos, pesquisas universitárias, dissertações de mestrado ou teses de doutorado – além de poucos, também se debatem na procura de definições rigorosas que o tema exige para que possa ser entendido em toda a sua dimensão e importância.

Exemplo disso é a frequência como o Jornalismo Cultural é visto nesses estudos como um território de exercício do poder econômico de seus promotores e de verdadeiros manipuladores da opinião dos críticos. Um demonstração dessa perspectiva é o artigo do professor Quartim de Moraes publicado em 2010 no *Observatório da Imprensa* a respeito das engrenagens que criam os *best-sellers* comentados na imprensa brasileira (leia em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/no-reino-dos-bestsellers>). A julgar pelo que ele diz, toda a autonomia do crítico fica comprometida pelos interesses em jogo na simples resenha de uma obra literária.

Essas duas desqualificações que o Jornalismo Cultural sofre acabam reduzindo-o a um exercício mercantilizado e de pouca relevância – ou pela racionalidade editorial dos veículos (que não veem nele densidade jornalística) – ou pela racionalidade financeira dos editores (que veem nele um instrumento de *merchandising* de promotores de eventos

culturais). O resultado é o pior possível porque ergue-se em torno do gênero um conjunto de avaliações que o segregam no quadro geral da imprensa, discriminando-o. Nessa visão o Jornalismo Cultural é algo secundário e meramente acessório na imprensa em geral.

A segunda dificuldade é externa e é bastante complexa porque ela remete às mudanças de ordem estrutural que a sociedade vem experimentando nas últimas décadas e que refletem alterações profundas nas referências culturais e de padrões de gosto do público. Também aqui o problema se desdobra. De um lado, observa-se já desde os primórdios do desenvolvimento dos meios eletrônicos de comunicação uma redução e uma mudança dos hábitos de leitura em razão dos estímulos dos veículos que primam pela sonoridade e pela natureza imagética de suas mensagens; são os veículos de comunicação eletrônica, hoje dominados pela tecnologia digital. O principal estudioso dessa tendência – o professor canadense Marshall McLuhan² – afirmou em diversas de suas obras que essa mudança no processo de comunicação consagrada pelo Rádio, pelo Cinema e pela Televisão representava uma nova etapa na história da cultura humana – a etapa da retribalização da audiência (pela analogia que McLuhan fazia com os períodos da história em que a aquisição do conhecimento primava pela oralidade, à semelhança de uma tribo).

Esse novo momento trouxe na contrapartida da variedade de possibilidades que permitia uma espécie de dispersão dos processos de cognição – já que não era mais a cultura alfabética o núcleo essencial da atenção do receptor. Com isso, todas as práticas relacionadas ao texto escrito sofreram o impacto dos meios

eletrônicos – fato que concorreu fortemente para o declínio da atividade reflexiva individualizada que os livros sempre favoreceram. Essas mudanças vieram associadas a diversas outras, mas a mais importante delas parece ser, como dissemos, uma redução dos hábitos de leitura como decorrência de uma alteração que o livro passou a ter no cotidiano das pessoas.

Ora, se isso é verdade – embora a tese de McLuhan sempre tenha permanecido no terreno da polêmica que as construções teóricas provocam –, a crítica cultural talvez seja um dos primeiros e dos mais atingidos setores a sofrer suas consequências: foi a matéria-prima de sua atividade – a Literatura ou a produção do texto – que reduziu sua presença no cenário das práticas sócio-culturais. Não é difícil imaginar o impacto negativo que isso teve sobre as práticas jornalísticas – de resto, todas elas também afetadas pelo processo da retribalização.

De outro lado, mas ainda no terreno das mudanças estruturais apontadas acima, a história recente parece demonstrar que as tecnologias digitais tornaram mais agudas as tendências à “liquefação” do texto presentes na expansão dos meios eletrônicos. Em diversas situações, aquilo que McLuhan apontou como a *aldeia global*, cuja existência é favorecida pela transmissão de dados através de satélites, adquiriu nos anos 80 e 90 o perfil de uma explosão das comunicações, uma verdadeira revolução informacional que colocou em xeque todos os paradigmas da cultura clássica. É difícil apontar um único setor da atividade intelectual (sem que seja preciso indicar isso também no campo da economia e da ordem social) que não tenha sido impactado pela internet, pela formação das redes sociais, pela interatividade permitida

nos veículos etc. O resultado disso, também aqui, parece ter desfavorecido o Jornalismo em geral, mas em particular o Jornalismo Cultural, que sempre teve na hierarquia da centralidade autoral sua fonte de credibilidade e de prestígio junto ao público.

É frequente entre os próprios jornalistas da área da cultura a queixa de que o espaço da reflexão especializada sobre a Literatura, por exemplo, tem sido *invadido* pela profusão de páginas virtuais, quando isso não acontece diretamente pela interatividade que inúmeros sites e portais permitem aos que os acessam. São manifestações diversas, que repercutem a polêmica de um artigo ou de uma matéria, invariavelmente postadas por outros autores, verdadeiros “penetras” num terreno tão exclusivo quanto é o da crítica cultural³. Ora, parece vir desse novo sistema um retraimento geral das fontes que sempre alimentaram o circuito de legitimação do jornalista junto à sua audiência, mas isso vem adquirindo uma tal intensidade que, dialeticamente, o reverso também passa a ser parte integrante do problema: o retraimento do público em relação às referências da área Cultural. Ou seja, os usuários da rede passam a desconfiar do conteúdo que eles próprios ajudam a acumular nas páginas digitais⁵.

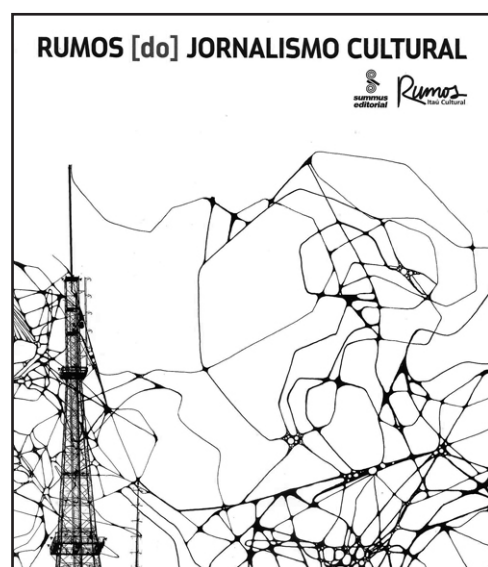
Esses dois fatos, que se conectam de forma simultânea e intermitente – perante o público, a crise da crítica (interna) se desdobra na crise de mediação do crítico (externa) – parecem indicar uma depressão nas práticas do Jornalismo Cultural que respondem pela busca de uma identidade mais consistente do gênero, alguma âncora epistêmica e sociológica que não o deixe ao sabor das idiossincrasias do mercado ou da



Várias publicações desapareceram no país, como lembra Faro. Um exemplo, entre tantos, é o *Outlook*, suplemento cultural do jornal *Brasil Econômico*, que circulou entre 2009 e 2010, sempre aos sábados, com 56 edições



A *Bravo!* em dois momentos, 1997 (no alto) e 2012. Projeto editorial de Luiz Felipe D'Ávila, a revista foi lançada em outubro de 1997, contando com benefícios da Lei Rouanet. A proposta era falar de cultura não como agenda, mas de forma ensaística. Em abril de 2001, a revista lançou *site*, o Bravo OnLine, definido como "portal da cultura e do entretenimento". No início de 2004 a revista foi comprada e repaginada pela Editora Abril, mas ainda com participação da editora anterior. Em 2006, passou a ser gerida exclusivamente pela Abril. Sob nova direção, foi extinta a seção de ensaios.



Programas como o Rumos, do Itaú Cultural, são voltados para o ensino e a prática do jornalismo cultural

técnica, nem mesmo ao sabor das pulsões do público na era de uma sociabilidade que põe o foco de suas virtudes não exatamente sobre o refinamento intelectual dos consumidores, mas no seu embrutecimento de gosto e estilo. Quer dizer, não é tanto a qualidade do que é publicado sobre as práticas culturais de qualquer espécie que importa, mas essa voracidade de consumo que tem o poder de mediocrizar tudo o que ela toca e que desperta em todos os agentes envolvidos pelo Jornalismo Cultural um forte ceticismo sobre o que ele é capaz de produzir.

Nessa linha de interpretação, a primeira variável que surge, no emaranhado de problemas descritos até aqui, é a que aponta o Jornalismo Cultural como um gênero híbrido para cuja construção na confecção das matérias de que se ocupa concorrem outros atores sociais, dois deles de importância capital se quisermos entender em profundidade quais são os seus desafios: os intelectuais e os movimentos da sociedade civil. Não há crítica na órbita da cultura que não se faça de alguma forma na perpendicularidade entre o jornalista e esses dois co-protagonistas do cenário do Jornalismo Cultural.

Os intelectuais – acadêmicos ou não – têm no gênero a abertura para a publicização e divulgação dos temas que os ocupam – sejam eles os temas de natureza estético-expressiva ou os de natureza ético-política⁵, os mesmos que formam a matéria-prima das pautas do Jornalismo Cultural –, fato que o transforma em espaço de forte presença na sociedade, de tal forma que a própria prática jornalística com as questões culturais transcende em significado os limites em que é desenvolvida. Uma análise qualificada e de forte sensibilidade conceitual sobre uma obra, por exemplo, pode perfeitamente acabar pondo em discussão questões que se situam além da crítica propriamente dita já que pode contribuir para a formulação de pontos de vista de amplitude ontológica e filosófica bem mais amplos que a estrita referência literária feita na matéria.

Sob esse aspecto, o Jornalismo Cultural não pode ser visto de forma dissociada dessa circunstância que o coloca como integrante de

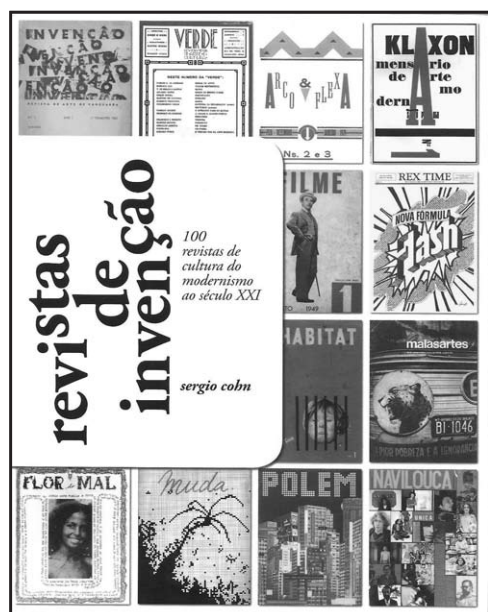
um processo social mais amplo; ele é, na verdade, uma construção discursiva – sempre que a perspectiva mercadológica do veículo não se imponha sobre a primazia da produção cultural – que guarda estreita relação com o processo de gestação e de discussão das ideias, das correntes de pensamento, da estética, das normatizações da Política e do Direito, do campo das ciências físicas etc. É nesse território que ele encontra o espaço de sua legitimação. Imaginar que ele possa perdê-lo significa admitir que todo o conjunto de produções dessas áreas gira em torno de um vazio social intransponível⁶, o que a própria história mostra ser improvável.

Ao lado disso, os movimentos sociais. Há tempos que os estudos de Comunicação deixaram de privilegiar questões meramente informacionais e quantitativas, como se a equação emissor-receptor se desse no âmbito de um sistema de *inputs* e *outputs* configurado em termos físicos. Essa foi uma noção que durante muito tempo sustentou a análise dos processos midiáticos. Não foi senão em meados dos anos 70 e início dos anos 80 que essa visão se alargou na direção de outras dimensões da Comunicação – a econômica, a política, a ideológica, a cultural – de tal forma que o sistema todo passou a ser visto como um complexo construtor de sentidos, muito longe de se esgotar na visão funcionalista que os primeiros teóricos da área sustentaram. Essa maior abrangência de perspectiva foi reponsável pela incorporação às práticas comunicacionais dos movimentos sociais, já que a própria Comunicação passou a ser vista como um espaço de disputa de poder – o poder simbólico e ideológico que as mensagens e os próprios veículos têm na sociedade.

No caso brasileiro, essa nova orientação teórica dos estudos de Comunicação, mais crítica por assim dizer, foi contemporânea da época da ditadura militar (1964-1985), fato que coincidiu com as restrições autoritárias que os meios de informação sofriam. Pois foi justamente nesse período que a presença da crítica cultural junto às demandas dos movimentos sociais se ampliou, o que deu a ela um enraizamento muito consistente na sociedade brasileira. Vale a pena lembrar, neste caso, a importância que o Jornalismo Cultural teve na crítica teatral, na

crítica cinematográfica, na musical e também na literária: as avaliações que eram feitas na imprensa em geral sobre as manifestações artísticas nesses setores em diversas ocasiões adquiriam o perfil de um embate entre tendências estéticas e conceituais democráticas e as restrições do Estado autoritário.

Esse desdobramento que o Jornalismo Cultural tem – não apenas circunstancialmente, como se pode pensar nos exemplos recentes da história da imprensa brasileira, mas em relação a questões sociais e políticas de forte densidade universal – precisa ser resgatado sistematicamente para que ele encontre na sua própria herança e em suas próprias características a essência de sua natureza. É verdade que boa parte dos veículos que se destinam à crítica da cultura fazem, no fundo, matérias destinadas ao mero entretenimento e muitos deles são apenas instrumentos de interesses mercadológicos da dinâmica da sociedade de consumo, mas isso não anula o fato de que o gênero transcende, pela importância e pelos desafios que procuramos mostrar neste artigo, as injunções e inconveniências momentâneas. Uma sociedade complexa e diversificada como é a que a modernidade constrói tem no Jornalismo Cultural um instrumento valioso para a emancipação de seus membros.



Reprodução

O livro *Revistas de invenção* (Azougue) destaca as principais revistas de cultura, no Brasil, do modernismo até hoje

- 1 *Jornalismo Cultural* é a produção noticiosa/analítica de eventos de natureza artística e/ou editorial. É um conceito genérico e elástico como é também a matéria-prima de suas coberturas, mas isso se deve menos à sua inconsistência do que à natureza da própria cultura.
- 2 Marshall McLuhan é um autor obrigatório nos estudos contemporâneos de Comunicação e suas reflexões tiveram grande impacto nas teorias da área desde o final dos anos 60. A obra sugerida aqui é *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Editora Cultrix, s/d.
- 3 Vale a pena ler, a esse respeito, a matéria publicada pelo suplemento cultural do jornal *Valor Econômico* – *Eu & Fim de Semana* – intitulada *A crítica dos comuns*, assinada por Diego Viana. Trata-se de um precioso inventário sobre o desconforto que esse “descontrole” midiático provoca entre os próprios críticos – os acadêmicos e os jornalistas.
- 4 Veja-se, por exemplo o que acontece com o fenômeno da *Wikipedia*, cuja intenção é ser uma enciclopédia que reúne todo o conhecimento humano já produzido a respeito de tudo. Como, para isso, é preciso contar com a colaboração dos próprios usuários, que *postam* informações não autorizadas, isto é, sem a necessária credibilidade das fontes de consulta, cria-se em torno dessa maravilhosa ideia uma sistemática desconfiança na veracidade das informações que estão disponíveis. Esse processo – que talvez ainda reflita o caráter ainda incipiente da interatividade na rede – parece atingir – ou esbarrar – em todo o texto disponível na internet.
- 5 Sobre os conceitos apontados aqui – estético-expressivo e ético-político – sugiro a leitura do artigo de minha autoria – *Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o Jornalismo Cultural* – publicado na revista *Comunicação & Sociedade*, ano 28, n. 46, São Bernardo do Campo: Metodista, 2o. semestre de 2006. O texto também está disponível no *Fórum sobre Jornalismo Cultural* existente na minha página pessoal: <http://www.jsfaro.net>.
- 6 O exemplo mais concreto dessa amplitude que o Jornalismo Cultural tem no mundo das ideias e da organização dos intelectuais é o papel aglutinador que diversos veículos do gênero tiveram historicamente na imprensa brasileira. É o caso do *Suplemento Literário* do jornal *O Estado de S. Paulo*, ou de revistas como *Clima*, *Diretrizes*, *Anhembi*, manifestações paulistas da crítica cultural que acabaram reunindo em torno de seu projeto gerações de profissionais da imprensa e acadêmicos. Em Minas Gerais, o jornal *Binômio*, apontado como um dos principais representantes da imprensa alternativa na imprensa brasileira dos anos 50 e 60, também desempenhou esse mesmo papel.

SUGESTÕES DE LEITURA, ALÉM DAS INDICADAS NO PRÓPRIO ARTIGO (PELA ORDEM ALFABÉTICA DO SOBRENOME DOS AUTORES):

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2004.

CÂNDIDO, Antonio. Literatura e Sociedade. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973.

COSTA, Cristiane. Pena de aluguel. Escritores jornalistas no Brasil. Companhia das Letras, 2005.

IANNI, Octávio. O intelectual e a indústria da cultura. Revista Comunicações e Artes, ano II, n. 17. São Paulo: ECA/USP, 1986.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. Bauru: Edusc, 2001.

KUCINSKI, Bernardo. Jornalistas e revolucionários. São Paulo: Scritta Editorial, 1991.

LINS, Osman. Guerra sem testemunhas. São Paulo: Ática, 1974.

MOTA, Carlos Guilherme. Ideologia da cultura brasileira. São Paulo: Ática, 1977.

PEREIRA LIMA, Edvaldo. Páginas ampliadas. Barueri (SP): Editora Manole, 2004.

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

RESENDE, Fernando. O jornal e o jornalista: atores sociais no espaço público contemporâneo. Novos olhares, ano II, n. 3. São Paulo: ECA/USP, 1999.

RIVERA, Jorge. El periodismo cultural. Buenos Aires: Paidós, 2003.

SANTIAGO, Silviano. O cosmopolitismo do pobre. Belo Horizonte: Humanitas, 2004.

WERNECK, Humberto. O desatino da rapaziada. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

JOSÉ SALVADOR FARO

é professor dos cursos de jornalismo da Universidade Metodista e da PUC, ambas de São Paulo. Também é docente do programa de pós-graduação em Comunicação da Umesp e consultor do CNPq, da Capes e da Fapesp. É autor do livro *Revista Realidade, 1966–1968. Tempo da Reportagem na Imprensa Brasileira* (Porto Alegre: AGE, 1999). Website: www.jsfaro.net

O SAPO NÃO
PULA POR
BONITEZA,
MAS POR
PRECISÃO.

(DITO POPULAR)

Santa Sheera Zade

PADROEIRA DOS
JORNALISTAS

HUMBERTO WERNECK

Não existe redação de jornal ou revista em que não haja jornalistas que lá chegaram porque, tendo “jeito para escrever”, em algum momento sonharam tornar-se escritores. A maioria aos poucos mudou de rumo e, abandonando as veleidades literárias, concentrou-se na atividade jornalística. Outros passaram a viver uma dupla militância da palavra, tratando de ganhar a vida nas redações sem desativar o sonho de produzir textos mais duráveis.

Em princípio, não existe incompatibilidade entre uma coisa e outra, mas o parentesco entre o jornalismo e a literatura pode induzir a equívocos que resultam desastrosos não só para os dois gêneros como para autores e leitores.

Hoje os escritores nas redações são menos numerosos do que foram no passado. Houve tempo em que a maioria deles tinha dois caminhos para ganhar a vida: o serviço público e o jornalismo. Entre as figuras graúdas, raros – Guimarães Rosa, Rubem Fonseca e uns poucos mais – escaparam de uma coisa ou de outra.

Num de seus raros efeitos benéficos, e ainda que por motivações nada nobres, o golpe militar

de 1964 reduziu o vínculo promíscuo que havia entre o intelectual e o poder. Ao secar essa fonte, a sobrevivência material do escritor, em muitíssimos casos, ficou sendo o jornalismo. Basta olhar a quantidade de ficcionistas que, depois de 1964, se refugiaram nas redações: Ivan Angelo, Ignacio de Loyola Brandão, Caio Fernando Abreu, Bernardo Carvalho, Luiz Ruffato, Carlos Herculano Lopes...

Hoje como no passado, a presença de bons ficcionistas nas redações costuma significar um enriquecimento para a atividade jornalística, na medida em que eles trazem uma bagagem adicional de criatividade e de imaginação, de outras leituras e de outros interesses. Contudo, especialmente para os menos vividos, há sempre o risco de confundir os canais, tentando fazer literatura no jornal – ou jornalismo na literatura.

Fique bem claro: utilizando o mesmo instrumento, a palavra, são canais paralelos, porém muito diferentes, antípodas até, e tomar um pelo outro fatalmente leva ao desastre. Quando se tenta fazer a literatura passar pelo canal do jornalismo, ou vice-versa, cria-se um problema, digamos, hidráulico, semelhante ao de quem tentasse fazer a água passar pelo cano do gás.

Uma ficção excessivamente contaminada pelo jornalismo acaba sendo uma ficção rasteira, exangue, anêmica, de um realismo barato. A literatura brasileira de alguns anos atrás – não por acaso, coincidindo com a censura do regime militar – deu uma guinada feia para o realismo e para a linguagem jornalística. Resultado: poucos anos depois, não sobrou nada dessa onda – felizmente.

Também do outro lado andou havendo exageros. O *Jornal da Tarde*, de São Paulo, foi no começo – a segunda metade dos anos 1960, entrando pelos 70 – uma luminosa vanguarda na imprensa brasileira, com mil novidades no texto e no visual. Ao mesmo tempo, porém, muitas vezes extrapolou no uso de recursos da literatura – quase sempre em prejuízo do jornalismo (e da literatura). O *Jornal da Tarde* dessa época chegou a pôr a informação abaixo da preocupação estilística e, nisso, perpetrou absurdos como dar uma página inteira sobre um jogo de futebol sem informar o resultado...

Pode ser útil esta distinção entre a prosa literária e a jornalística: na literatura, a palavra não é meramente um meio de dizer alguma coisa, mas um fim em si. O modo como se conta uma coisa pode (deve, acham muitos) ser tão ou

mais interessante que essa coisa. Não dá para imaginar *Grande Sertão: Veredas* contado de outra forma, sem que o romance de Guimarães Rosa se transforme numa história de moça travestida de vaqueiro.

Há outra distinção que ajuda a prevenir equívocos. O jornalista escreve porque sabe – leu, pesquisou, foi lá, viu, entrevistou, e só depois disso sentou-se para escrever; ao passo que o escritor, como dizia Fernando Sabino, escreve não porque saiba, mas para ficar sabendo. De fato, para o escritor de ficção, por mais que ele tenha se preparado, armado um esquema, estruturado o texto, escrever é de certa forma encetar um voo cego, é partir sem saber exatamente aonde se vai chegar.

Não dá, então, para confundir os gêneros. Vale a pena ouvir o que diz a respeito alguém que é ficcionista e foi também, por décadas, jornalista, o mineiro Ivan Angelo:

“A diferença básica entre as linguagens jornalística e literária é o para quê, a função, que determina a atitude de quem escreve. A virtude principal do jornalista é a objetividade, a do ficcionista é a subjetividade. O jornalista tem um compromisso com o discurso corrente, claro e coerente; o romancista tem compromisso com a invenção, a transformação e a renovação do discurso. Uma reportagem é limitada pela linguagem que o dono do jornal quer; a linguagem de um romance não tem limites.”

Em meados do século XIX, o jornalismo era forte e assumidamente contaminado pela literatura. A notícia era tratada com mil firulas literárias. A certa altura, os editores se deram conta de que, se o jornal caísse de preço, mais gente iria lê-lo. O custo do aumento da tiragem seria compensado pela entrada de anúncios. Foi nesse momento que a imprensa e a publicidade se descobriram e se casaram – para sempre.

Para ser lido por mais gente, e não apenas pelos letrados, o jornal teve que mudar o seu conteúdo. Passou a publicar mais notícias, sobre assuntos mais variados, e menos opinião e textos literários. Como precisava atrair compradores, começou a incorporar o sensacionalismo, em doses maiores ou menores. Também para chegar a mais gente, o jornal perdeu em profundidade. Como a água que se derrama, a informação se espalhou, ficou mais horizontal, menos vertical – menos profunda.

O conteúdo dos jornais começou a perder, ainda, em subjetividade, e a perseguir a objetividade, num estilo cada vez mais realista – coincidindo, aliás, com a maré do realismo que começava a imperar na literatura naquele momento, final de século XIX. Toda realidade que não fosse fácil e imediatamente verificável passou a não interessar muito à imprensa. Passou a valer mais o fato puro e simples, o *fait divers*, o incêndio, o crime, do que alguma coisa abstrata que envolvesse especulação, que exigisse muito dos miolos do comprador do jornal. Assim, uma série de coisas da vida real, do mundo real, passou a não interessar à imprensa, a existir à margem dela.

O modo de ver, o olhar jornalístico passou por uma simplificação, para alcançar mais gente e para não inquietar essa gente ao ponto de que ela pudesse desistir de comprar o jornal. Caminhou-se para uma

simplificação grosseira na qual os fatos, as coisas e as pessoas necessariamente perderam as nuances, os meios-tons. Passou a imperar o maniqueísmo do bom e do mau, do belo e do feio. Tudo, até mesmo as emoções, tornou-se mais ou menos estereotipado.

A imprensa passou a buscar o que o professor americano Paul Many, do Universidade de Toledo, Ohio, chamou de “consenso da realidade”.

Essa uniformização, esse achatamento da realidade, esse esforço para enfiar a realidade, as coisas e as pessoas dentro de moldes levou também, frequentemente, a uma atitude cínica. Isso é feito em nome da objetividade, mas a verdadeira explicação pode estar em outra parte – seja na preguiça de apurar direito, seja na incapacidade de ver uma realidade que não seja chapada, unidimensional, seja, ainda, na incapacidade do jornalista de transar as próprias emoções. Em larga medida, é esse o panorama que hoje prevalece na imprensa.

Foi como reação a essa tendência, a essa obsessão da objetividade, que na metade dos anos 1960 surgiu o chamado *New Journalism*, que deu fama a profissionais como Joseph Mitchell, John Hersey, Gay Talese, Tom Wolfe, Truman Capote e Norman Mailer – os dois primeiros, na verdade, pioneiros, pois abriram a picada nos anos 1940, com a publicação de *O professor Gaivota e Hiroshima*, respectivamente. No Brasil, o gênero teria como expoentes, entre outros, Antonio Callado (*Esqueleto na Lagoa Verde*), Joel Silveira (*A milésima segunda noite da Avenida Paulista* e *A feijoada que derrubou o governo*) e Zuenir Ventura (*Chico Mendes – Crime e castigo*). Estes quatro livros, aliás, viriam a integrar o precioso selo Jornalismo Literário, criado pela Companhia das Letras com a ambição de reunir o que de melhor haja nesse terreno em todo o mundo. Nele estão também, é claro, os americanos citados acima.

O *New Journalism* procurou devolver ao jornalismo, aperfeiçoando-as, algumas ferramentas da literatura, como o uso de diálogos, a descrição de cenas e ambientes, e, sobretudo, quebrando a assepsia, a secura, a pobreza de um texto raso, de uma visão rasa da realidade. Basta não esquecer que as palavras *saber e sabor*, tendo a mesma raiz, não precisam andar separadas.

É um tipo de jornalismo que valoriza mais a observação do que as palavras. Um exemplo clássico é o célebre perfil *Frank Sinatra está resfriado*, escrito por Talese para a revista *Esquire* no longínquo ano de 1965 mas ainda hoje lido com o frescor de coisa nova, na coletânea *Fama e anonimato*. Talese escreveu essa estupenda peça jornalística sem entrevistar Frank Sinatra, que se recusou a recebê-lo. Anos depois, num artigo sobre o seu *making of* do perfil, avaliou: “Ganhei mais observando-o e ouvindo-o à distância e notando as reações das pessoas que o rodeavam do que se houvesse conseguido sentar-me a seu lado e conversar com ele.”

O nome, *New Journalism*, caiu em desuso. Os críticos da nova corrente diziam que ele não era *new*, uma vez que o jornalismo de um século atrás já usava recursos literários, como também não era *journalism*. Mas a tendência prosperou, sob uma quantidade de rótulos. O já citado Paul Many, que não se perca pelo sobrenome, listou nada menos de 21 nomes usados para designar o jornalismo que, em graus variados, utiliza recursos literários.

A designação mais usada atualmente é *literary journalism*, difícil de traduzir para o português — pois “jornalismo literário”, entre nós, é um jornalismo *sobre* literatura. Também aqui não faltam críticos: há quem diga que *literary journalism* é um oxímoro, figura de linguagem que consiste em juntar coisas que se contradizem, como “silêncio eloquente”. Na verdade, não é. O *literary journalism* é um jornalismo que usa técnicas literárias, só isso. Técnicas que o papa do movimento, Tom Wolfe, enumerou numa entrevista a *Veja*: “A construção de cenas, a inserção de diálogos quando possível, o uso de pontos de vista diferentes e o registro de detalhes que denotam a camada social a que pertencem as pessoas focalizadas pela reportagem: o que vestem, o modo como falam etc.”

O que diz Tom Wolfe pode ser reforçado pela frase famosa do arquiteto teuto-americano Ludwig Mies van der Rohe: “Deus está nos detalhes.”

Compreensivelmente, o *literary journalism* é mais praticado nas revistas do que nos jornais, já que o ritmo do jornal diário não favorece o texto mais caprichado. Faz sentido, mas a pauleira das redações de jornais costuma ser também uma desculpa preguiçosa para não se fazer nada além do ramerrão jornalístico.

Excessos em nome do *literary journalism* costumam ser cometidos. Às vezes o jornalista sai do trilho da realidade, imagina, inventa, ajeita, “melhora”, dá um empurrãozinho — o que certamente não é privilégio do *literary journalism*. Esse tipo de fraude, de falsificação acontece também, e muito, no *journalism* que não é *literary*.

Não é preciso enfeitar, forçar a mão, forçar a barra. A realidade já tem tudo aquilo de que um jornalista precisa. Para usar o verso de João Cabral: não é preciso perfumar a flor. A pauta pode e deve ter imaginação, mas a matéria tem que andar no trilho da realidade. Até porque nada se salva no texto apenas — não dá para fazer uma bacalhoadá só com água e sal.

Não se trata de defender o *literary journalism* como escola a que devamos nos filiar, mas de ver nele possibilidades muito maiores de conseguir essa coisa difícil que é seduzir o leitor.

Sim, seduzir — e não para fazer bonito. Se o sapo pula, diz o ditado, não é por boniteza, mas por precisão, para que a cobra não o devore. Numa banca de jornais há centenas de publicações, com dezenas de matérias cada uma, e se alguém chegou à minha matéria, entre tantas outras disponíveis, o mínimo que devo fazer é me ajoelhar aos pés desse leitor — e tratar de mantê-lo preso até a última linha do texto.

Seria bom que os jornalistas, mesmo os que não têm religião, tomassem Sheerazade para sua padroeira. Ela mesma, a moça que ao longo de mil e uma noites entreteve o sultão Chariar não apenas com suas histórias mas também — ou sobretudo, desconfio — com a maneira sedutora como as contava. O objetivo não era fazer bonito, mas salvar o seu pescoço, ao contrário de tantas infelizes que a precederam aos pés do sultão. Não tenhamos dúvida: se o leitor abandona o que escrevi, significa que fui decapitado. De forma que, se você chegou até aqui, tenho que lhe agradecer — e renovar minha fé nos poderes de Santa Sheerazade...



O selo Jornalismo Literário reúne autores que primam pela excelência no texto e na apuração, a exemplo de Gay Talese, Tom Wolfe, Lillian Ross e Joseph Mitchell.

HUMBERTO WERNECK

Jornalista, mineiro de Belo Horizonte, onde nasceu em 1945. É autor de *O santo sujo: a vida de Jayme Ovalle* (Cosac Naify, 2008), entre outros.



DE VOLTA PARA O FUTURO

DAVE EGGERS QUIS FAZER UM JORNAL DO JEITO QUE QUERIA QUE EXISTISSE. ASSIM NASCEU O SAN FRANCISCO PANORAMA

MARIA RITA REIS

N a Timothy McSweeney’s, uma pequena editora da cidade costeira de São Francisco, nasceu o protótipo do jornal do século XXI. Com uma única edição de 320 páginas repletas de conteúdo original, o San Francisco Panorama foi uma carta aberta a todos que teorizam, avalizam e profetizam o fim da mídia impressa.

Lapidado durante cinco meses com a ajuda de diversos repórteres, designers e fotógrafos, o jornal do futuro se esgotou em poucas horas provando que existe um público ávido para este tipo de publicação. Os apocalípticos dos cabos de fibra ótica ainda não podem bradar pelos blogs da rede o fim do jornal impresso.

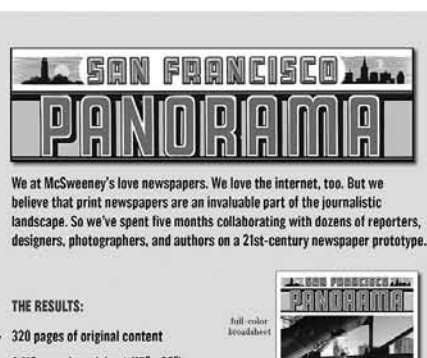
Dave Eggers é o homem à frente da editora e da experiência jornalística que instigou as pessoas a pensarem, de uma nova maneira, sobre uma mídia antiga. Apaixonado por jornais, o escritor e ex-jornalista é descrito como a sensação literária da nova safra, e é comparado a Bono Vox por seus trabalhos sociais, sempre ligados ao ensino da língua.

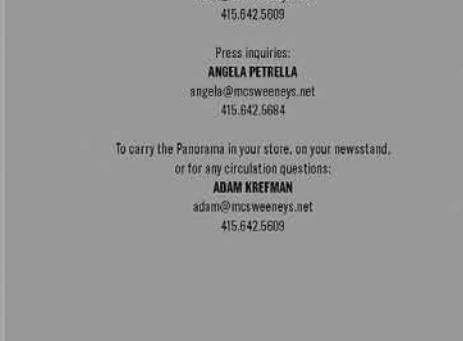
A impressão que se tem ao entrar no site da McSweeney’s é que Eggers nunca passou por um bloqueio criativo; cada publicação da editora parece o sonho de consumo do leitor convicto. Figuram na lista revistas como a *The Believer*, que oferece críticas literárias positivas (dando sempre o benefício da dúvida para obra e escritor quando preciso), a *Wolphin*, revista DVD de raros curtas cinematográficos, entre livros e outras preciosidades.

Na apresentação das publicações feita no site da editora fica evidente a preocupação em não inibir escritores com números limitados de páginas e caracteres, algo que Eggers critica na crise do jornalismo atual. Tamanho para desenvolver e aprofundar é fundamental, e tudo isso envolto em uma diagramação inusitada, divertida e atraente, parece ser a marca registrada da McSweeney’s. Com o San Francisco Panorama não foi diferente.

Para compor este jornal de edição única, sem *copyright* sobre o formato, Eggers e sua equipe pesquisaram jornais do mundo inteiro. Olharam, inclusive, para o que havia sido produzido no passado. O resultado foi um jornal que seus artífices gostariam de receber todos os dias à porta de casa: lindo, informativo, divertido e singular.

O jornal foi dividido em 112 páginas de 38 por 56 centímetros, coloridas de margem a margem com seções de notícias, artes, esportes, quadrinhos e gastronomia, um segmento de 96 folhas dedicado aos livros, uma revista com mais 112 páginas, além de pôsteres destacáveis.





Ad space is available.
Many sections are closing soon. For rates, call:
LAURA HOWARD
laura@mcsweeney.net
415.642.5609



ENTRE DOIS SÉCULOS

APÓS 20 ANOS DE SEU LANÇAMENTO, *O DESATINO DA RAPAZIADA* — LIVRO QUE MOSTRA O DIÁLOGO ENTRE JORNALISMO E LITERATURA EM MINAS — GANHA REEDIÇÃO

JOSÉ CASTELLO

Algumas impressões me assombram durante a releitura de *O desatino da rapaziada*, a magnífica crônica de Humberto Werneck (Companhia das Letras, 1992). Elas me obrigam, por contraste, a pensar, com indisfarçável incômodo, no século solitário em que vivemos. Elas o iluminam melhor, lhe emprestando uma forte — ainda que brutal — nitidez. Reafirmam a ideia de que é impossível contemplar o presente sem considerar a mancha do passado. Reafirmam a ideia de que o presente, mesmo não passando de uma ilusão, é tudo o que temos.

Lição que só um homem com alma de cronista, como Werneck, consegue nos transmitir. Seu livro é uma estranha crônica do passado — já que, mais que reconstruir uma geração perdida, ela realça, por contraste, o vazio de nosso presente. É uma crônica, em consequência, que nos enche de vitalidade — uma aposta certa na parceria apaixonada, no valor da intimidade e da aventura.

Em seu livro, Werneck faz um inventário de uma geração fabulosa de escritores que, no meio século que vai de 1920 a 1970, agitou a vida de Belo Horizonte. Eram tempos em que os escritores andavam em bandos, cresciam juntos e compartilhavam os mesmos sonhos. Sabemos bem o

quanto a maior parte dos poucos grupos literários de hoje se afunda na mágoa, na inveja, no ressentimento. Naquele tempo, não. Os jovens não se uniam para resmungar do passado, mas para curtir a aventura do futuro. E, mais ainda, para festejar, numa grande fuzarca, as delícias do presente.

Vou, por precaução, ao Aurélio, que define fuzarca como “farra, folia, pândega, troça”. Mas também — e aqui começam meus problemas — como “desordem, bagunça, confusão”. Werneck não podia ter escolhido palavra melhor para sintetizar o paradoxal espírito de grupo que moveu os jovens escritores mineiros da primeira metade do século 20. Há, nele, uma ponta de heroísmo, na medida em que assinala um estado contraditório em que bem e mal não se distinguem com nitidez, e de certo modo se completam.

O exemplo mais emblemático desses farristas é, como define Werneck, copiando uma máxima de Otto, o “quarteto de um íntimo apocalipse”, formado por Fernando Sabino, Hélio Pellegrino, Paulo Mendes Campos e o próprio Otto Lara Resende. Infernal quarteto, que soube misturar não só jornalismo e literatura, mas literatura e existência; e isso com um despudor e uma ferocidade que hoje, talvez, se assemelhassem ao fanatismo. Foram jovens fanáticos pelo desejo de viver intensamente. E ainda mais: de fazer da escrita um pedaço da vida.



Fixo-me neste célebre quarteto porque nele se encontra não sei se o coração, mas os nervos do livro de Werneck. O século 21, com todos os seus avanços e libertações, já não estimula uma relação tão íntima entre quatro homens. Quatro jovens perdidos em um tempo em que a literatura e o jornalismo guardavam uma proximidade feroz. Tempos em que os jovens cultivavam os grandes mestres, como foi para os quatro o jornalista e crítico João Etienne Filho.

Etienne era só poucos anos mais velho que os quatro. Um homem que dedicou 34 anos de sua vida de jornalista a *O Diário*, publicação que sobreviveu até a década de 1970. Mas o lugar de transmissão era mais íntimo: o quarto do João Etienne em uma pensão da rua Timbiras, em Belo Horizonte. Otto e Paulo já se conheciam de São João del-Rey, onde o primeiro estudava no Instituto Padre Machado e o outro no Colégio Santo Antônio, e dividiram a paixão pelo basquete. Sabino era o único dos quatro que já tinha um livro publicado, mas isso não o aumentava, nem o diminuía.

Foram quatro irmãos, que bebiam com fervor não só fartas doses de White Horse, mas as lições de Etienne. Werneck rememora, nesse ponto, uma tocante lembrança de Sabino a respeito do mestre: “Ele me ensinou a ler com os cotovelos na mesa, quer dizer, ler até o fim, estudando,

destrinchando, e não por mera distração, numa poltrona”. A leitura e a literatura eram uma questão de vida ou morte. Eram, ainda, um veículo de desnudamento da vaidade e da hipocrisia. Os amigos gostavam de uma expressão, “pegar no banho”, que Sabino explicou assim: “Você pega o outro numa circunstância em que ele não pudesse tirar o corpo fora, tinha que ler e opinar”. A literatura deixa de ser uma diversão, e se torna uma atitude. Há que ter coragem para escrever.

Os quatro arrastaram até o fim de suas vidas essa visão masculina e áspera da escrita. Primeiro morreu Hélio, em 1988, de um súbito ataque cardíaco. Paulo, derrubado pelo álcool, faleceu em 91. No ano seguinte, Otto. Último sobrevivente de um quarteto que marcou a literatura brasileira — e cuja história, ainda que atravessada pela fantasia, se guarda no romance *O encontro marcado*, de Sabino —, ele faleceu em 2004. Quase um século depois dessas aventuras de juventude, a imagem dos quatro cavaleiros se persiste. E se agiganta.

Em um tempo de escritores solitários, escondidos nas telas de seus computadores. Em um tempo em que a parceria entre homens é feita mais de brutalidade e do deboche do que de um afeto profundo — ainda que zombeteiro. Em um tempo em que a literatura se tornou produto de aeroporto, que logo vai para a lata do lixo. Em um século vazio, como



Reprodução

Belo Horizonte, anos 40:
Fernando Sabino e Hélio Pellegrino
na Avenida Afonso Pena.

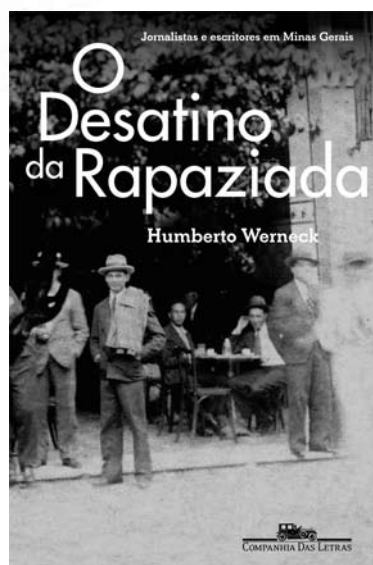
JOSÉ CASTELLO

Jornalista, biógrafo, crítico literário, cronista e romancista, nasceu no Rio de Janeiro em 1951. Autor, entre outros, de *A literatura na poltrona* (2007).

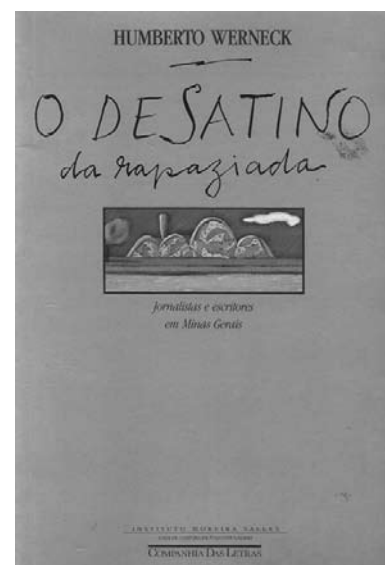
o 21, é estimulante relembrar as figuras desses quatro rapazes. Carregando o apocalipse dentro de si, como definiu Otto, eles transportavam também a paixão pela vida. Embora não perdessem a chance de uma boa piada, e fossem quase sempre um quarteto de três — em que o quarto, ausente, era vítima do escárnio e do doce deboche —, os quatro escritores se tornaram os protagonistas de um século em que Minas fervia.

Gente importante como Manuel Bandeira, Mário de Andrade, Gilberto Freyre e Sérgio Buarque de Holanda colaborou com os jornais por onde eles passaram. Através deles, formou-se um certo espírito mineiro — entre a fuzarca e a melancolia — que, para quem tem a sorte de conhecê-lo de perto, como eu, caracteriza também o espírito inquieto de Humberto Werneck.

Nas páginas dedicadas às fotografias, aparece um impressionante flagrante de Fernando Sabino e Hélio Pellegrino, caminhando juntos, de terno e gravata, pela avenida Afonso Pena dos anos 1940. O tempo — ou a precariedade da máquina — tratou de rasgar no peito de Sabino, bem na altura do coração, um borrão de luz. Ele, de uma forma mais discreta, se duplica no peito de Hélio. Sempre me impressionei com essa foto, porque ela ilustra o grande rombo — de inquietação, de dúvida, mas também de fogo e fervor — que os quatro cavaleiros carregavam no peito. Não é por acaso que sua imagem se perpetua e, ainda hoje, nos serve de inspiração. Nas mãos de um cronista sensível como Werneck, ela se transforma em uma espécie de vaticínio. Ou retomamos as lições que os quatro nos legaram, ou afundamos na apatia. Quanto à literatura, se falharmos nisso, ela será só um item a mais nas listas de supermercado.



Capas das edições
de 2012 e 1992.



Reprodução

NOVAS FORMAS DE AGENDAMENTO

TUDO PODE ENTRAR NA TUA ESPÉCIE
DE JORNAL, MESMO UMA CANÇÃO BEM
FEITA; NADA DESDENHES.

VOLTAIRE, 10 DE MAIO DE 1737

O QUE PAUTA O JORNALISMO CULTURAL CONTEMPORÂNEO?

GEANE ALZAMORA

O conselho de Voltaire aos jornalistas de seu tempo parece-me muito pertinente para introduzir a discussão que proponho sobre o jornalismo cultural contemporâneo. A rigor, todos os acontecimentos, sejam eles, por exemplo, políticos ou econômicos, são também culturais. Mas a moldura jornalística reconhece como *cultural* apenas aqueles acontecimentos que refletem as diretrizes temáticas das editoriais de cultura. A noção de editoria circunscreve, portanto, uma abordagem arbitrária e convencional dos acontecimentos, a qual delinea simbolicamente certa concepção social de cultura. Assim, aquilo que o jornalismo cultural elege como pauta permeia, em grande medida, a concepção de cultura dominante na sociedade, pois o jornalismo reflete ao mesmo tempo em que delinea visões sociais de cultura.

A visão mercantilista da cultura, relacionada à agenda de artes e espetáculos, e a visão antropológica da cultura, relacionada ao reconhecimento daquilo que difere do comportamento social padronizado, configuram tradicionalmente o escopo editorial do jornalismo cultural. As duas visões sublinham pautas preferencialmente articuladas às atividades estéticas, intelectuais, sociais e de entretenimento, observadas no âmbito da arte, do lazer e do comportamento.

O problema dessa perspectiva editorial, que remonta ao século 19, está relacionado tanto ao estreitamento da concepção de cultura que ela supõe quanto à opacidade midiática de outras manifestações culturais.

A abordagem da agenda, por exemplo, permeia vigorosamente iniciativas midiáticas alternativas no campo da cultura, como se observa na proliferação de sites relacionados às agendas culturais locais. São exemplos o site *Agenda Cultural*, da Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, o blog *Agenda Cult*, sobre programação cultural em São Paulo, *Agenda Cultural*, do governo da Bahia, o site colaborativo *Agenda Recife*, *Agenda Cultural*, da Prefeitura de Belo Horizonte, e *Agenda BH*, aberto a parcerias. O site colaborativo *Overmundo*, um dos mais conhecidos do país nessa perspectiva, deu origem a um instituto e mais recentemente se desdobrou em uma rede de sites colaborativos que compartilham dos mesmos princípios, a Overmídia. O escopo editorial de *Overmundo* e de suas ramificações reflete, porém, a perspectiva dominante nas editoriais de cultura, destacando as agendas culturais em cada região do país.

Esses poucos exemplos nacionais, que se inserem em tendência internacional de cobertura de cultura, referendam uma constatação óbvia: ninguém mais precisa comprar o jornal local para saber das estreias do final de semana. Isso não apenas impõe uma revisão dos parâmetros editoriais relativos à cultura nos jornais diários, com vistas ao refinamento do modelo de negócio, como permite que a circulação intermediária de perspectivas culturais diferenciadas incida sobre a representação jornalística da cultura.

Aspectos culturais de acontecimentos cotidianos normalmente subtraídos da lógica editorial alcançam hoje visibilidade midiática por meio de plataformas colaborativas como blogs, wikis e redes sociais.

Secretaria

Agenda Cultural

Sala de Imprensa

Instituições Culturais

Notícias

Incentivo à Cultura

CONDEPHAAT

Agenda Cultural

INSTITUTO OVERMUNDO

IMDb

Find Movies, TV shows, Celebrities and more...

All

Q

Register | Login | Help

Movies

TV

News

Videos

Community

IMDbPro

Apps

Your Watchlist

trópico

IDÉIAS DE NORTE E SUL

ensaio

Um lugar sob o sol do além

Em dez tópicos macabros, conheça o pensamento fundamental do filósofo e crítico Boris Groys

Por Alcir Pécora

três palavras

Reinaldo Moraes

busca

OK

Portal Literal

BR

PETROBRAS

GRUPO CONSPIRAÇÃO

GOVERNO FEDERAL

RDACII

Tornam-se, assim, potencialmente relevantes na concepção coletiva de cultura porque seu alcance social se expande em conexões das mídias digitais, mesmo que não dialoguem rigorosamente com os recortes editoriais mais tradicionais. O sociólogo espanhol Manuel Castells chama de *mass self communication* (auto comunicação de massa) essa nova forma de comunicação, que é produzida, recebida e experienciada individualmente, porém difundida em larga escala por meio de interações sociais em rede. Trata-se de uma forma contemporânea de agendamento intermediário, ou seja, tanto os meios tradicionais de comunicação de massa tematizam cotidianamente a conversa social, como era a regra ao longo do século 20, quanto a conversa social registrada em conexões de mídias digitais pauta os meios tradicionais de comunicação de massa.

O jornalismo cultural do século 21 se equilibra, portanto, entre referências provenientes da cultura de massa e da cultura de compartilhamento. O fundador e diretor do Programa de Estudos de Mídia Comparada do MIT (Massachusetts Institute of Technology), Henry Jenkins, chama de cultura da convergência esse processo cultural contemporâneo, no qual os conteúdos circulam em dinâmicas reticulares que integram lógicas comunicacionais simultaneamente relacionadas à transmissão massiva e ao compartilhamento entre pares. Manuel Castells relaciona a emergência do *mass self communication* à cultura de convergência. Nessa linha de raciocínio, sugerimos que se a cultura

de massa modelou certa concepção editorial de jornalismo cultural, a cultura de convergência deve ser preponderante no delineamento de perspectivas editoriais mais sintonizadas com o cenário contemporâneo da circulação intermediária de informação cultural.

As conferências online TED (Technology, Entertainment and Design), das quais a maior parte encontra-se disponível em vários idiomas, exemplificam o alcance social de iniciativas desse tipo. É o caso do depoimento da escritora nigeriana Chimamanda Adichie sobre o perigo da história única, acessado 2.844.730 vezes até o momento no qual este texto foi escrito. TED é uma organização sem fins lucrativos que, desde meados dos anos 1980, se dedica a divulgar “ideias que merecem ser espalhadas”.

Outro exemplo é o escopo editorial da revista eletrônica Salon.com, que destaca, entre os tópicos de cobertura continuada da publicação, desdobramentos do movimento *Occupy Wall Street* e as eleições norte-americanas em 2012. Fundada em 1995, Salon.com aposta em uma perspectiva de cultura que inclui política, economia e vida, com base em produções de equipe própria, colaborações online e comentários de internautas.

Há ainda agregadores de informações dispersas na rede, como é o caso do IMDb (The Internet Movie Database), especializado em notícias e críticas de cinema. As informações disponibilizadas pelo IMDb

são provenientes tanto de grandes veículos de comunicação quanto de blogs especializados e de usuários. O IMDb é um dos dez sites mais acessados do mundo, conforme dados de Alexa, uma organização de grande prestígio na aferição de tráfego na internet.

Perspectivas diferenciadas de cobertura online de cultura estão em expansão também no Brasil, como é o caso da revista eletrônica *Trópico*, do Portal UOL. Com interesse predominante na cultura digital, a publicação é editada conjuntamente por jornalistas e por pesquisadores, sendo a produção majoritariamente realizada por colaboradores convidados. Já o *Portal Literal*, do Portal Terra, especializado em literatura, abriga sites de autores brasileiros sob curadoria da pesquisadora Heloísa Buarque de Holanda. Há ainda iniciativas bem-sucedidas sem vínculos com grandes portais de comunicação, como é o caso do blog coletivo *Trezentos*, uma comunidade em expansão continuada que reúne posts e comentários de autoridades e anônimos interessados em cultura digital.

Embora tais publicações dialoguem com recortes editoriais consolidados pelo jornalismo cultural, é nítido que o fazem em perspectivas próprias, muitas vezes investindo em composições produtivas híbridas, nas quais o jornalista é apenas um dos mediadores possíveis. O percurso histórico do jornalismo cultural demonstra que especialistas e jornalistas sempre compartilharam o mesmo espaço editorial, o que legitima tais propostas como um caminho provável para o jornalismo cultural contemporâneo.

A ideia predominante nessas iniciativas parece ser a de constituir espaços de referência na rede sobre temas específicos, em abordagens variadas. De certo modo, o jornalismo cultural aposta nisso como uma de suas facetas desde o surgimento das revistas especializadas, no século 18. A novidade estaria na variedade de formatos (portais, blogs, sites institucionais, agregadores, etc.), no acesso gratuito e nas possibilidades de agenciamento social em torno de assuntos de interesse comum. As publicações online na área de cultura despontam, desse modo, como espécies de comunidades de interesse, nas quais jornalistas, especialistas e

internautas dividem, cada vez mais, as funções de informar, interpretar, opinar, editar, difundir. Nesse cenário dinâmico e heterogêneo da circulação intermediária de informações culturais, o conselho de Voltaire nunca foi tão atual: “nada desdenhes”.

O que pauta o jornalismo cultural contemporâneo, subtítulo deste ensaio, é uma indagação de natureza ambígua. Tanto pergunta por aquilo que o jornalismo cultural pauta quanto por aquilo que pauta o jornalismo cultural. Parece-me que a resposta aponta para ambiguidade semelhante, uma vez que tanto os preceitos editoriais que regem a atividade demandam revisão, quanto a própria concepção de jornalismo como prática comunicacional modelada pela cultura de massa. Não se trata, obviamente, de refutar o percurso histórico do jornalismo, nem sua deontologia. Trata-se, isso sim, de buscar aprimorar o exercício jornalístico considerando o modo pelo qual a informação cultural circula hoje nos interstícios da rede.

Nesse sentido, gostaria de finalizar meu argumento evocando as palavras do filósofo Charles Sanders Peirce, proferidas no final do século 19, sobre o fato de as palavras crescerem com o tempo. A esse respeito Peirce argumentava: “quanto mais não significa hoje a palavra eletricidade do que significava ao tempo de Franklin? Quanto mais não significa hoje o termo planeta do que ao tempo de Hiparco?”. Parafraseando Peirce, poderíamos perguntar: quanto mais não significa hoje a palavra jornalismo do que significava no apogeu da comunicação de massa? Se os significados das palavras crescem com o tempo, talvez seja útil observar como as informações culturais circulam hoje, sob quais escopos editoriais e conforme quais processos produtivos, para nos arriscarmos a tecer considerações acerca do significado de jornalismo cultural na contemporaneidade e, mais especificamente, acerca do que ele pauta – ou deveria pautar. Para isso, suponho, deve-se necessariamente observar o que pauta o fluxo intermediário de informações culturais, considerando, nesse exercício analítico, toda a ambiguidade que for possível aferir da questão.

ENDEREÇOS ELETRÔNICOS

Agenda Cultural, da Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo

<http://www.cultura.sp.gov.br/portal/site/SEC/menuitem.9fde74c457dc7ee36c4139c3ca60c1a0/?vgnextoid=37fc4d3759aca110VgnVCM100000ac061c0aRCRD>

Blog Agenda Cult, sobre programação cultural em São Paulo

<http://agendacult.wordpress.com/>

Agenda Cultural, do governo da Bahia

<http://www.agendacultural.ba.gov.br/>

Agenda Recife

<http://www.agendarecife.com/>

Agenda Cultural, da Prefeitura de Belo Horizonte, e

Agenda BH

www.agendabh.com.br

Overmídia

www.institutoovermundo.org.br/projetos/overmidia

TED (Technology, Entertainment and Design)

www.ted.com/talks/lang/pt/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story.html

Salon.com

<http://www.salon.com>

MDb (The Internet Movie Database)

www.imdb.com

Alexa

www.alexa.com

Trópico

p.php.uol.com.br/tropico/html/index.shl

Portal Literal

portalliteral.terra.com.br

Trezentos

www.trezentos.blog.br

GEANE ALZAMORA

é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social/UFGM e pesquisadora do Centro de Convergência de Novas Mídias (CNPq/UFGM). Possui Doutorado e Mestrado em Comunicação e Semiótica (PUC/SP). Co-organizou 7 Propostas para o jornalismo Cultural (2009), Kulturdialoge Brasilien-Deutschland: Design, Film, Literatur, Medien (2008), e Cultura em Fluxo – novas mediações em rede (2004)

CRIA

A REVISTA SELECT APOSTA NA MOBILIDADE

TNVI

PARA TRANSITAR ENTRE DIVERSOS TEMAS

DANDIE

CULTURAIS, TRABALHADOS A PARTIR DE

GERA

UM CONCEITO DE "CULTURA EXPANDIDA"

CRIA

PAULA ALZUGARAY, GISELLE BEIGUELMAN

TNVI

E JULIANA MONACHESI

DANDIE

SeLecT é uma publicação de jornalismo cultural que aposta na convergência entre as artes visuais, a tecnologia, o design e o comportamento, ativando um olhar abrangente sobre a contemporaneidade. A palavra *select* ganha centralidade com a digitalização da cultura. As capacidades de discernir, enfocar e selecionar tornam-se algumas das necessidades mais prementes neste tempo de transbordamento de informações.

Imbuída do revigoramento dessa palavra, a revista *seLecT* se oferece como mais uma ferramenta de navegação na cultura contemporânea. Buscamos enfocar uma área selecionada, um tema que pode ser urgente, candente, mas também estar negligenciado, escondido no mar de fenômenos arquivados nas redes de comunicação.

Queremos levar ao leitor ideias que ele não estava esperando, criar discussões sobre temas que estão na rua, na web, na tevê, na mídia, mas que haviam passado despercebidos. Produzida em diferentes formatos (impresso, tablet e internet), *seLecT* é um projeto pensado para um novo perfil de leitores, que transitam criativa e livremente por todos esses universos.

Essa proposta tem sido colocada em prática desde a edição número zero, lançada em maio de 2011, em evento na SP-Arte, acompanhado de mostra de vídeo, especialmente concebida para a ocasião. A mistura entre a publicação de uma revista de cultura concentrada na discussão sobre "Naturezas Fabricadas – O Fim do Virtual" e uma curadoria de videoarte que apresenta obras de artistas em sintonia com o tema de estreia demonstra, desde o seu surgimento, a mobilidade do projeto de *seLecT*.

Mobilidade para transitar entre os assuntos da cultura de que a revista trata: artes visuais, arquitetura, design, moda, cultura digital, comportamento e vida contemporânea. Temas que são trabalhados a partir de um conceito de "cultura expandida". Isso porque a revista *seLecT* não vê os territórios culturais como campos segmentados, mas observa o caráter transversal que lhes são inerentes, e promove o intercâmbio entre eles. Afinal, num mundo em que o fluxo de informação é vasto e descentralizado, uma revista deve ser um lugar de conexão e articulação.

Mobilidade também para criar diferentes estratégias de circulação da informação e da reflexão sobre os fenômenos da cultura contemporânea nos diferentes suportes em que esta mesma cultura se manifesta: revista impressa, versão digital da publicação para *iPad* e *Android*, website, redes sociais (*Twitter*, *Facebook*, *Google+*, *Flickr* e *Vimeo*), exposições de arte, simpósios, aplicativos para dispositivos



móveis, programas de televisão, festas. Mobilidade para se reinventar constantemente.

Para cada uma das diferentes plataformas de manifestação cultural mencionadas, a *seLecT* desenvolve um conceito de comunicação e visualização de conteúdo. Isto porque a revista entende que cada dispositivo possui uma linguagem particular e propicia uma experiência específica de “leitura”. O site www.select.art.br e os perfis da *seLecT* no *Twitter* (@revistaselect) e no *Facebook* (Revista Select) exemplificam essa ideia: o site veicula conteúdo exclusivo e pensado para o formato mais ágil da internet, com farto uso de galerias de foto, de vídeo e de matérias curtas que elencam outros conteúdos interessantes na rede. Os perfis nas redes sociais difundem matérias da revista e do site, mas também interligam outros conteúdos relevantes, além de veicular micronotícias.

seLecT impressa, de periodicidade bimestral, elege a cada edição um tema central e busca, na variedade de seus artigos, abordar as implicações e reverberações deste tema em todos os campos da cultura contemporânea. As temáticas que foram tratadas desde o primeiro número são: “Abaixo a Originalidade” (*seLecT*01), “Habla-se Portunhol” (*seLecT*02), “O Futuro do Papel” (*seLecT*03), “Gugu-Dadá” (*seLecT*04) e “Código Água” (*seLecT*05). “Abaixo a Originalidade” abordou a mudança de paradigma no campo da criação cultural, que migrou do conceito de “original” e “autoral”, marca das artes no século 20, para o de “apropriação”, “cópia” e “remix” – práticas criativas que surgem no século passado, mas ganham força e especificidade com o advento das mídias digitais. *seLecT*01 trouxe entrevistas exclusivas com o professor e escritor Kenneth Goldsmith e com o artista Nelson Leirner que exemplificam duas posturas críticas da revista.

A primeira é identificar e sistematizar com jornalismo cultural de profundidade questões que estão na ordem do dia da cultura contemporânea, mas não são abordadas pelos meios de comunicação convencionais por seu caráter volátil ou por não estarem necessariamente atreladas à agenda cultural. Neste caso, a ideia de “escrita não-criativa” ou “arte não-criativa” abordada na entrevista com Goldsmith que, nos meses seguintes à publicação da revista, ganharam destaque em jornais diários e na blogosfera.

A segunda diz respeito ao fenômeno inverso: em relação a assuntos reiteradamente abordados pelos veículos de comunicação, por terem uma leitura estabelecida e estarem constantemente em pauta na agenda cultural, como é o caso da obra de Nelson Leirner, a atitude da *seLecT* é recriar o foco de análise, lançar sobre o objeto de massificação crítica ou “mesmificação” por parte do jornalismo cultural vigente um olhar inusitado. Neste caso, a proposta consistiu em pessoalizar a obra de Leirner, dando ao personagem um tratamento jornalístico de celebridade.

PAULA ALZUGARAY,
GISELLE BEIGUELMAN E
JULIANA MONACHESI

respectivamente, diretora de redação, editora-chefe e repórter da revista *seLecT*.

UM RADAR NA BERLINDA

JORNALISMO DE AUTO-AJUDA, DITADURA DA FELICIDADE
E CURADORIA COMPARTILHADA

ISRAEL DO VALE

Novos tempos exigem novas práticas. E as questões que emergem a cada momento não podem ser enfrentadas com respostas pré-moldadas. Se o jornalismo pode ser tomado como termômetro das demandas da sociedade, ele é também indutor ou inibidor de dinâmicas que reproduzem valores e ampliam (ou restringem) a visão de mundo, com implicações nas estruturas de pensamento e nos padrões de comportamento.

O jornalismo cultural foi duramente impactado pelos meios digitais, sobretudo na última década. E a resistência à contaminação pela nova lógica, alinhada aos interesses comerciais, agrava, no âmbito dos grandes conglomerados da mídia, um processo de perda de prestígio e do poder de influência que já não era pequeno.

A nova ordem digital implodiu o modelo unidirecional, broadcasting (de um para muitos, de dentro para fora, de cima para baixo), que mediou a circulação da informação ao longo do século 20. E a ideia do jornalista (não só o de cultura) como um radar do que há de mais relevante (ou, na visão farsesca, um iluminado envolto em ares de superioridade) se esvazia na mesma proporção da circulação dos veículos impressos tradicionais – de tecnologia analógica e, não-raro, mentalidade a carvão.

Se o jornalismo cultural praticado nas últimas décadas renovou-se com lastro em experiências de linguagem, qual nos mostram o jornalismo literário e o jornalismo gonzo, seu sucessor entrega-se progressivamente ao achatamento da inquietação e do potencial crítico e o aproxima da publicidade, como refém dos fluxos de audiência.

O jornalismo publicitário prioriza o já conhecido. Caronista pela própria natureza, escora-se, não raro, na popularidade de artistas-sem-obra e celebridades instantâneas, a reboque de seus 15 mil retuites de fama.

Apartado da “vida real”, só enxerga o fato quando a multidão já o carrega nos ombros. Desavergonhado, esmera-se em constatar (quicá, decifrar) tardiamente, fenômenos de mercado que não viu nascer ou engatinhar, do alto da nave espacial que o conduz pelo universo, observado da estratosfera.

É um modelo amplamente vigente na chamada grande mídia. Que cresce na medida em que os jornalões (outrora símbolos da defesa da consciência crítica) expandem seu raio de ação para o terreno digital, reempacotando conteúdos em portais de internet, geralmente associados a emissoras de rádio e televisão – onde o mundo pulsa em sintonia com as conveniências do departamento comercial.

Para sobreviver como área autônoma, o jornalismo cultural carece reinventar-se. Pressionado, de um lado, pelos cadernos de ideias (que lhes subtraíram o caráter reflexivo e sufocaram a crítica) e, de outro, pelos guias de fim-de-semana (capazes de cumprir com maior eficiência o papel de catálogo de produtos e serviços), o jornalismo praticado nos cadernos ditos de cultura (ou variedades) vive hoje um não-lugar, como sintoma da crise de identidade que assola os veículos de comunicação.

Num ambiente em que todo cidadão é, potencialmente, um emissor de informação, e em que as mídias sociais filtram temas e influenciam e mobilizam pessoas com incomparável agilidade (na web, via smartphones ou tablets), o que poderia qualificar e distinguir o jornalismo cultural (mas não só) praticado nos veículos tradicionais?

Na contramão dessa hipótese, o jornalismo de auto-ajuda consagrado pelas revistas semanais parece ter encontrado sua turma. Na falta de rumo ou um caminho mais sólido, os veículos diários nadam a favor da maré e lançam aí a sua tábua de salvação.

Não deixa de ser sábio, como estratégia de sobrevivência no mercado.

Sobretudo num contexto de expansão da classe média como o que se vive no Brasil. Haverá sempre, afinal, um certo perfil de leitor passivo (geralmente o mediano, da classe média amedrontada), que prioriza a bula ao quebra-cabeças e prefere pagar para pensarem por ele.

Nesse cenário, a lógica do momento é falar o que as pessoas querem ouvir, e não o que seria importante dizer. Entre a inclinação artística (e jornalística) mais questionadora e o talento para entreter (de preferência, sem fazer pensar), viceja o segundo.

A capacidade de embalar conteúdos culturais em linha reta, da maneira mais simples e direta possível, é sem dúvida um talento específico no meio artístico – goste-se ou não do resultado.

Entre a angústia e o risco do caminho autoral ou o jogo de conveniências do que “funciona”, o estranhamento da originalidade ou a martelação de fórmulas, o mercado sempre optará pelo que for mais digerível em menos tempo.

É esta a escolha que vem sendo feita, progressivamente, pelo jornalismo cultural: uma imagem pálida do mercado. A prioridade, hoje, é falar do que “todo mundo” conhece e/ou gosta – como se isso fosse, de fato, possível. O que reflete uma bolsa de valores facilmente perceptível no ambiente musical, mediada por uma espécie de ditadura da felicidade, no temário, no discurso, na embalagem e no resultado, medido em números.

Se o jornalista da área de cultura abre mão progressivamente do status de filtro privilegiado do que seja relevante (no papel cotidiano de eger, organizar e hierarquizar temas exigido pela prática profissional) e atua como mero avalista do já consagrado, a audiência, em contraponto, insinua-se com uma persona bastante interessante, individual e coletivamente, mesmo que sem intencionalidade.

A integração de recursos, ferramentas e aplicativos digitais e a articulação entre nichos de afinidades oferecida pelas redes sociais dá forma, sistematicamente, a um novo território da circulação da informação. Uma estrutura expansível, modular e celular, com intersecções múltiplas, capaz de provocar aproximações e desdobrar continuamente cada tema.

Blogs, sites e revistas in(ter)dependentes dedicados a recortes de interesse ganham legitimidade e visibilidade, como pára-raios da informação qualificada em um horizonte de nuvens carregadas. Refletem e retroalimentam um fluxo contínuo e dinâmico de conteúdos “organizados” em espiral.

Na era da transmídia, a circulação de letrinhas, sons e imagens em ambiente multiplataforma oferece a lufada possível de esperança na renovação do jornalismo, inclusive o cultural. Um jornalismo não-jornalístico, majoritariamente sem técnica, mas tão crítico e independente quanto aquele que um dia foi tido como o “quarto poder” – supostamente desatrelado de interesses, como só as nossas ilusões mais profundas seriam capazes de admitir.

O jornalismo cultural das duas últimas décadas habilitou-se como campo de provas para a reforma agrária, no Brasil: um latifúndio improdutivo de ideias áridas, acovardado e óbvio, que recolheu-se à sua

crescente irrelevância, em vez de semear novos possíveis. Tornou-se refém da tecnocracia reinante nas redações, de carreiristas e autômatos capazes de recitar manuais de escrita ou inventar “modinhas” semanais, em favor de muito pouco além dos próprios egos.

E não foi por falta de oportunidade de virar a mesa. As expectativas embutidas na implantação da TV digital, como possibilidade de oxigenação da linguagem audiovisual e da criação de uma relação bidirecional entre o espectador e as múltiplas fontes de conteúdos, não se cumpriram.

Sucumbiram aos interesses comerciais mais imediatos – para além do fato de que, nunca será demais repetir, os canais de rádio e televisão são bens da nação e, na qualidade de concessões públicas, deveriam (e devem, por força constitucional!) implicar em contrapartidas sociais. Teriam margem, portanto, a abrir-se à experimentação – onde sequer os veículos públicos, sem fins lucrativos nem recursos (técnicos e humanos) suficientes, conseguem avançar. E para debruçarem-se sobre a diversidade cultural do país, em lugar do afunilamento e das redundâncias do mercado, empenhado em extrair a última gota da meia-dúzia de eleitos do filão da vez.

Na ausência de propostas ambiciosas, inovadoras e contundentes nascidas no bojo das corporações, os projetos editoriais autônomos multiplicam-se, aqui e acolá, e ganham relevo na internet, como ímãs de (inquiet)ações esparsas. Configuram-se, pouco a pouco, como termômetros de um tempo transitório.

Inteligência coletiva e jornalismo cidadão são ativos de suma importância na era do chamado capitalismo cognitivo. E se o verbo da vez é compartilhar, o sujeito digital terá mais predicados na rede quanto mais generoso e assertivo puder ser.

Se tiver chance de renovação, o jornalismo cultural da Geração Arroba será digital. E nascerá do ímpeto colaborativo de cada agente, nos infinitos nós da rede. Dessa curadoria coletiva, flutuante, feita da relação pessoal de cada um com o tema e de especialistas diletantes, virá o novo. Sem endereço para correspondências. Como uma via de mão dupla que tira de foco o público-alvo e traz à tona o público-ativo.

Para sepultar de vez a boa intenção e a falsa cordialidade do “fale conosco” na relação com o “consumidor de informação”. E entronizar o “faça conosco”, em favor de um “co-produtor de informação”.

É hora, enfim, de migrar do corporativismo para o cooperativismo. E sem escalas, por favor.

ISRAEL DO VALE

jornalista, é diretor de conteúdo e novos negócios do portal *Conexão Vivo*. Entre suas diversas atividades, formatou e orientou a primeira edição do programa Rumos Jornalismo Cultural, do Itaú Cultural. Foi gerente-executivo de conteúdo da TV Brasil e diretor de programação e produção da Rede Minas.

A INDÚSTRIA CULTURAL NUNCA SERÁ INTELIGENTE

ENTREVISTA COM
SILVIANO SANTIAGO

POR JOÃO POMBO BARILE

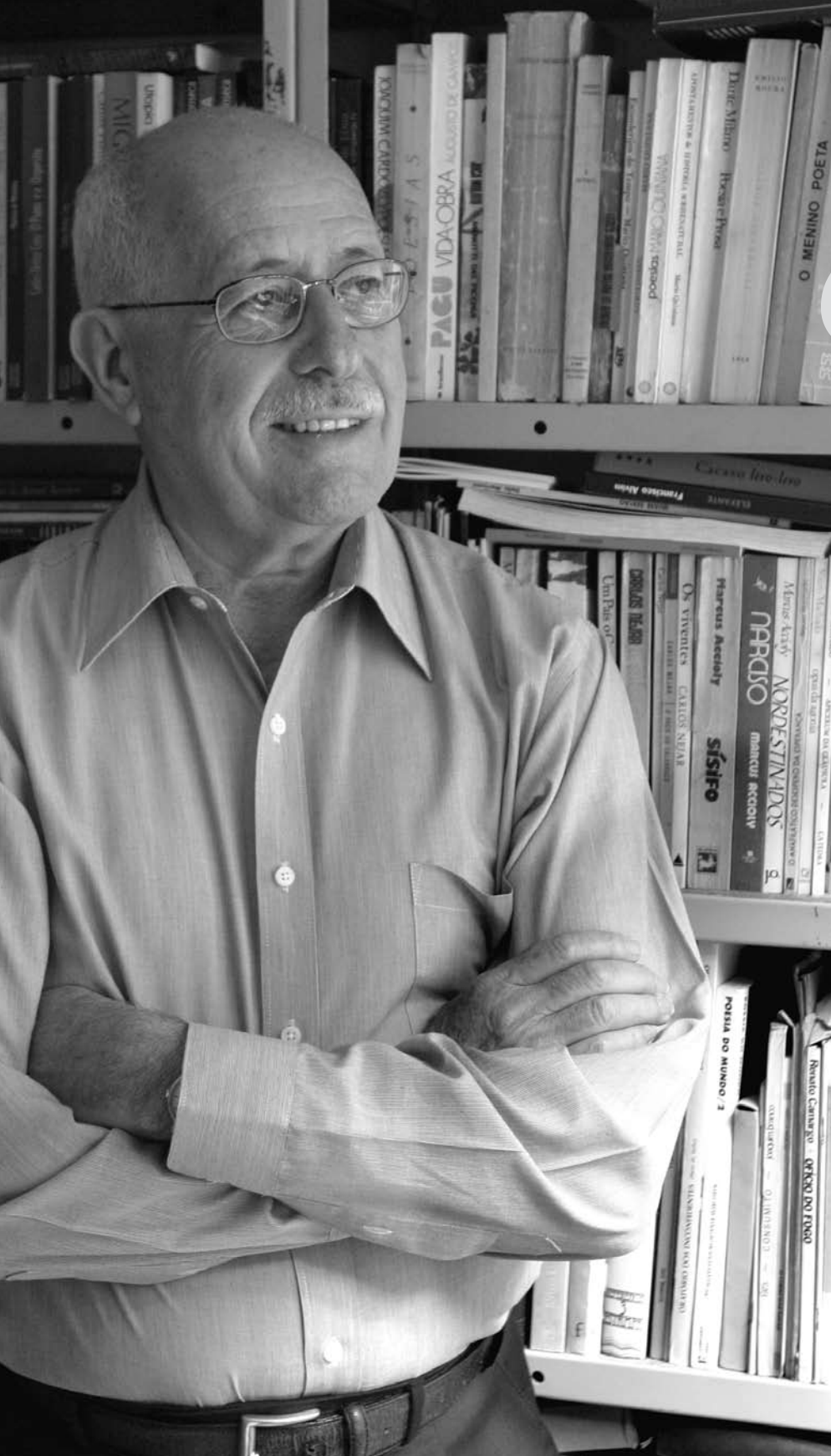
Nascido em 1936, o mineiro Silviano Santiago é um dos mais refinados intelectuais brasileiros. Autor de diversos livros nos mais variados gêneros – poesia, romance, conto –, é na forma do ensaio que ele se tornou uma importante referência na vida cultural e acadêmica do país, ganhando ressonância até mesmo no exterior. Recebeu em 2010, pelo conjunto da obra, o Prêmio Governo de Minas Gerais de Literatura. Sua capacidade crítica, presente em livros como *Nas malhas da letra* (1989) e *O Cosmopolitismo do Pobre: Crítica Literária e Crítica Cultural* (2004), também pode ser conferida nesta entrevista.

Quais as causas da desimportância atual dos rodapés literários no Brasil? A ideia da cultura como entretenimento tem ganhado mais e mais adeptos nas redações de jornal? O que resulta do embate do escritor com o computador? Qual a relação entre narrador pós-moderno e jornalista celebridade? Qual a importância de Jacques Derrida? A cada pergunta, Silviano responde com uma reflexão iluminada e iluminadora, mostrando ao leitor faces por vezes ocultas dessas questões.

João Pombo Barile: Quando é que os rodapés literários pararam de ter importância no Brasil? É possível precisar uma data? E por que isto aconteceu?

Silviano Santiago: Tudo indica que podemos datar a perda de prestígio do rodapé. A partir da década de 1950, uma geração de críticos poderosos, formada pelas ideias modernistas, e os textos produzidos por eles e publicados em suplemento literário ou em revista, perdem gradativamente a importância nacional. Álvaro Lins serve de exemplo. *Seu Jornal de crítica* tem a primeira série de rodapés publicada em livro pela José Olympio no ano de 1941 e a sexta no ano de 1951. Saltam-se dez anos. A última e sétima coleção de rodapés escritos por ele e reunidos também em livro, volume ainda intitulado *Jornal de crítica*, sai então pelas Edições O Cruzeiro, no ano de 1963. O primeiro conjunto de textos, 1941, é dedicado a Paulo Bettencourt e ao jornal que ele dirige, *Correio da Manhã*. Lins agradece ao diretor e ao jornal por o volume de crônicas ter-se formado, “com a categoria de sua crítica literária oficial, numa colaboração de todas as semanas”. Havia, portanto, relação estreita entre coluna e jornal, entre coluna e linha editorial, entre colaboração e





Reprodução

"SE O JORNALISTA É MAIS IMPORTANTE QUE A NOTÍCIA, HÁ ALGO DE PODRE NO REINO DAS COMUNICAÇÕES"

e franceses na USP, aponta, de um lado, para a ausência na produção jornalística de fundamento propiciado por conhecimento técnico (teórico?) da arte literária e, do outro lado, para a limitação no ato de julgamento pelos que rechaçam o jornal e são geradores de valores teóricos no processo de análise da arte. A atitude de Candido pode ser reforçada pelos escritos raivosos dos anos 1960 de Afrânio Coutinho, logo depois de um período de estudos nos Estados Unidos, em que se entregou à leitura do *new criticism*. Os escritos de Afrânio, contundentes pelo tom de desprezo pelos jornalistas culturais, foram reunidos no volume *No hospital das letras* (1963), onde é espezinhada a figura de Álvaro Lins e o gênero de trabalho crítico a que se dedica. Não passava de um mero crítico impressionista.

No bate-boca entre os colunistas de jornal, formados pelo saber modernista sobre as artes, e seus dois (então jovens) leitores, formados pela pós-graduação universitária, está o conflito que marca a passagem de uma postura impressionista à outra, dita técnica. Uma se sobrepõe à outra no correr da década de 1960 e a leva de vencida na década de 1970. O centro da apreciação crítica é deslocado do papel-jornal semanário para o ensaio ou a tese universitária, de circulação restrita e bem modesta. As famosas *panelinhas* literárias perdem o espaço buliçoso e alvissareiro dos bares e restaurantes do centro da cidade para ganhar a austeridade e a linguagem especializada do campus. Talvez haja ganho em qualidade crítica na tarefa; talvez o grande público perca o acesso às ideias abstratas expostas pelos rodapés. O crítico amador, cuja formação tinha sido feita no contato com os tratados sobre filosofia e estética e com os livros dos grandes autores de literatura, perde o prestígio e é substituído pelo especialista em literatura, que aprecia o romance e a poesia nos detalhes (*close reading*), a partir de rigorosos pressupostos metodológicos, tomados a uma das correntes críticas colocadas à disposição do estudioso nos bancos acadêmicos. O colunista "oficial" (a palavra é de Lins na dedicatória do livro ao *Correio da Manhã* e seu diretor) do suplemento literário é substituído pelo professor titular no Departamento de Letras, emérito autor de história da literatura brasileira e responsável pelos cursos de pós-graduação, onde os alunos, por sua vez, produzem trabalhos de estágio e teses de mestrado e de doutorado.

Da perspectiva da implantação do Modernismo no Brasil, outra maneira de ver o tema do rodapé seria o da análise do movimento por gêneros literários. Década de 20: dominância da poesia. Década de 30: dominância da prosa. Década de 40: dominância da crítica. O final do rodapé coincidiria com o final da forte e definitiva influência das ideias modernistas na formação do jovem escritor.

Nesse tipo de discussão, há uma terceira via que é sempre esquecida. Desde os anos 1920, na época da vanguarda modernista, os próprios artistas buscavam espaço no jornal e se faziam de críticos literários e de arautos da própria obra. É o caso de Mário de Andrade e de Manuel Bandeira,

periodicidade. O sistema do rodapé era prestigioso, influente e orgânico. A relação está óbvia no próprio título das coleções de rodapés: *jornal de crítica*.

Outro exemplo, Brito Broca. Em prefácio a reunião de rodapés (ou de crônicas) de Brito Broca, datada de 1981, Antonio Candido esclarece: "Talvez os escritos de Brito Broca não satisfaçam aos que limitam a crítica à análise sistemática e altamente técnica dos textos". Em leitura dos diários críticos de Sérgio Milliet, o mesmo Candido recomenda a vasta obra porque ela "pode ajudar muito a restaurar o que se poderia chamar o ato crítico, meio sufocado pelo aparato teórico contemporâneo. O ato crítico é a disposição de empenhar a personalidade, por meio da inteligência e da sensibilidade, através da interpretação das obras, vistas sobretudo como mensagem de homem a homem".

Não é, pois, difícil detectar a causa para a perda de prestígio do rodapé. A apreciação de Candido, formado por professores brasileiros

principalmente. Nos anos 1950, época em que o crítico de rodapé perde influência nacional e o crítico universitário não a alcança, é a nova vanguarda, hoje tida como “experimental”, que passa a ocupar os jornais e os suplementos. O caso mais notável é o do suplemento do *Jornal do Brasil* (SJDB, lançado em junho de 1956), tomado de assalto pelos neoconcretos, liderados por Mário Faustino. Os irmãos Campos e Décio Pignatari atuam de maneira semelhante em São Paulo (suplemento de *O Estado de S. Paulo*) e nos suplementos cariocas, tendo recebido destaque na famosa *Revista do Livro*, do INL, no momento em que Alexandre Eulálio era redator-chefe. Em Minas Gerais, há que citar o caso do pessoal da revista *Tendência* (Affonso Ávila, poeta, e Rui Mourão, romancista) e da revista *Complemento*. Lembre-se, ainda, que uma nova geração de escritores surgirá neste suplemento literário.

Três detalhes a serem explorados.

A. Há uma importante fusão das artes a partir da época do experimentalismo. Cinema, artes plásticas, teatro e balé cortejam a literatura. O livro *Alguns*, de Júlio Bressane, é revelador nessa matéria. Diz ele lá que as palavras do poema “Cidadezinha qualquer”, de Carlos Drummond, pintam um quadro de Tarsila: “Casas entre bananeiras / mulheres entre laranjeiras / pomar amor cantar”. Ao filmar *Vertigo*, Alfred Hitchcock escreve um poema de Mallarmé. Já Mário Reis, o Braguinha, desenha Betty Boop, criada por Max Fleischer, ao compor a marchinha “Moreninha da praia”. O filme *Vidas Secas*, de Nelson Pereira dos Santos, escreve o romance de igual nome assinado por Graciliano Ramos.

B. Há também um jornalismo cultural que pode ser lido de maneira enviesada e que, por isso, beira o gosto pela anedota. Refiro-me à correspondência trocada entre grandes escritores. De maneira retrospectiva, ali se pode ler a história subterrânea e amistosa dos vários caminhos por que passa, por exemplo, o modernismo no processo de afirmação. De certa forma, ler as cartas trocadas por Mário com seus amigos equivale à leitura atual do jornal de crítica, de Álvaro Lins, ou do diário crítico, de Sérgio Milliet.

C. No novo milênio, o jornalismo cultural é feito por profissionais formados nas Escolas de Comunicação (e não mais nas Faculdades de Letras). Está para ser analisado o estilo que os comunicólogos devem imprimir aos textos e à crítica. Já é certo que a ideia de cultura como entretenimento ganha mais e mais adeptos nas redações de jornal.

A indústria cultural brasileira, pelo menos aparentemente, foi mais inteligente do que a atual (fiquemos apenas em dois nomes: Chico Buarque e Caetano Veloso). Passados 27 anos do fim da ditadura, como você vê a produção cultural do país? É possível comparar os dois períodos? [Aqui penso, sobretudo, no seu texto “Democratização no Brasil: 1979-1981 (Cultura versus Artes)” e, se possível, gostaria que você fizesse uma pequena reavaliação do texto. O que ainda vale? O que não?]

A indústria cultural brasileira, ou a estrangeira, nunca foi e nunca será inteligente. Ela pode ser favorecida pelos fados da radicalidade dos governos, contrários à inteligência e à cultura, e ganhar, por interposto agente – por exemplo, regimes totalitários ou regimes ditatoriais –, importância e respeito, perdendo o caráter óbvio de mero entretenimento. É claro que, depois desse empurrão inicial e no caso de os artistas conseguirem se renovar, a indústria cultural, modificada nos seus alicerces, lhes proporcionará anos de bonança e de riqueza. O artista que lá põe o pé e consegue permanecer firme, de lá nunca se arredará. Tentará encontrar palavras e argumentos que justifiquem a sua permanência.

Esse é um paradoxo difícil de ser esboçado em poucas linhas. Ele surge no Brasil e na América Latina nos anos 1960 e nos anos seguintes. Valho-me dos nomes que você cita. Chico Buarque resumiu a ambivalência na canção “Apesar de você”. Apesar dos militares no poder, a MPB funciona às mil maravilhas e tem uma plateia privilegiada e imensa. A canção anuncia a felicidade geral do povo brasileiro no dia de amanhã: “Apesar de você / Amanhã há de ser outro dia / Eu pergunto a você onde vai se esconder / Da enorme euforia? / Como vai proibir / Quando o galo insistir em cantar”.

Caetano, por sua vez, resumiu-a no hit “Soy loco por ti América”: “El nombre del hombre muerto / Ya no se puede decirlo quien sabe / Antes que o dia arrebente... / El nombre del hombre es pueblo”.

Dadas as circunstâncias da ditadura militar no país, o artista alimenta e é alimentado por vasto público. A ele se dirige em termos menos artísticos e mais conteudísticos. Trata-se da estética do “bom conselho”, como a apelidei em *Uma literatura nos trópicos*. Quando se avulta a insatisfação popular, o artista vai canalizá-la e emprestar-lhe sentido em mensagem de tom otimista, que acaba por ser apreciada por um número maior do que o dos *happy few* que amam a arte. Simplificadamente enuncio o paradoxo: quando o Estado nacional passa por crise aguda e insustentável, olhos e ouvidos do povo abrem-se para a mensagem artística, seja ela pessimista (crítica) seja ela otimista (utópica). A obra torna o artista figura carismática. É ele que, enquanto intelectual (e não como artista, capaz de refletir sobre as insuficiências e os limites do próprio trabalho artístico), sustenta o próprio nome e a obra. Aliás, a mensagem do intelectual (muitas vezes engajado) nega a reflexão do artista sobre o trabalho de arte. Ela minimiza a este para ser mais direta e convincente, mais sedutora. No caso dos anos de chumbo no Brasil, as chamadas artes da imagem e da oralidade (cinema, música popular, teatro, etc.) foram as privilegiadas. O analfabetismo, ou o pouco interesse do brasileiro pela letra impressa, sempre passa a perna na expressão propriamente literária. Passa a perna no livro.

No novo milênio e no contexto do saber e da cultura, a discussão sobre o fim da ditadura torna-se menos importante que a avaliação da importância crescente da fibra ótica. Os anos de chumbo já se tornaram objeto institucional, haja vista a importância de se criar uma comissão da verdade. No novo milênio, os vários avanços tecnológicos propiciados pelo uso inteligente da fibra ótica tomam de assalto o lugar privilegiado ocupado por Gutenberg para lançar o livro impresso. A forma de estocagem do saber objetivo e da produção de arte muda, assim como mudam os meios científicos e

artísticos de sua transmissão. Fiquemos com a cultura. Ela nasce hoje para ser rotulada ou como reflexões minimalistas sobre o umbigo, independente do meio que a veicula (veja o caso da poesia), ou já se apresenta *a priori* como mercadoria no mercado industrial (o caso do entretenimento puro e simples). Por industrial entenda-se – com a ajuda de Walter Benjamin – a exigência de um grande público que sustente financeiramente a obra e abra para o artista a possibilidade de novas criações. Os *happy few* não pagam o custo de uma mercadoria cultural.

Passo por cima do óbvio em indústria cultural (o cinema, a televisão, o vídeo, o CD etc.) e entro no campo literário. O embate do escritor hoje é com o computador, seja para torná-lo meio de comunicação entre pares (as várias linguagens do umbigo, expressas nas redes sociais), seja para domá-lo – com o respaldo do editor de livros – como lugar popular e barato de recepção do seu texto (os vários sistemas de leitura do e-book). Mesmo o texto jornalístico de caráter artístico sai simultaneamente no papel e na Internet, veja o caso do jornalismo cultural. A folha de papel impressa não dispensa a sua reprodução na telinha. O embate do escritor de literatura pode ser também com o cinema, a televisão e o vídeo (ele será autor de scripts), ou com o CD (será autor de canções). Neste caso, sua produção textual perde o caráter de expressão artística de uma subjetividade (voltamos ao tema do umbigo) para se adequar ao esforço de uma coletividade de artistas (ou seja, ele tem de buscar uma trama que seja compatível com o desejo da maioria da equipe a ser montada e devidamente remunerada). A indústria cultural exige o entrosamento. Bem que os franceses tentaram criar o cinema de autor.

A passagem do umbigo para a mercadoria pode ser atestada pela crescente importância da figura do agente literário no diálogo da obra (indiretamente do autor) com as editoras. O autor não recebe mais o tapinha nas costas do editor, que lhe era dispensado quando entrava na José Olympio. Tampouco o editor lhe sussurra: passe no caixa para receber um vale com o adiantamento dos direitos. As relações

se estabelecem por contrato assinado pelas partes.

O legítimo criador literário pode dispensar tudo, menos a folha de papel, mas isso se dá e continua a se dar por decisão individual e íntima. Há artistas que apostam, não no dia seguinte ao da ditadura (Chico Buarque e Caetano, citados por você), não no último meio artístico em pauta (os poetas experimentais e seus suportes técnicos), mas no dia seguinte ao da realização de toda uma obra. Costumo chamá-los hoje de escritores póstumos, e o melhor exemplo de vitória póstuma na atualidade brasileira é Clarice Lispector, como no dia de ontem foi Machado de Assis e, de certa forma, Oswald de Andrade. Ela confiou sem desconfiança nos textos que escreveu, confiou na arte literária em que acreditava. Foi profissional, sendo amadora. Em vida, teve um público minguado e morreu à míngua. Apenas dois dos seus inúmeros títulos ganharam edição que não fosse a primeira. Trata-se de uma aposta e, como tal, pode levar o jogador ao buraco do silêncio eterno ou ao céu do sucesso póstumo. A obra literária se assemelha ao cavalo no jogo de xadrez, que se move pelas diagonais. No tabuleiro da arte, a graça do seu movimento nada tem a ver com a linearidade do peão. Além do mais, se estiver na casa preta pode mover-se para a branca, e vice-versa.

Gostaria que você comentasse, a partir do seu conceito de narrador pós-moderno que está presente em “Nas malhas da letra”, o estranho fenômeno que acabou acontecendo nos últimos anos no jornalismo: o jornalista celebridade. A lista seria infundável (e só da Globo preencheria várias laudas). Mas voltando a fraca fria: a partir deste tipo de jornalista e pensando no seu texto do narrador pós-moderno. Hoje o jornalista é, muitas vezes, apresentado como mais importante que a notícia. Concorde?

Política e indústria cultural têm uma exigência prioritária. Têm menos a ver com o produto pelo qual são responsáveis e mais a ver com o nome próprio que o assina. O *próprio* do produto e o *próprio* do nome são raramente discutidos e debatidos. Nome próprio é nome próprio, e vende. Políticos e atores (no sentido

amplo das categorias) são figuras carismáticas. A etimologia latina da palavra *carisma* diz tudo. São pessoas que recebem um dom da natureza, que são favorecidos pela graça divina, e se contentam em dar asas ao dom e à graça recebidos. Não se questiona quem são eles e o que fazem, a não ser pelo viés da maledicência, que, aliás, infesta a imprensa marrom. Os paparazzi fotografam os nomes próprios.

Se não me engano foi Edgar Morin quem, na segunda metade do século 20, pôs primeiro o dedo numa nova categoria de seres humanos que estava sendo criada pelos meios de comunicação de massa – a estrela (*Les stars*, 1957). Seu livro foi traduzido ao português com o título de *As estrelas: mito e sedução no cinema*. (Glosando sua constatação sobre o jornalista, sabemos de há muito que a estrela é mais importante que o filme.) Tomado ainda pela linguagem psicanalítica, Morin percebia na base do mito um processo de projeção/identificação do espectador/leitor, que se expressava pelo desejo não satisfeito, reprimido (as calcinhas que as moçoilas ainda recentemente jogavam no palco em que Wando se apresentava é uma espécie de link libidinoso. Por cima da diferença entre palco e plateia, entre ator e espectador, no meio da multidão, estabelece-se um diálogo íntimo e intransferível do sujeito com o objeto do desejo). Em romance, *De cócoras*, tentei cena semelhante, valendo-me de Rita Hayworth no filme *Gilda*.

No entanto, por ser grande conhecedor do cinema, haja vista o clássico *Le cinéma, ou l'homme imaginaire*, Morin saiu pela porta da psicanálise e entrou pela janela da teoria sobre as artes do espetáculo. O processo de projeção/identificação do espectador com a estrela é usado pela indústria cultural – ele constatou – que passa a transformá-la em mercadoria cada vez mais rentável. A estrela vende tudo o que leva o nome que lhe é o próprio, seja o produto propriamente artístico, seja ainda o produto industrial *tout court* (refrigerante, perfume, automóvel etc.). Tudo é mercadoria, tudo é consumo no universo da estrela. Haja Rodrigo Santoro e Ivete Sangalo! De vez em quando, surge uma voz indignada, que apenas acentua o peso da lei geral. Caetano não quis

que o nome Tropicália fosse dado a um edifício em construção.

No entanto, há que se fazer um esclarecimento. Se a criação da estrela pela indústria cultural é passível de discussão e de crítica, não há dúvida de que os novos meios tecnológicos de comunicação são responsáveis por novas formas de linguagem, por novos tipos de narrativa que afetam a tradicional “retórica da ficção”, para retomar a expressão de Wayne Booth. A linguagem cinematográfica veio para se espriar para as outras linguagens artísticas.

O pós-moderno, no texto a que você se refere, publicado em *Nas malhas da letra*, era definido pelo fato de que o jornalista, enquanto narrador, tinha sido desprezado por Walter Benjamin como superficial, mas estava sendo valorizado por alguns escritores na época em que a linguagem geral (*a língua franca*, por assim dizer) do drama era tomada de empréstimo a ele e ao meio. Quem atua (no real) é sempre observado por um espectador que, por sua vez, passa a atuar como narrador (no campo da arte).

Minha hipótese de trabalho era ampla: o autor pós-moderno narra a ação enquanto espetáculo a que assiste (literalmente ou não) da plateia, da arquibancada ou de uma poltrona na sala de estar ou na biblioteca; ele não narra enquanto atuante, embora acabe por o ser. Tentava, então, deslocar o fulcro da narrativa da figura da estrela (o ator, o atuante) para a figura do espectador (o leitor, caso ele fosse crítico do ator e da ação por ele praticada – no caso de Wando, interessava-me mais quem jogava a calcinha do que o artista que levava o espectador a jogá-la). Anunciava o fim da narrativa narcisista, feita pela estrela na primeira pessoa do singular, apanágio da grande literatura europeia, e mal sabia que estava dando trela a outro tipo de narcisismo, o do espectador/leitor enquanto narrador. Devo ter caído nas malhas do meu ídolo Jorge Luis Borges. Ou nas malhas da minha prosa libertária intitulada *Em liberdade*. A prisão vivenciada pelo meu personagem, Graciliano Ramos, era expressa através da forma-prisão, o pastiche, de que se valia o narrador para relatar a experiência real

do outro. A estética recobria a ação para dar nascimento a uma escrita ética.

Em termos mais gerais, a linguagem – seja ela a artística, ou não – é uma ferramenta. Uma ferramenta semelhante ao fogo, que nos foi doado por Prometeu. A técnica é que encaminha, de uma maneira ou de outra, o funcionamento das mãos em contato com as possibilidades do fogo e da linguagem.

Caso o leitor (no caso o espectador da cena a ser a narrada, ou seja, o narrador não-atuante, a moça que joga a calcinha para Wando, o jornalista) deixe de ser crítico (de ser ético) na própria narrativa, o problema é menos dele do que da própria crítica atuante no nosso momento histórico. Se o jornalista é mais importante que a notícia, para te glosar, há algo de podre no reino das comunicações e algo de mais podre na crítica dos espetáculos.

O aumento do número de vagas no ensino superior, com critérios populistas e não técnicos, tem causado grave problema para muitas universidades espalhadas pelo país. À boca pequena (nos bastidores) já se fala até na possibilidade do curso de Letras “caminhar” de mãos dadas com o jornalismo (espécie assim de “fusão camuflada”). O que pensa disto? E do futuro dos nossos cursos de Letras?

O aumento de vagas em qualquer dos níveis de ensino é sempre algo de positivo. Portanto, não há que se queixar do avião como meio de transporte se ele, por decisão do governo norte-americano, despejou bombas atômicas no Japão. Há sempre que se questionar o modo como as coisas são feitas, principalmente as que na verdade deveriam ser *bem* feitas. A importância das medidas tomadas por Jules Ferry, ministro da educação na França ao final do século 19, atestam até hoje a favor da escola pública, leiga e republicana para todos os cidadãos, indiscriminadamente.

Nos países do Novo Mundo, em virtude de o processo de colonização ter sido feito de fora para dentro, em virtude de o processo ter sido de responsabilidade de europeus e ter comportado o extermínio da raça indígena e a escravidão africana, há injustiças históricas em relação aos descendentes dessas duas etnias.

Não há dúvida de que, no tocante à educação e a outras obrigações públicas, há no Brasil grupos de cidadãos privilegiados e grupos de cidadãos não privilegiados. Como estabelecer a justiça? Como trabalhar com vistas à igualdade? Como neutralizar os preconceitos inerentes ao status quo? Essas e muitas outras questões deveriam ter sido feitas pelos homens públicos que – corretamente – procuram um sistema de compensação para beneficiar na área da educação todos os que, no correr dos séculos, foram destituídos dos seus direitos.

Guardadas as diferenças, a decisão desses homens públicos é semelhante à decisão tomada pelo presidente Truman no fatídico dia 3 de agosto. O fim da guerra com as forças do Eixo e a educação pública para todos e em todos os níveis são uma necessidade. Se essa necessidade leva o governante a mandar jogar uma bomba atômica (metafórica ou não) no já pobre e desmantelado ensino público brasileiro, é um gasto horroroso de energia, uma tragédia calamitosa e uma perda irreparável de tempo. Já vê que o que seja “técnico” e o que seja “populista” nessas matérias em que o problema fundamental é o da justiça ou da ética, e não o da mera política, é discussão por demais delicada para poucas linhas.

Problema bem distinto é o segundo proposto pela pergunta. Os já tradicionais cursos de Letras se aproximam dos novos e expansíveis cursos de Comunicação – e provavelmente se fundirão. É inegável que o avanço da tecnologia em fibra ótica na área de produção, estocagem e transmissão do saber retira o livro do pedestal onde foi colocado por séculos (a biblioteca) e é, ao mesmo tempo, algo que veio para ficar. Acima disse algumas palavras sobre isso. A questão da aproximação e fusão dos cursos tem duas pontas que deveriam ser analisadas.

Numa ponta, está uma questão propriamente orçamentária e na outra uma questão relativa à melhor e mais completa formação do aluno. Não é interessante que os cursos se dupliquem (ou seja, tenham gastos inutilmente duplicados), oferecendo conteúdos praticamente similares, nem é interessante que o aluno interessado pela questão da linguagem

(artística ou não) no século 21 tenha uma formação limitada por ter optado por Letras (linguagem fonética, livro) ou, caso paralelo, por Comunicação (linguagem dos meios de comunicação de massa, mídia eletrônica).

É inegável que os cursos de Letras terão o futuro que o livro tiver. Qualquer cálculo no dia de hoje é precipitado, como o foi nos anos 1960, após a publicação do livro *A galáxia de Gutenberg*. A partir das ideias desenvolvidas por McLuhan os poetas concretos chegaram a “dar por encerrado o ciclo do verso” (v. *Plano piloto da poesia concreta*). O verso continuou firme e forte na produção dos poetas marginais e até nas (notáveis) traduções feitas pelos próprios irmãos Campos. De novo, estamos diante de matéria delicada para algumas linhas.

Nos cadernos de cultura de hoje cultura é sinônimo de entretenimento. O que pensa disto?

Sinal dos tempos seria boa resposta, comprometida com o atual estágio mercadológico por que passa a cultura nas nações do Primeiro Mundo, que influenciam, por sua vez, todo o planeta. Veja-se uma única figura, Michael Jackson, e perceba-se a quantidade enorme de coisas que giram em torno dele internacionalmente. Da reprodução ao pastiche e à paródia. Vivemos mundialmente num regime único de arte, impossível de ser recuperado ou de ser transformado, a não ser pelo trabalho de jovens que são logo assimilados pelo regime único.

Às vezes me assusto com o fato de que há obras de arte, muitas vezes secundárias, que têm o dom de horóscopo. Prognosticam o futuro com a graça e a desenvoltura de quem entendeu para que veio, para que viemos e para onde vamos. Refiro-me, por exemplo, ao filme musical *Em busca de um sonho* (“Gipsy”), de 1962. (As músicas para a peça em que o filme se baseia foram escritas pelo mago Sondheim, em 1959.) O personagem da filha (Nathalie Wood) em confronto com a mãe (Rosalind Russell), uma estrela decadente e controladora, diz o que se deve dizer (metaforicamente) sobre as figuras que dominam a arte do entretenimento: “Me with no education. Me with no talent. Maman, look at me now. I am a star. Look how I live. Look at my friends...” e assim por

diante. A canção, que se tornou famosa na voz de Nina Hagen ou Chita Rivera, complementa: “Let me entertain you / Let me make you smile / Let me do a few tricks / Some old and some new tricks / I’m very versatile”.

Depois dessa lição de palco, de *strip-tease*, de sorriso, de truques e de versatilidade não há como duvidar que a cultura passe a segundo plano. Entretenimento na cabeça.

Gostaria de uma pequena palavra sua sobre a importância que teve o trabalho que você é o principal responsável de ter tornado a obra de Derrida conhecida no Brasil. Gosta da recepção que ela tem hoje entre nós?

Sem dúvida, Jacques Derrida é um dos grandes filósofos do século 20, e não um mero professor de filosofia. Sua obra escapa, pois, aos parâmetros de uma entrevista. Sua presença, no entanto, pode ser delineada através de uma questão capital, a meu ver, para o bom entendimento da importância da literatura a que chamei de póstuma. Não há dúvida de que, nos dias de hoje e em relação à produção literária classificada como moderna, a filosofia é a melhor articuladora de problemas e propicia melhores leituras que as ciências sociais. Nessa matéria, e há que se tirar o chapéu para o filósofo, ele trabalhou todos os grandes pensadores que o antecederam. Pense em Heidegger leitor de Hölderlin, pense em Benjamin leitor da reprodutibilidade técnica da arte, pense em Nietzsche e os helenos, pense em Bataille, Blanchot e Foucault, eles lá estão bem estudados. E tantos outros. A desconstrução é uma chave que abre todas as portas do saber humano pelo viés da história (da história da filosofia) e pelo viés da atualidade (da leitura a contrapelo). O leitor de Derrida está e estará diante de um arquivo infindável.

Daí a dificuldade em tomar assento na plateia de Derrida e em abrir a boca. Aliás, o próprio ato de proferir palavras oralmente tem pouco valor para ele (quem o conheceu pessoalmente sabe que ele nunca falava “de improviso”; suas aulas, palestras e conferências eram sempre “lidas”). De uma perspectiva populista e/ou demagógica, esse é o primeiro grande obstáculo que o leitor de Derrida tem de enfrentar.

Enfrentar a linguagem como letra morta, ou seja, como letra que para poder existir enquanto tal teve de assassinar o pai (o locutor). O texto é como um filho assassino e bastardo, que caminha pelo mundo, de um lado para o outro, de uma época para a outra, à procura de quem possa lhe dar significado – o leitor.

Platão nos fez acreditar que a verdade seria expressa pelo locutor presente, junto à sua fala. Responsável por ela, ele seria sensível aos comentários do outro, ou seja, seria capaz de corrigir, ou de rasurar a própria fala no próprio momento em que se expressava. No entanto, é a verdade das ideias de Platão que está hoje impressa sob a forma de diálogo. O diálogo é apenas uma forma, uma forma fonocêntrica (defende a expressão oral) e etnocêntrica (defende a tradição ocidental) de saber, e não traduz a complexidade do processo de busca da verdade. Há que desconstruir o fonocentrismo que está na base do pensamento socrático, há que desconstruir o etnocentrismo que é fundamento do pensamento europeu. Desconstruídos, chegamos à conclusão de que a verdade está sendo dada pela leitura de ocidentais e não-ocidentais, pela leitura do diálogo socrático, pela leitura do texto. Um lado do mar Mediterrâneo é europeu, mas o outro é africano.

É o próprio texto platônico, mostrou-nos Derrida em *A farmácia de Platão*, que se articula pelas ambivalências de sentido. Estas são apreendidas numa leitura cuidadosa dos rigorosos e frágeis esquemas linguísticos de que se serve o filósofo – e qualquer *escritor* – para montar o texto que deverá nos levar ao conhecimento da verdade. Estamos sempre diante de diferenças. A diferença organiza o pensar, daí que Derrida desclassifique o tradicional conceito, para nos propor o pensamento a partir de palavras escritas, cujo sentido é indecível (*indécidable*). O leitor, como figura, é um decisor, mas no seu texto de decisor, haverá também indecíveis, que só serão apreendidos por outro e futuro decisor.

Em ritmo de mudança

TENDÊNCIAS DE TRANSFORMAÇÃO NAS ORIENTAÇÕES
DOS MODELOS EDITORIAIS HEGEMÔNICOS DOS CADERNOS
CULTURAIS DIÁRIOS NO BRASIL

SÉRGIO LUIZ GADINI

Qual a relação entre o modelo hegemônico do jornalismo cultural brasileiro com a gradual queda de tiragem dos diários impressos do País? Quais as principais características editoriais do jornalismo cultural dos diários impressos brasileiros? Como tais editorias se estruturam?

Não há um modelo único que marca a produção diária das editorias ou seções de cultura nos principais impressos do Brasil. Mas, com base nos produtos que circulam na grande maioria das cidades do País, pode-se falar em eixos ou orientações gerais que, para além das marcas regionais, estão presentes nas páginas cotidianamente publicadas pelos diários brasileiros. Tais indicações variam e apontam algumas características em comum, independentemente de região ou alcance, marcam o jornalismo cultural produzido pela mídia impressa brasileira.

Um estudo realizado entre 2002 e 2004, a partir de um acompanhamento dos cadernos culturais de 20 diários de 14 estados, retratou as principais características editoriais, em termos de formato, estrutura do produto, temas, seções e abrangência. Sem repetir dados (que estão disponíveis no livro *Interesses Cruzados*, publicado pela Editora Paulus, em 2009), tais orientações são as seguintes.

O tamanho dos cadernos culturais oscila entre 6 e 12 páginas diárias, na maioria dos casos em formato *standard*, conforme modelo ainda

hegemônico no Brasil. Os referidos diários se aproximam, quando o assunto é editoria de cultura, em uma estrutura que agrega (1) material jornalístico (notícia, reportagem, entrevistas diretas, além de eventuais breves notas); (2) crítica cultural (inclui, aqui, espaço de articulista em forma de nota ou texto comentado ou breve ensaio; (3) coluna social; (4) serviço ou roteiro, com sinopses de cartaz de cinema, endereço e programação de cine, teatro, roteiros de museus, centros culturais, bares e outros espaços com atividades artístico-culturais; (5) programação ou guia de TV, com destaque para filmes do dia, seriados em exibição e informações sobre atores de telenovela, geralmente nos canais da televisão aberta; e (6) variedades.

E quem produz o material veiculado nos cadernos culturais dos diários do País? Matérias se dividem entre produção local (exclusiva, pela reportagem) e produção de agências noticiosas que, em geral, são reproduzidas sem muito questionamento, quase simultaneamente, nas páginas culturais de diferentes regiões, mesmo que a pauta não tenha a devida pertinência e proximidade do público-alvo.

Na maioria dos casos, a editoria de cultura está estruturada na forma de caderno (lógica do 'segundo', desde reformas editoriais da década de 1950) e, em termos de abrangência temática, a publicação apresenta cerca de 50% das matérias sobre assuntos locais ou regionais. Isso, claro, do espaço jornalístico ocupado pela média dos cadernos. A lógica noticiosa dialoga e considera demandas regionais de eventos, lançamentos,

inaugurações artísticas e demais ações culturais, seja a partir da respectiva capital político-administrativa ou o Estado em que tais diários circulam predominantemente. Sem dúvidas, os jornais das duas maiores cidades (Rio e SP) circulam com uma média superior de material 'local', oscilando em 80% do material jornalístico publicado.

Em geral, constata-se ainda uma orientação editorial que marca os cadernos culturais, cada vez mais próxima de temas relacionados à produção televisiva, dialoga com demandas de lazer local, convive com a lógica do colunismo social; as variedades (adaptadas do jornalismo de revista nas primeiras metades da década do século XX), tensionam com os roteiros dos espaços tradicionais da área, operam como estratégia de agendamento temático, além de eventuais análises (em forma de crítica ou comentário). E este mesmo (inter)agendamento não está distante do que acontece ou é produzido nos demais meios de comunicação, bem como nos espaços culturais locais, ganhando visibilidade e, ao mesmo tempo, legitimando a existência (social) dos tais cadernos culturais.

MODELO (CULTURAL) EM CRISE?

Mas desde quando essas orientações hegemônicas estão presentes na área? Pode-se afirmar que tais eixos ainda são predominantes ou já é possível apontar aspectos que indicam a emergência de mudanças ou, de forma diferente, se falar em 'crise' dos formatos editoriais hegemônicos? Neste caso, quais seriam as tendências de transformação?

Este é o modelo hegemônico da grande maioria dos jornais que produzem/circulam cadernos culturais diários no Brasil. É um modelo não tão recente, pois foi se instituindo a partir da década de 1950, quando diários (caso *Jornal do Brasil* e *Folha S. Paulo*, por exemplo) passam a circular com editorias culturais mais autônomas. E, como se vê, as principais orientações deste 'modelo' hegemônico foram adaptadas, de variáveis do próprio meio impresso (como as revistas, gerais ou segmentadas), da crescente influência televisiva no cotidiano brasileiro, a manutenção das críticas dos suplementos literários (forte entre os anos 1950 e 1970), bem como buscando-se manter uma marca de produto jornalístico cultural.

O debate em torno da identificação de crises dos modelos hegemônicos em Jornalismo Cultural no Brasil já é corrente há mais de uma década. O jovem Daniel Piza (*in memoriam*) chegou a discutir o assunto em vários textos (como *Jornalismo Cultural*. SP: Editora Contexto, 2003). Mas a tal crise parece envolver variáveis externas às opções editoriais da área.

Pode-se dizer que, basicamente, duas variáveis tensionam as diretrizes editoriais ainda hegemônicas no Jornalismo Cultural (diário) brasileiro. De um lado, as transformações sócio-econômicas que, ao longo dos últimos 10 anos, reconfigurou a tradicional pirâmide social do País. Sem ficar preso aos indicadores econômicos, não se pode ignorar que o aumento relativo do poder aquisitivo de parte da população brasileira recolocou também a mídia impressa ao alcance, ainda que modesto, de um maior número de leitores, mesmo que motivados por sentir-se incluídos

na informação rápida e de efeito informativo restrito em breves notas, bem apresentado pelos chamados jornais voltados às classes D e E.

Dois indicadores ajudam a pensar este cenário. O estudo *Observador Brasil 2012* (oobservadorbrasil.blogspot.com.br) revela um aumento crescente no tamanho da classe C, atingindo mais de 50% da população econômica do País no final de 2011, enquanto as classes D e E registraram uma redução de 50% para 24% da população em apenas seis anos (de 2005 a 2011).

E o que esta variável econômica tem a ver com o mercado cultural e, pois, também com a produção jornalística voltada ao setor? A reconfiguração do poder aquisitivo passa a incluir outros produtos em condição de acesso a um maior número de pessoas. Cinema, música e, em certos aspectos, também mídia impressa. Isso sem falar nos produtos eletrônicos.

É oportuno situar os dados de tiragem e circulação dos diários impressos brasileiros na última década. No ano 2000 os jornais chamados (ou que, ainda, se consideram) tradicionais estavam no topo dos diários com maior circulação no País. O diário de maior tiragem registrava a média de 430 mil exemplares. E entre os 10 maiores 8 estavam no eixo Rio/SP e 7 ou 8 eram voltados às classes A/B. Ao menos era o que se dizia!

No início de 2012, estes números indicam um outro cenário. Cinco dos 10 diários de maior circulação são considerados 'diários' populares, voltados às classes D e E, talvez no máximo para C. E, ao mesmo tempo, cinco entre os 10 de maior circulação, circulam fora das duas grandes metrópoles nacionais. Coincidência ou não, o diário de maior circulação é um destes voltados às classes C, D e E, com cerca de 290 mil exemplares e não é editado no eixo Rio/SP.

Como se vê, em números absolutos, a circulação de diários aumentou muito pouco, se comparado ao crescimento populacional. Enquanto em 2000 a média diária de jornais era de 7,9 milhões, em 2011 este número ficou em 8,6 milhões de exemplares. Todas as informações são de diversas entidades da área ou de indicadores do mercado de impressos no Brasil.

Mas, em números absolutos, comparativamente ao crescimento populacional e considerando o universo aproximado de 195 milhões de habitantes, o Brasil ainda está longe de uma média razoável de consumo per capita de mídia impressa diária!

Seria possível dizer que o mercado democratizou? Não necessariamente, mas é inegável o aumento nas condições de consumo e acesso a bens ou produtos culturais. Ao mesmo tempo em que o número de pessoas que, no início da década 2000, garantia tiragem para alguns jornais (tradicionais), não é mais tão fiel e tampouco parece manter interesse no modelo hegemônico. A redução da tiragem de tais diários, portanto, está associada a outros indicadores de mercado, mas possivelmente envolve outros aspectos, que não apenas a propaganda eficácia de alguns grandes grupos empresariais de mídia.

E, por consequência, o que era (quase) consensualmente orientação editorial no início da década passada, hoje pode-se dizer que sofre

ajustes ou adaptações, em função destas mesmas reconfigurações sócio-econômicas. Simples, embora ainda não seja fácil prever os próximos deslocamentos. Não é, pois, casual que a diagramação televisual dos diários populares possui outras características quando fala em cultura, se comparado aos perfis 'jornalões'.

Considere-se, aqui, a crescente ampliação do que se entende por cultura...cada vez mais próximo do lazer/diversão e, ao mesmo tempo, mais distante dos modernos esforços de reflexões ou consumo para pensar o mundo. A lógica televisiva que marca os jornais também vai, assim, 'contaminando' os outrora grandes diários, na medida em que temas e pautas que abordam produções televisivas (que envolvem diretamente setores da indústria fonográfica, em parte o cinema e diretamente a TV, em especial programas de auditório e tele-casas). Assim, não é casual o fortalecimento de conglomerados midiáticos que também contam com produtos impressos.

Tais diários – populares ou não –, para além do reforço estratégico da cultura televisual, contribuem para a legitimação de cenário cultural que dialoga cada vez mais com estratégias de lazer/entretenimento, reagendando comportamentos e hábitos de consumo. Se isso é bom ou ruim, é outro problema. Fato é que algumas destas transformações estão atingindo diretamente as orientações editoriais hegemônicas do Jornalismo Cultural (diário) brasileiro.

Entretanto, os diversos setores das tais indústrias culturais não parecem registrar tanta crise. Os modelos hegemônicos, sim, registram mudanças...com impactos nas formas de viver (pensar e consumir).

EFEITO EM REDES... COM IMPACTOS CULTURAIS

Por fim, a outra variável que envolve o modelo hegemônico editorial também no Jornalismo Cultural diz respeito à presença, ao rápido crescimento e ao impacto da internet na produção de mídia. Sem qualquer ressentimento de que as redes forçaram redução dos impressos, fato é que a disponibilização de dados e informações, outrora exclusivos aos consumidores de produtos impressos, ganhou espaço nas redes digitais.

E, ao mesmo tempo, o modelo pouco interativo, em boa medida sustentado na linearidade emissora, passou também a encontrar resistência, na mesma proporção em que o crescimento das condições de acesso à internet gerou um aumento de espaços de expressão (cultural e informativa).

O questionamento (mesmo que indireto) e o enfraquecimento do modelo hegemônico do jornalismo cultural brasileiro parecem, assim, dialogar com o simultâneo fortalecimento das redes sociais, que possibilitam reconfigurações ainda experimentais nas formas de relacionamento, organização da vida e dos espaços culturais, bem como nos modos produzir, circular e consumir informação. Neste aspecto, parece mesmo que os principais eixos de orientação editorial na produção jornalística da cultura precisariam, com certa urgência, ser reavaliados, sob pena de pagar um preço ainda maior ao que, até o momento, já se registrou em termos de impacto, influência e presença do jornalismo no cenário cultural brasileiro.



Em *Interesses cruzados*, Gadini investiga os modelos hegemônicos dos cadernos de cultura diários

SÉRGIO LUIZ GADINI

Jornalista, professor da UEPG (Curso de Jornalismo e do Programa de Mestrado em Jornalismo). Autor, entre outros ensaios na área, do livro *Interesses Cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro* (Paulus, 2009)

SUPLEMENTO



Rivane Neuenschwander
Mal-Entendido / Misunderstanding 2000
Casca de ovo, areia, água, vidro / eggshell, sand, water, glass
14 × 7 cm / 5 ½ × 3 in.
Foto por / Photo by Vicente de Mello

Cortesia da artista, Galeria Fortes Vilaça, São Paulo;
Stephen Friedman Gallery, Londres; Tanya Bonakdar Gallery,
Nova York.

Governador do Estado de Minas Gerais
Secretária de Estado de Cultura
Diretor-geral da Imprensa Oficial de Minas Gerais
Superintendente do SLMG
Diretor de Apoio Técnico
Diretor de Articulação e Promoção Literária
Projeto Gráfico e Direção de Arte
Diagramação
Conselho Editorial

Equipe de Apoio

Jornalista Responsável

Antonio Augusto Junho Anastasia
Eliane Parreiras
Eugênio Ferraz
Jaime Prado Gouvêa
Fabrício Marques
João Pombo Barile
Plínio Fernandes – Traço Leal
Carol Luz
Humberto Werneck, Sebastião Nunes, Eneida Maria de Souza, Carlos Wolney
Soares, Fabrício Marques
Elizabeth Neves, Aparecida Barbosa, Ana Maria Leite Pereira, André Luiz
Martins dos Santos e Mariane Macedo Nunes (estagiária)
Fabrício Marques – JP 04663 MG

**Textos assinados são de
responsabilidade dos autores**

Suplemento Literário de Minas Gerais
Av. João Pinheiro, 342 – Anexo
30130-180 – Belo Horizonte, MG
Fone/Fax: 31 3269 1143
suplemento@cultura.mg.gov.br

Acesse o Suplemento online: www.cultura.mg.gov.br

3	Entrevista com Sérgio Augusto: “Precisamos democratizar o elitismo” Fabício Marques
9	Discutindo o gosto: Montesquieu na visão do crítico Teixeira Coelho Duda Fonseca
11	Território em transformação: importância e desafios do Jornalismo Cultural J. S. Faro
15	Arte e engenho de seduzir o leitor: Santa Sheerazade, padroeira dos jornalistas Humberto Werneck
18	De volta para o futuro: <i>San Francisco Panorama</i> , uma criação de Dave Eggers Maria Rita Reis
20	Entre dois séculos: a reedição de <i>O desatino da rapaziada</i> , 20 anos depois José Castello
23	Formas de agendamento: o que pauta o jornalismo cultural contemporâneo? Geane Alzamora
26	Publicação bimestral, <i>seLecT</i> lida com o conceito de “cultura expandida” Paula Alzugaray, Giselle Beiguelman e Juliana Monachesi
28	Jornalismo de auto-ajuda, ditadura da felicidade e curadoria compartilhada Israel do Vale
30	Entrevista com Silviano Santiago: “A indústria cultural nunca será inteligente” João Pombo Barile
36	Modelos editoriais hegemônicos dos cadernos culturais diários no Brasil Sérgio Luiz Gadini

