

Jornalismo cultural: A evolução da Cultura no Diário de Notícias entre os anos 2000 e 2010

Celiana Azevedo

celianaazevedo@hotmail.com
Universidade Nova de Lisboa - FCSH
Centro de Investigação Media e
Jornalismo - CIMJ

Resumo

Como parte do projeto *Cultura na Primeira Página*, financiado pela FCT, esta pesquisa propõe o desenvolvimento de uma profunda análise em um dos principais jornais portugueses: Diário de Notícias. O objetivo é identificar e analisar nas primeiras páginas que contenham algum tema relacionado com Cultura e verificar como esta informação é tratada nas páginas interiores do jornal. Essa pesquisa empírica analisou a primeira década do século XXI: os anos 2000 e 2010. Para isso, coletamos dados dos arquivos do jornal, para que fosse possível quantificar as primeiras páginas, suplementos especializados, para além dos recursos humanos e materiais investidos na cobertura cultural. A abordagem metodológica foi essencial para responder as seguintes questões, nomeadamente: a) qual foi o impacto das mudanças no modelo de jornalismo cultural em Portugal durante os anos 2000 e 2010? b) de que forma o jornalismo cultural evoluiu levando em consideração as mudanças nos media, na economia e no ambiente social português? Concluímos que mesmo considerando as mudanças mediáticas, económicas e sociais, o que podemos concluir é que a cultura, tanto em 2000 como em 2010, teve espaço neste veículo de comunicação e esteve presente na primeira página juntamente com outras temáticas de destaque.

Palavras chave: *Jornalismo; Cultura; Diário de Notícias.*

Introdução

A informação é considerada uma parte importante para a democracia nas sociedades e a notícias veiculadas pelos meios de comunicação são frequentemente vistas como um contributo vital para formação de opinião, deliberação e ação social (Fenton, 2010). Para além disso, o modelo tradicional de negócio ligado à imprensa está a passar por um período de crise que engloba a redução de leitores e o encerramento de jornais em grande parte do mundo.

Este trabalho pretende o desenvolvimento de um estudo em um dos principais jornais generalistas portugueses: Diário de Notícias. O que propomos é a identificação e análise das primeiras páginas que contenham temas relacionados à Cultura e verificar como essas informações são tratadas nas páginas interiores do jornal. Essa pesquisa empírica abordou dois períodos da primeira década do século XXI: os anos 2000 e 2010. Essa escolha está relacionada com a possibilidade de comparar diferentes momentos e verificar como o jornalismo cultural evoluiu nesse intervalo de tempo e, assim, contribuir para entender e contar a história social (Schudson, 1978) do jornalismo cultural português.

Foram coletadas as informações nos arquivos do DN, de maneira a especificar as referências à Cultura na primeira página, como essas notícias foram tratadas no interior do jornal e nos suplementos especializados. A recolha de informação foi feita em todas as edições dos anos 2000 e 2010 durante o período de janeiro a dezembro, resultando em um total de 731 edições.

1. Jornalismo Cultural e a Primeira Página

O jornalismo voltado para a Cultura surgiu com a função social de divulgar para a generalidade da população temáticas que estavam restritas às elites, principalmente aquelas ligadas às artes, filosofia e literatura. Segundo Carmo (2006), a *Gazeta Literária ou Notícias Exactas dos Principais Escritos Modernos*, em 1761, é a primeira referência mediática de carácter cultural em Portugal. No entanto, o jornalismo cultural português ganhou mais destaque nos meios de comunicação depois do fim da ditadura militar em 1974 (Mota, 1986), configurando-se em uma maior liberdade para manifestações culturais até então reprimidas. “Surgiu o chamado jornalismo cultural em ligação estreita com o desenvolvimento da indústria cultural, nestes últimos 12 anos. Encontravam mercado crescente para seus produtos e os *mass media*, arregaçaram as mangas, apropriaram-se dessa nova fatia de espaço público” (Mota, 1986: 89). Desse período, destacam-se os semanários *Se7e* e *Blitz* dedicados à Cultura.

A informação voltada para os temas culturais expandiu-se para os jornais generalistas, que criaram editorias exclusivas de Cultura, uma segmentação que assinala os *media* a partir de 1980. A partir daí, o jornalismo português passa por mudanças relacionadas à

“privatização, comercialização e crescente concentração de propriedade, que fará de 90 uma década já portadora das tendências que hoje se observam” (Carmo, 2006).

A função dos *media* compreende a capacidade de filtrar, divulgar e enfatizar determinados temas e omitir outros e, dessa forma, oferecer perspectivas, modelar imagens e criar contextos políticos e sociais nas mentes de seus destinatários. A famosa citação de Bernard Cohen (1963: 13) exemplifica bem essa ideia quando afirmou que os *media* “may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think *about*”.

Tivemos atenção a essa teoria, pois ajuda-nos a entender a escolha das temáticas que aparecem na primeira página do periódico. O grau de atratividade da primeira página é responsável por atrair ou não o leitor, pois Moreira (2004: 17) afirmou que “para que uma notícia seja consumida, é preciso que tenha um certo apelo, ou seja, de alguma forma, toque ou choque o leitor. Em outras palavras, é preciso que o leitor aceite o contrato de leitura proposto pelo jornal” e as informações contidas na primeira página é uma das estratégias mais importantes utilizadas para “apanhar” o leitor.

2. Jornalismo e as influências de fatores económicos atuais

Ao longo dos últimos anos, o negócio tradicional de jornalismo tem sofrido com perdas financeiras sem precedente que incluem o declínio nas vendas, o fechamento de jornais, despedimento de funcionários e jornalistas e o sector de jornalismo cultural tem sido atingido de maneira direta. Isso tem sido visto como uma desilusão e até mesmo como um problema para aqueles que pensam que os *media* são um efetivo meio de divulgar e contribuir com a Cultura.

Se é verdade que os jornais estão em constante processo de mudança, refletindo a influência das evoluções tecnológicas e culturais, devemos lembrar do contexto económico e social em Portugal encontra-se atualmente. Desde 2008, tem sido confrontado com uma série de desafios relacionados à crise económica e financeira, o que levou em 2011, à intervenção de organizações internacionais. Como parte integrante da sociedade, os jornais são influenciados por esses mesmos fatores económicos, pois a construção da realidade produzida

pelos meios de comunicação e pela organização de suas agendas mediáticas depende de sua postura em relação ao poder político e o modo como lidam com questões económicas e sociais (Aruguete, 2005).

Em 2009, quando o *Grupo Controlinveste*, que detém o Diário de Notícias, anunciou o despedimento coletivo de 122 colaboradores que incluíam 22 jornalistas do DN. A justificativa dada foi “a evolução acentuadamente negativa do mercado dos *media*, em particular na área da imprensa tradicional, e a profunda quebra de receitas do sector” provocada em consequência da “profunda retracção dos mercados de *media*, que se tem vindo a agravar nos últimos meses, particularmente na área da imprensa, no quadro de uma crise global cujos efeitos directos e indirectos já atingem todos os sectores económicos” (Controlinveste, 2009).

Muitos acreditam que o “darwinismo editorial” (Franklin, 2008) explica como os jornais têm demonstrado habilidade em sobreviver a períodos de mudanças e a outros desafios relacionados a modelos de negócios e que os jornais estão a adaptar-se, tanto em conteúdo como em formato, ao desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação, às pressões do mercado e às novas exigências dos leitores.

3. Apresentação dos elementos da pesquisa

Os dados apresentados aqui tentam ilustrar a evolução da agenda mediática cultural no jornal Diário de Notícias representadas na primeira página e, logo a seguir, como essas referências são tratadas no interior do jornal. Para isso, iremos comparar os resultados das pesquisas obtidas em 2000 e 2010.

Com base na pesquisa empírica, podemos afirmar que a Cultura, enquanto tema de primeira página, entre os anos 2000 e 2010, tornou-se menos expressiva no jornal Diário de Notícias, diminuindo o seu aparecimento no número de edições passando de 48% para 35%. Outra característica que podemos apontar é a diminuição no número de páginas em suas edições. Em 2000, o Diário de Notícias continha entre 88 e 120 páginas, enquanto em 2010 o jornal passou a ser composto por 64 páginas. A mesma tendência aconteceu com os suplementos de Cultura: em 2000 existiam o *DN Mais* (16 páginas) e o *DNA* (68 páginas) e em 2010 ambos já não existem e não foram substituídos por nenhum suplemento dedicado

exclusivamente à Cultura.

Assim, o feito de que, no ano 2000, a Cultura estar muitas vezes referida na primeira página, através da remissão para um suplemento cultural, leva-nos a concluir que são um instrumento importante para dar visibilidade aos temas culturais, pois o suplemento acaba por se um produto que precisa de divulgação acabando por assegurar um espaço habitual para destacar a Cultura. Portanto, o fato de não existir suplementos dedicados exclusivamente à Cultura no ano 2010, pode ajudar a explicar a diminuição as referências desse tema nas primeiras páginas do Diário de Notícias.

Com o desaparecimento dos suplementos exclusivamente dedicados à Cultura, notamos que apareceram menos vezes na primeira página, passando de 28% para 5% das referências. Em consequência, as duas outras premissas analisadas, foram mais significativas em 2010 passando de 14% para 21,5% no caso da manchete e a chamada de primeira página de 57% para 73%.

A partir desta pesquisa, podemos afirmar que o Diário de Notícias privilegia alguns temas em detrimento de outros. A Música é o tema com mais destaque no jornal Diário de Notícias, ocupando 25% do número total de peças em 2000 e 29% em 2010. Logo a seguir, estão a Literatura e o Cinema. A partir desses números, podemos verificar que esses três temas são responsáveis pela esmagadora maioria de tudo relacionado à Cultura e que estivesse na primeira página do DN. Outras temáticas como a tourada, a dança e o circo, entre outras, não ocupam mais de 1% das referências destacadas na primeira página, tratando-se, portanto de uma cobertura irregular e pontual representando uma tendência do ano 2000 e que não se modificou em 2010.

A menção à Cultura depende, muitas vezes, da divulgação de produtos culturais, principalmente livros, discos e filmes. Em ambos os anos a divulgação dos acontecimentos na primeira página estão centrados principalmente em lançamentos, estreias, espetáculos e festivais. Esse aspeto dá a ideia de que o mais importante na informação é a referência temporal e espacial do que uma análise crítica do produto ou do evento em questão. Por esse motivo, surge a necessidade da cobertura de uma agenda mediática, pois o jornalismo ligado à Cultura obedece à dinâmica do mercado artístico, buscando muitas vezes sua sustentação nessas mesmas estreias e lançamentos.

Era de se esperar que o despedimento de jornalistas, pudesse ter alguma consequência na autoria das peças mas, na verdade, estiveram quase sempre assinadas – 2000, 94% das vezes e em 2010, 99% das vezes. Também verificamos que em 2010, a grande maioria dos autores eram jornalistas culturais (75%), um aumento significativo em relação ao ano 2000 (55%). O que diminuiu foi o número de colaboradores da seção de cultura que tiveram seus trabalhos divulgados na primeira página, passando de 16 referências em 2000, para 2 em 2010.

Estudar os géneros jornalísticos é uma boa maneira de compreender como a imprensa especializada se organiza. Assim, em 2010, os géneros jornalístico como notícia e reportagem sobressaíram-se em relação aos géneros opinativos como crónica e comentários.

Sabe-se que um dos fatores de sucesso económico para um meio de comunicação é a capacidade de chamar a atenção de seu público e a primeira reação das pessoas possuem um papel importante nesse processo. Alguns estudos (Cervi & Massuchin, 2003) apontam que a mensagem torna-se mais chamativa quando está focada em personagens com quem os leitores se identificam. De acordo com essa teoria e com as observações, podemos apontar que a maior parte das peças jornalísticas sobre cultura, no ano 2000, estão centradas em pessoas (51%), normalmente representada pela figura do “criador”. Essa personalização é representada principalmente pelos escritores (64 referências), músicos (54 referências), cineastas (28 referências) e os atores (23 referências).

Diferentemente da ideia de que muita atenção é dada à dimensão internacional da Cultura, em 2000, 65% de todas as informações contidas na primeira página referiam-se a questões nacionais com um pequeno aumento em 2010 passando para 68%. Assim, ficou bastante claro que a grande maioria dos acontecimentos culturais que estão na primeira página do DN, em 2000 e 2010, tiveram lugar em Portugal.

Conclusão

A realização da investigação nos anos 2000 e 2010 possibilitou a comparação de dois diferentes contextos em Portugal e chegar a conclusões de como o jornalismo cultural no Diário de Notícias evoluiu, tendo como premissas as informações referidas na primeira página. Para refletir sobre esses dois períodos, devemos levar em consideração vários fatores que têm influenciado diretamente no seu funcionamento, que engloba a permanente subordinação às regras do mercado capitalista e à volatilidade da economia portuguesa.

Através deste estudo, podemos afirmar que o modelo de jornalismo cultural apresentado pelo DN sofreu variações importantes. Verificamos que foi atingido com o impacto da crise económica e social em Portugal e também pela atual instabilidade do modelo de negócio tradicional de jornalismo, resultando no despedimento coletivo de jornalistas, na diminuição de páginas e no desaparecimento de cadernos culturais. Consequentemente, ocorreu uma evidente diminuição quantitativa do tratamento da Cultura. Os acontecimentos e os temas culturais ainda estão muito centrados na música, na literatura e no cinema, não sofrendo, portanto, grandes modificações entre 2000 e 2010.

É inquestionável a importância que os temas culturais possuem nos jornais generalistas como o Diário de Notícias. No entanto, verificamos uma oscilação entre o jornalismo cultural de entretenimento, superficial tendo as agências de notícias como única fonte de informação e o jornalismo cultural trabalhado com assuntos e peças bem desenvolvidas. Apesar de tudo isso, e mesmo considerando as mudanças mediáticas, económicas e sociais, o que podemos concluir é que a cultura, tanto em 2000 como em 2010, teve espaço neste veículo de comunicação e esteve presente na primeira página juntamente com outras temáticas de destaque.

Referências bibliográficas:

- Aruguete, N. (2005), "Los medios de comunicación y la formación de la agenda pública". *Verso e Reverso: Revista de Comunicação*, 41, pp. 80-9.
- Carmo, T. (2006), "Evolução portuguesa do jornalismo cultural". http://janusonline.pt/2006/2006_2_2_9.html (acedido a 23 de abril de 2013).
- Cervi, E., & Massuchin, M. (2003), "Agenda da mídia impressa brasileira durante o período eleitoral de 2010: a visibilidade dos temas políticos, sociais e de entretenimento". *Observatorio (OBS*) Journal*, 7, pp. 219-242.
- Cohen, B. (1963), *The press and foreign policy*. Princeton, Princeton University Press.
- Controlinveste. 15 de janeiro de 2009, Controlinveste, de <http://www.controlinveste.pt/storage/ng1078600.pdf> (acedido a 16 de abril de 2013)
- Fenton, N. (2010), *New media, old news: journalism and democracy in the digital age*. London, Sage Publications Ltd.
- Franklin, B. (2008), "The future of newspapers". *Journalism Studies*, pp. 630-641.
- Moreira, J. (2004), *11 de setembro de 2001: Construção de uma catástrofe nas primeiras páginas de jornais impressos*. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- Mota, A. (1986), "Jornalismo Cultural: o avatar e o voto". *Actas do II Encontro Afro-Luso-Brasileiro*. Lisboa, Veja, pp. 89-94.
- Schudson, M. (1978), *Discovering The News: A Social History Of American Newspapers*. New York, Basic Books.