

Estratégias enunciativas e retóricas do jornalismo cultural

Marisa Torres da Silva
CIMJ/FCSH/UNL
marisatorresilva@hotmail.com

O jornalismo cultural constitui-se como uma área em que os deveres do jornalista e do especialista se confundem (Tubau, 1982; Harries & Wahl-Jorgensen, 2007), caracterizando-se como um espaço de confluência entre repórteres, intelectuais ou mesmo criadores, tornando-se por isso distinto de outras formas convencionais de produção jornalística. Também aqui existe uma maior liberdade em relação à linguagem utilizada, permitindo-se a utilização de recursos mais criativos, estéticos ou coloquiais, dada a ligação afectiva que se estabelece entre o jornalista de cultura e os seus leitores (Golin & Cardoso, 2009: 77). No entanto, o jornalismo cultural é, antes de mais, jornalismo, não prescindindo de um vínculo com a atualidade e, por outro lado, com as convenções associadas ao estilo de escrita jornalística (Lopez & Freire, 2007: 6-8).

No âmbito de um projeto mais alargado que tem como objectivo efetuar um retrato profundo da cobertura cultural dos principais jornais portugueses durante a primeira década do século XXI, pretende-se neste trabalho analisar as narrativas que compõem o jornalismo cultural, observando as formas discursivas utilizadas pelos jornalistas em peças jornalísticas que se enquadrem dentro do estilo informativo (notícia, reportagem e entrevista), sobre o tema música, em quatro jornais portugueses, durante o ano de 2010. Este estudo coloca, assim, as seguintes questões: até que ponto é que as regras de escrita jornalística se aplicam ao jornalismo cultural? Será que podemos falar, além de um “jornalês”, de um “culturês”? Para dar uma resposta a estas interrogações, mobilizamos aqui algumas das categorias utilizadas pela análise crítica do discurso, metodologia de carácter qualitativo que presta uma particular atenção à linguagem enquanto prática discursiva – a escolha de palavras (lexicalização), sobretudo ao nível da predicação (atributos) e da pressuposição; e o tipo de linguagem utilizada, particularmente no que diz respeito aos recursos retóricos.

Jornalismo cultural, jornalismo de música, análise de discurso

Introdução

Enquanto zona heterogénea de meios, géneros e produtos que abordam a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos (Rivera, 2003: 19), podemos dizer que o jornalismo cultural consiste numa área temática e discursiva muito particular no âmbito do jornalismo em geral, constituindo-se como uma área em que os deveres do jornalista e do especialista se confundem (Tubau, 1990; Harries & Wahl-Jorgensen, 2007). Neste contexto, os media desenvolvem um importante papel de mediação entre a esfera da criação e os públicos/espectadores e, também, desempenham uma função decisiva na atividade das organizações, através do ato de ‘nomear’ os valores artísticos (Madeira, 2002: 127).

O jornalismo cultural pode ser, aliás, caracterizado como um espaço de confluência entre repórteres, intelectuais ou mesmo criadores, tornando-se por isso distinto de outras formas convencionais de produção jornalística, uma vez que mobiliza uma estrutura de discurso algo distante daquela que pauta matérias como a política, o desporto ou a economia (Gadini, 2006: 235). A sua constituição discursiva é assim bastante complexa, já que o jornalismo de cultura pode ser entendido, simultaneamente, como produção e como criação, indo além do carácter estritamente noticioso/informativo (Basso, 2006: 1 e 8; Silva & Conceição, 2007: 7). No entanto, o jornalismo cultural é, antes de mais, jornalismo, não prescindindo de um vínculo com a atualidade e, por outro lado, com as convenções associadas ao estilo de escrita jornalística (Lopez & Freire, 2007: 6-8).

Focalizando brevemente o nosso olhar no jornalismo musical enquanto sub-género no âmbito do jornalismo de cultura, podemos dizer que, à semelhança do que acontece no campo jornalístico de uma forma geral, esta prática discursiva detém o poder de incluir ou excluir, qualificar ou desqualificar, legitimar ou não, dar voz e dar visibilidade a determinadas temáticas, grupos, instituições e acontecimentos (Berger *apud* Golin & Cardoso, 2009: 76-77), tendo, mais especificamente, um papel ativo na construção do gosto e no consumo de música (Nunes, 2011: 2) e uma função de seleção no jogo de inclusão/exclusão do campo artístico (Ferreira *apud* Nunes, 2003: 148). Num estudo baseado em várias entrevistas a jornalistas de música no Reino Unido, Forde concluiu que, enquanto tradutores entre o artista e o consumidor, os profissionais se descreviam a si próprios como “escritores”, com necessidades diferentes daquelas que marcam a produção noticiosa no âmbito das chamadas “hard news” (Forde, 2001: 100, 273).

Considerando as especificidades do jornalismo cultural e utilizando o jornalismo de música como estudo de caso, este artigo toma como ponto de partida

as seguintes questões de pesquisa: até que ponto é que as regras de escrita jornalística se aplicam ao jornalismo cultural, quando olhamos para peças de cariz informativo? Será que as convenções presentes na consolidação do jornalismo moderno (separação entre factos e opinião, equilíbrio, obliteração da “voz” do jornalista, entre outros aspectos) estão presentes em textos informativos que, formal e discursivamente, são distintos de outros que assumem uma dimensão mais argumentativa, crítica ou analítica? Será que podemos falar, além de um “jornalês”, de um “culturês”?

1. Âmbito do estudo e metodologia utilizada

É notória a escassez de estudos académicos sobre jornalismo cultural em Portugal, apesar da sua inequívoca pertinência para disciplinas como sociologia da comunicação, sociologia da cultura ou estudos de jornalismo e comunicação (Nunes, 2011: 2). É de sublinhar, em particular, a lacuna de estudos aprofundados sobre esta matéria no panorama mediático português – ausência que pretende ser reduzida através do projeto “A Cultura na Primeira Página – um estudo dos jornais portugueses na primeira década do século XXI (2000-2010)”, financiado pela Função para a Ciência e Tecnologia (2012-2014) e que tem como objetivo efetuar um retrato alargado da cobertura cultural dos principais jornais e revistas portuguesas de informação geral entre os anos de 2000 e 2010, analisando as capas dos referidos órgãos e verificando como foram tratadas as referências a temas culturais nas respectivas páginas interiores.

O presente artigo, desenvolvido no âmbito do referido projeto, tem como objeto peças que se centram numa área temática no âmbito do jornalismo cultural: a música, assunto que foi, relativamente a outros temas relacionados com a cultura, o que mais colheu menções na primeira página durante o ano de 2010 (172 referências ao tema música, num total de 639 de referências a temas culturais nas capas e primeiras páginas dos órgãos impressos analisados).

Com o intuito de explorar de forma aprofundada a estrutura de discurso do jornalismo cultural, no que diz respeito às suas especificidades e à sua relação com o discurso jornalístico de uma forma geral (em termos de convenções, normas e estilo de escrita), escolhemos, para uma análise discursiva e qualitativa, peças de cariz informativo que incidissem sobre o tema música (notícia, notícia com desenvolvimento, reportagem e entrevista), com referência na primeira página, assinadas por jornalistas da secção de cultura (e incluídas na secção de cultura das publicações – exclusão dos suplementos de cultura) dos jornais diários de informação geral em análise no projeto atrás mencionado – *Público*, *Diário de Notícias* (DN), *Jornal de Notícias* (JN) e *Correio da*

Manhã (CM) – durante o ano 2010, tendo contabilizado 55 peças enquadradas nesse âmbito.

Pretendemos, por isso, com esta abordagem, superar a quase ausência de pesquisas que incidam sobre o estudo do jornalismo cultural como discurso social, atentando à construção das peças noticiosas, tendo como base um entendimento da linguagem como um contínuo sistema de escolhas – “entre o que se representa e o que se elimina sobre um evento ou ação, entre as posições interpessoais definidas pelo texto, entre as formas de sustentação da sua coerência e coesão” (Ponte, 2004: 134).

Para dar uma resposta às interrogações expostas na introdução deste artigo, mobilizamos aqui algumas das categorias utilizadas pela análise crítica do discurso, metodologia de carácter qualitativo que presta uma particular atenção à linguagem enquanto prática discursiva e às suas escolhas em atos de comunicação (*ibidem*: 130), centrando-se nas estratégias enunciativas e retóricas que contribuem para a construção dos acontecimentos, no âmbito do discurso jornalístico.

2. A autoridade e a subjetividade do profissional.

Pedro Nunes caracteriza os jornalistas de música como “gatekeepers” do gosto, incluindo constantemente nos seus textos referências no âmbito desse universo, o que reflete uma relação com os leitores que implica uma partilha dos mesmos códigos culturais (Nunes, 2004: 55). A utilização de termos técnicos facilita a compreensão daqueles que sabem, enquanto aliena aqueles que não estão familiarizados com a terminologia.

Com efeito, nas publicações em análise neste artigo, verificamos diversas demonstrações de autoridade, a nível discursivo, por parte dos jornalistas que assinam peças sobre música, sobretudo daqueles que se movimentam no campo como estando dedicados a sub-áreas (géneros musicais) ou acontecimentos específicos. Essa condição de perito manifesta-se na “expertise” que o profissional demonstra na área, quando por exemplo elabora uma peça de carácter informativo sobre um evento massificado como é a cerimónia dos Grammys: “Na última década assistimos à fragmentação de públicos e a novas formas de produzir, consumir e distribuir música. Os Grammys sempre tiveram dificuldade em reflectir a realidade, mas nos últimos anos isso é cada vez mais visível. Hoje são uma forma da indústria de música, ou o que resta dela, celebrar os que conseguiram alcançar sucesso, seguindo ainda as vias tradicionais de afirmação” (Belanciano, 2010).

Ou ainda quando, em contexto de entrevista, coloca questões que evidenciam conhecimento prévio e continuado sobre o trabalho do entrevistado – “Os Mão Morta sempre se destacaram dos demais grupos

portugueses pela acentuada atenção à literatura. Há sempre ideias muito vincadas” (Vila-Chá, 2010)¹.

Essa autoridade pode ser reiterada quando o jornalista recorre a uma linguagem hermética e a um conjunto considerável de referências do universo cultural para o qual o leitor-alvo do jornal deve estar familiarizado – “A audácia das harmonias, o sentido da cor ou a inspiração nos ritmos e melodias polacas, mas também no bel canto da ópera italiana, são elementos exteriores, resultantes do estudo ou da simples contaminação, que convergem também para o estilo peculiar e único do compositor” (Fernandes, 2010)²; ou então quando o jornalista faz uma afirmação categórica que classifica de imediato um protagonista ou acontecimento, o que daqui se subentende o seu conhecimento sobre uma determinada área – “É impensável pensar a cultura pop das últimas décadas sem a figura de Ian Curtis. Porquê? Só nos últimos dez anos vimos nascer uma série de grupos de certamente não teriam sido os mesmos, se por mero acaso, Curtis nunca se tivesse juntado a Peter Hook, Bernard Sumner e Stephen Morris e formado os Joy Division. Dos Interpol aos Bloc Party, passando pelos Editors, Mount Sims ou The National, todos incorporam claras influências do grupo nascido em Manchester no final dos anos 70” (Moço, 2010a)³.

Assumindo-se como perito, o jornalista, mesmo em peças informativas mais convencionais, pode conferir ao seu texto uma dimensão híbrida, além da estrita informação, e bem mais próxima da análise e da crítica (Golin & Cardoso, 2009: 77), através das constantes qualificações do acontecimento/dos protagonistas que descreve, demonstrando um conhecimento prévio que lhe permite fazer tais avaliações: “Uma bela mulher com uma voz de eleição” (Branco, 2010)⁴; “Apesar das indiscutíveis qualidades que ela tem como intérprete, dispensava-se o final com Nirvana. Porque, apesar de a música de Mariza já não passar somente por aquilo que conhecemos como fado, ainda não passa pelo rock, onde, aliás, não conseguiu brilhar” (Moço, 2010b)⁵; “Há dois ou três nomes que acrescentaram pouco ou nada ao festival, como por exemplo a chinesa Sa DingDing, estrela world

1 Pergunta em entrevista a Adolfo Luxúria Canibal, vocalista e líder da banda portuguesa Mão Morta.

2 Excerto de uma reportagem sobre a comemoração dos 200 anos do nascimento de Chopin.

3 *Lead* de uma reportagem acerca dos 30 anos da morte de Ian Curtis, vocalista da banda Joy Division.

4 Primeira frase do *lead* de uma entrevista com a cantora lírica Cecilia Bartoli.

5 Excerto de uma reportagem sobre o Rock in Rio Lisboa, que contou com a atuação da fadista portuguesa Mariza.

estandardizada e sem a originalidade da maior parte dos músicos participantes” (Bóleo, 2010)⁶.

Destacamos aqui uma reportagem publicada no jornal *Público*, antecipando o festival *Rock in Rio Lisboa*, na qual o jornalista se distancia e se demarca de um acontecimento próximo da chamada “cultura popular”, utilizando para tal diversos recursos estilísticos, entre os quais a ironia: “Se já ouviu dizer que o Rock in Rio é um mundo, não julgue que é exagero. É mesmo. Um mundo paralelo, uma espécie de versão festival de Verão da fusão chinesa de comunismo e capitalismo. Ou seja, acolhe concertos, defende a ecologia e a ajuda aos necessitados (“por um mundo melhor!”) e é ao mesmo tempo um gigantesco parque de diversões apelando ao povo que a liberte efusivamente, e em alegre comunhão, as suas pulsões consumistas” (Lopes, 2010).

Sobretudo no jornal *Público*, diário de informação geral que, inspirando-se no modelo informativo do espanhol *El País*, se assume como jornal de referência e dirigido a um leitor que se presume exigente, constatamos o uso de terminologias específicas e de códigos linguísticos particulares, que visam a compreensão por uma certa comunidade bem delimitada (Nunes, 2003: 149), aspeto que também se pode manifestar nas referências extra-acontecimento ou extra-protagonista, sem explicação adicional, remetendo para universos culturais com os quais estão familiarizados os seus leitores, isto é, “lembranças, factos e marcas do imaginário coletivo do lugar social onde circula o produto jornal” (Gadini, s.d.: 13): “Quem é Wilson das Neves? Pergunte a Ed Motta ou a Roberto Carlos. Pergunte a Paul Simon. Consulte as fichas técnicas dos discos de Michel Legrand, Sarah Vaughan, Sylvia Telles. Mister Wilson (como lhe chamava Tom Jobim) é o maior baterista brasileiro do século XX” (Ribeiro, 2010).

Mas o jornalista de música também quer aproximar-se do público, quer interpelá-lo, quer mostrar-lhe o que viu e ouviu. Essa busca de proximidade pode ser mais explícita em termos linguísticos, no que se refere à utilização da primeira pessoa do plural – “Tendo isto em perspectiva, cremos que até seria possível às estrelas em cartaz passear pela Cidade do Rock sem incómodo e livres de fãs histéricos, anonimamente. Fora do palco, não haveria cá estrelatos. Seriam como cada um de nós” (Lopes, 2010) – e das perguntas de interpelo/apelo e à coloquialidade na escrita – “Quem inaugurou a pista do Pediátrico, quem foi? Foram eles, os U2!” (Pinheiro & Carmo, 2010) – ou, ainda, recorrendo a uma pontuação expressiva – “Ah! E não é preciso gastar muito para comer uma bela dourada num restaurante” (Bóleo, 2010).

Por outro lado, a empatia com o leitor também

6 Excerto de uma reportagem sobre o Festival de Músicas do Mundo, em Sines.

pode expressar-se na abordagem que o jornalista faz da realidade que cobre, sobretudo tratando-se de um acontecimento como um concerto ou um festival. Em alguns casos, as descrições subjetivas são acompanhadas por uma abordagem que tenta gerar empatia com o leitor, traduzindo por palavras a experiência auditiva e/ou sensorial do jornalista (Nunes, 2004: 221) – “os britânicos McFly distribuíram o seu pop-punk com acne que apenas serviu para aquecer os esqueletos das crianças que arrefeciam com a chegada da noite” (Pereira, 2010); “Uma plateia de quase mil pessoas praticamente toda de pé a aplaudir a primeira actuação de uma orquestra sinfónica portuguesa na Konzerthaus de Viena, no sábado à noite, encheu de orgulho, satisfação e emoção, com algumas lágrimas furtivas à mistura, os músicos, os responsáveis e os mecenas da Orquestra Sinfónica do Porto da Casa da Música” (Andrade, 2010).

Por outro lado, a análise das peças escolhidas para este estudo de caso leva-nos a inferir uma dimensão subjetiva muito forte por parte do profissional, no que implica de envolvimento, imersão ou até de demarcação do evento, com a presença de textos bastante carregados em termos de atributos, com o uso de adjetivos e advérbios de modo, bem como recursos estilísticos, particularmente, metáforas, hipérbolos e jogos de linguagem – “Um concerto único de uma banda que continua pujante, aliando toda a tecnologia possível num espectáculo às suas inesquecíveis canções” (Cruz, 2010)⁷; “banda ícone da cultura pop-rock em Portugal apresenta o tão aguardado novo disco” (Vitória, 2010b)⁸; “demonstra que mantém o encanto e a elegância poético-instrumental que sempre o caracterizaram” (Vitória, 2010a)⁹; “Colombiana Shakira traz o sol ao Pavilhão Atlântico” (Caetano, 2010)¹⁰; “Prevê-se temperatura máxima nos próximos quatro dias na pacata vila minhota de Paredes de Coura e não apenas devido à intensa canícula que se deverá fazer sentir” (Almeida, 2010)¹¹.

7 *Lead* da reportagem sobre o concerto dos U2 em Coimbra.

8 Excerto da entrada da entrevista a Rui Reininho, vocalista da banda portuguesa GNR.

9 Entrada da entrevista ao cantor português Rui Veloso.

10 Título da reportagem de antecipação ao concerto de Shakira em Lisboa, fazendo um trocadilho com o título do álbum mais recente da cantora, “Sale el Sol/The Sun Comes Out”.

11 Excerto da reportagem de antecipação ao Festival Paredes de Coura, no Minho.

Considerações finais

Será então que o jornalismo cultural, tomando as peças informativas sobre música como estudo de caso, constitui um sub-campo discursivo no que respeita às regras estilísticas convencionais? E será que podemos falar de um léxico distinto (e feito de distinções, para aplicar a terminologia de Bourdieu) nesta área?

Não pretendemos fazer aqui generalizações nem dar respostas definitivas, até porque tal cairia fora do âmbito de uma análise qualitativa, restrita a um número limitado de peças. Todavia, a análise aqui apresentada pode oferecer pistas valiosas para pensar no jornalismo cultural e, mais especificamente, no jornalismo de música como um discurso algo fluido e difuso em termos da sua orientação, que vagueia entre a informação, a interpretação, a crítica e a análise.

A constatação de uma sobre-lexicalização, aspecto transversal nas peças das publicações analisadas, permite-nos inferir que esta serve como estratégia de aproximação ao leitor, mas também serve de sinalizador da “expertise” do jornalista, sobretudo no caso das publicações que lidam com pressupostos de conhecimento que remetem para um leitor “erudito”, quando constantemente qualifica, avalia e critica os objetos que observa. Nessa medida, podemos colocar a hipótese de que a escrita do jornalismo cultural nessas mesmas publicações, em textos de cariz informativo, se distancia das regras formais da escrita jornalística informativa convencional.

Referências bibliográficas

- Forde, E. (2001). *Music Journalists, music press officers & the consumer music press in the UK*. Tese de doutoramento, Universidade de Westminster.
- Gadini, S. (s.d.). Jornalismo Cultural nos Diários Portugueses. *Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*, Labcom.
- Gadini, S. (2006). Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais. Principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros. *Revista Fronteiras – Estudos mediáticos*, 8 (3), pp. 233-240.
- Golin, C.; Cardoso, E. (2009). Cultural journalism in Brazil: academic research, visibility, mediation and news values. *Journalism*, 10 (1), pp. 69-89.
- Harries, G.; Wahl-Jorgensen, K. (2007). The culture of arts journalists. Elitists, saviors or manic depressives? *Journalism*, 8 (6), pp. 619-639.
- Lopez, D.; Freire, M. (2007). O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens da revista Raiz. *Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*, Labcom.
- Madeira, C. (2002). *Novos Notáveis, Os Programadores Culturais*. Oeiras, Celta.

Nunes, P. (2003). 'É Português? Não gosto': Ideologias e Práticas dos Jornalistas de Música face à Música Portuguesa. *Fórum Sociológico*, 7/8, pp.145-168.

Nunes, P. (2004). *Popular music and the public sphere: the case of Portuguese music journalism*. Tese de Doutoramento, Universidade de Stirling.

Nunes, P. (2011). Os Jornalistas de Música e a Indústria Musical: entre o *gatekeeping* e o "cheerleading". *Trajectos*, 18, pp. 53-69.

Ponte, C. (2004). *Leituras das Notícias. Contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa, Livros Horizonte.

Rivera, J. (2003). *El periodismo cultural*. Buenos Aires, Paidós.

Tubau, I. (1990). *Teoria y practica del periodismo cultural*. Barcelona, A T E, Fontes.

Vila-Chá, P. (2010). "Os Mão Morta fazem todo o sentido". *Jornal de Notícias*, Porto. 17 de Abril. Cultura.

Vitória, A. (2010a). Guardador de canções. *Jornal de Notícias*, Porto. 23 de Janeiro. Cultura.

Vitória, A. (2010b). "É um elogio quando dizem que soa a GNR". *Jornal de Notícias*, Porto. 27 de Junho. Cultura.

Referências – artigos de jornal

Almeida, S. (2010). Coura a ferver até sábado. *Jornal de Notícias*, Porto. 28 de Julho. Cultura.

Andrade, S. C. (2010). Orquestra do Porto jogou fora e ganhou. *Público*, Lisboa. 6 de Setembro. Caderno P2.

Belanciano, V. (2010). Grammys: em Los Angeles a noite foi delas. *Público*, Lisboa. 2 de Fevereiro. Caderno P2.

Bóleo, P. (2010). Músicas do Mundo – Um festival diferente dos outros (e ainda bem). *Público*, Lisboa. 2 de Agosto. Caderno P2.

Branco, R. (2010). "Hoje a imagem é muito importante". *Jornal de Notícias*, Porto. 33 de Outubro. Cultura.

Caetano, M. J. (2010). Colombiana Shakira traz o sol ao Pavilhão Atlântico. *Diário de Notícias*, Lisboa. 21 de Novembro. DN Artes.

Cruz, C. (2010). Para os pais e para os filhos. *Jornal de Notícias*, Porto. 4 de Outubro. Cultura.

Fernandes, C. (2010). Chopin e Georges Sand: espelhos de um mito. *Público*, Lisboa. 1 de Março. Caderno P2.

Lopes, M. (2010). Rock in Rio? O Rock in Rio é um outro mundo. *Público*, Lisboa. 21 de Maio. Caderno P2.

Moço, J. (2010a). 30 anos depois Ian Curtis ainda é uma referência. *Diário de Notícias*, Lisboa. 18 de Maio. DN Artes.

Moço, J. (2010b). A primeira enchente com o fado na memória. *Diário de Notícias*, Lisboa. 22 de Maio. DN Artes.

Pereira, C. (2010). Portugal dos pequeninos. *Jornal de Notícias*, Porto. 30 de Maio. Cultura.

Pinheiro, D.; Carmo, P. (2010). U2 em Coimbra. *Diário de Notícias*, Lisboa. 3 de Outubro. DN Artes.

Ribeiro, A. M. (2010). Mr Wilson é o maior baterista brasileiro do séc. XX. *Público*, Lisboa. 4 de Outubro. Caderno P2.