



As Representações da Arte em Reportagens Televisivas

Sofia Franco Guilherme¹

Resumo

Os discursos disseminados pela mídia influenciam a formação de uma opinião pública e, conseqüentemente, são capazes de incluir ou excluir formas de produção artística no gosto popular. O presente trabalho tem por objetivo reconhecer qual é o espaço reservado para a cultura no telejornalismo diário. Foi realizado o levantamento das reportagens televisivas que abordam como tema central assuntos de cultura e artes, exibidas no ano de 2012 nos principais jornais da TV aberta do Brasil. Vale ressaltar que, no campo do jornalismo – especialmente o televisivo – a editoria de cultura ocupa lugar pouco representativo, sendo muitas vezes diluída em programas de variedades. Este estudo corresponde aos resultados parciais da Pesquisa de Iniciação Científica realizada na Escola de Comunicações e Artes da USP com bolsa do CNPq.

Palavras-chave: *Arte; Comunicação; Cultura; Jornalismo; Televisão.*

Questões do Jornalismo Cultural

O jornalismo cultural como um todo ainda precisa definir sua posição dentro da atividade e levanta algumas questões sobre a função das reportagens sobre cultura e do jornalista cultural. O jornalismo cultural deve ser opinativo? Fazer o papel de serviços, disponibilizando uma agenda dos eventos do momento? Ser composto de críticas e resenhas? O que há para ser feito, além disso?

Em seu livro *Jornalismo Cultural*, Daniel Piza discute algumas destas questões se voltando principalmente para as mídias impressas. No entanto, estas discussões podem ser deslocadas também para as mídias audiovisuais, como é a nossa proposta com este projeto.

¹ Estudante de Graduação. 5º semestre do Curso de Jornalismo da ECA-USP. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq, orientada pela Prof^a. Dr^a. Rosana de Lima Soares, professora do Curso de Jornalismo da ECA-USP e bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq, com a pesquisa “Mídias e Estigmas Sociais – Sutileza e Grosseria da Exclusão”. Email: sofiafrancog@gmail.com

Daniel Piza inicia seu livro resgatando a história do jornalismo cultural e destacando o papel central da crítica para esta atividade. “A crítica é claro continua a ser a espinha dorsal do jornalismo cultural”. Ele comenta que os críticos eram pessoas reconhecidas que exerciam forte influência tanto no público como nos artistas. No caso brasileiro, Paulo Francis é citado como um bom exemplo de comentarista cultural, pois contaminava seus leitores com seu gosto pela arte.

Muitos nostálgicos afirmam que o jornalismo cultural não é mais o mesmo e que a prevalência de assuntos como celebridades e sucessos de audiência mostra que os críticos não possuem a mesma influência sobre o sucesso de uma obra. Nos anos 90, o peso das reportagens opinativas diminuiu e o espaço passou a ser ocupado por uma agenda passiva dos eventos culturais. No entanto Piza acredita na possibilidade de reconquistar um pouco desta influência atualmente.

“há espaço para recuperar parte desta influência, pois o bombardeio de dados e informações da era eletrônica criou uma carência ainda maior de análises e comentários, que suplementem argumentos, perspectivas e contextos para o cidadão desenvolver um senso crítico e conectar as disciplinas” (Piza, 2011:32).

Em uma época onde os produtos culturais se tornam cada vez mais acessíveis para o público, o jornalismo desempenha uma função central na difusão destes. Por isso precisa ter um olhar sem preconceitos e fazer a seleção dos fatos reportados utilizando senso crítico.

Segundo Piza, os jornalistas não tem conseguido exercer esse papel com clareza e eficácia, por estar em crise quanto aos critérios de avaliação das obras. (2011:45)

Uma das questões enfrentadas pelo jornalismo cultural é a divisão entre o que seria cultura e o que é entretenimento. Este estigma em torno de certas formas de produção cultura, como se eles fossem menos importantes, é prejudicial. De acordo com Piza, isso ocorre porque “cultura” é associada à intelectualidade inalcançável por grande parte da população, o que faz com que temam a cultura.

O autor comenta que os jornalistas tem a capacidade de pegar uma obra de sucesso na audiência e tratá-la de forma mais profunda mostrando que há mais nela do que os consumidores percebem inicialmente. Também podem reportar temas considerados complexos demais de uma maneira que o público compreenda. “Temas ditos eruditos podem ser tratados com leveza, sem populismo; e temas ditos de entretenimento podem ser tratados com sutileza, sem elitismo” (Piza, 2011:58).

O que os veículos devem levar em conta na hora de selecionar o que será divulgado é seu leitor ou espectador. “Cada publicação da imprensa tem um público-alvo e deve se concentrar em falar com ele, sem abrir mão de tentar contribuir com sua formação, com a melhoria de seu repertório” (Piza, 2011:47).

O equilíbrio entre assuntos nacionais e internacionais nas edições é mais uma dificuldade enfrentada pelos jornais. No mundo globalizado de hoje é importante ver que a cultura se interpenetra para se manter viva e ativa, portanto os fatos do exterior também tem relevância no país. No entanto não podemos olhar para a cultura de fora e virar as costas para as obras produzidas aqui no Brasil, ou tratá-las com menos prestígio.

Um tema discutido por Daniel Piza sobre os jornais impressos que pode ser transferido para o telejornalismo é a diferença no tom e abordagem dos assuntos entre os cadernos culturais publicados diariamente e os suplementos especiais que saem semanalmente. Podemos estabelecer um paralelo dessas duas modalidades com os telejornais diários e os programas de nicho, respectivamente.

Nos segundos cadernos as matérias são mais superficiais, valorizando as celebridades e suas reportagens se tornam cada vez mais releases dos eventos. Essa abordagem se parece com a dada pelos telejornais diários, que ainda possuem mais uma desvantagem por não terem uma editoria cultural obrigatória todos os dias como o impresso.

Já os suplementos especiais do impresso tendem a trazer análises de intelectuais mais aprofundadas, tratando de temas ligados a erudição (Piza, 2011:53). Este tratamento voltado para um público “iniciado” nos assuntos culturais é esperada pelos programas de televisão especialmente sobre cultura, que tem este público alvo.

Por ter suas análises voltadas para os meios impressos, Daniel Piza destaca a diferença destes da TV, por serem capazes de maior aprofundamento e argumentação (2011:47). Mas precisamos pensar em maneiras que a TV possa tentar trabalhar com as questões culturais de forma crítica e profunda também, deixando de lado o preconceito em torno deste meio, considerado menos sério e equilibrado.

Por que o Homer não se interessa por cultura?

Este estigma do telespectador foi retirado da afirmação de William Bonner de que o Jornal Nacional é produzido pensando em um público que tem o perfil do patriarca do

seriado de TV norte americano “Os Simpsons”. Um homem que assiste à televisão e simplesmente assimila o que vê, sem criticidade alguma.

A comparação foi feita em novembro de 2005, durante uma visita de professores universitários aos estúdios da Rede Globo. De acordo com o professor da Universidade de São Paulo Laurindo Lalo Leal Filho, em relato para a Carta Capital, Bonner teria dito que o telespectador é como Homer porque tem dificuldade de "entender notícias complexas e pouca familiaridade com siglas como BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social)". No dia 06 de dezembro do mesmo ano, a Folha de São Paulo divulgou uma nota do jornalista em que diz que não pensou no personagem de maneira preconceituosa, William Bonner explicou que o exemplo foi dado por Homer representar “um pai de família, um trabalhador conservador, sem curso superior, que após uma jornada de trabalho, quer ter acesso às notícias mais relevantes do dia de forma clara e objetiva.”.

Em contraposição a este estereótipo podemos utilizar a pesquisa de Lins da Silva e os trabalhos de Arlindo Machado.

Segundo Arlindo Machado, em seu livro *A televisão levada a sério*, as abordagens políticas a respeito dos programas de TV falham ao presumirem que os espectadores, que são os leitores dos meios audiovisuais, são ingênuos e reproduzem acriticamente a opinião dos programas. Machado afirma, citando Dominique Wolton, que “a significação no telejornal é função do contexto cognitivo ou sociocultural do processo de interpretação, razão por que ela sempre transborda de qualquer intenção.” (2000: 100). Desta forma o mesmo telejornal pode ser interpretado diferentemente por espectadores variados, de acordo com seus valores e ideologias além de suas estratégias perceptivas ou cognitivas. O telespectador tem autonomia suficiente para selecionar o que é apresentado no fluxo televisual.

Em sua pesquisa Carlos Eduardo Lins da Silva não tem a pretensão generalizante, mas sim o objetivo de mostrar que nem todos os trabalhadores brasileiros telespectadores do Jornal Nacional aceitam as mensagens deste meio de forma passiva e sem senso crítico, desde que haja outra fonte para compor sua representação da realidade. “Não havendo o monopólio da representação do real, qualquer pessoa pode ser crítica diante da TV.” (Silva, 1985:135).

A cultura também pode ser considerada como um tema estigmatizado dentre as editorias do telejornalismo. Pelo levantamento feito, o número de matérias encontradas surpreendeu, pois esperamos um número muito pequeno, mas ainda assim a quantidade

encontrada é muito inferior a de outras editorias. A sensação de ausência de matérias culturais no telejornalismo diário pode ser um exemplo de como a editoria de cultura ocupa lugar pouco representativo, sendo muitas vezes diluída ao longo do ano.

Por este ponto de vista a editoria de cultura pode carregar o estereótipo de ser menos importante, fútil, e, portanto, servir para ocupar espaço quando não houver outros fatos mais “importantes” de serem noticiados naquele dia.

Outro possível estereótipo é de que a cultura, se fosse discutida com mais profundidade crítica, não seria compreendida pelo telespectador médio dos jornais. Esta visão elitista enxerga a cultura como um tema complexo e mistura o estigma do público com um estereótipo dos temas culturais.

Em busca de uma definição de Cultura

A construção do conceito de cultura e arte utilizado nesta pesquisa foi feito pensando de forma que não restringisse o nosso objeto de pesquisa, já reduzido por natureza. Por isso buscamos definições mais amplas e abrangentes de cultura, que a vissem de forma plural e sem preconceitos.

Em *A Cultura no Plural*, Michel de Certeau afirma que a cultura é plural, ou seja, não existe uma definição de Cultura e sim várias culturas que convivem. Ele visa o intercâmbio entre o popular e o intelectual, sendo que uma forma de cultura não é superior a outra, todas elas possuem seu valor e sua função. Ele ainda destaca que a cultura tomada no singular é extremamente prejudicial para a criatividade.

Como apontado por Certeau, o termo cultura pode ser empregado em diferentes situações e em cada uma delas designar um significado. Entre os selecionados pelo autor os que mais se aproximam da abordagem utilizada nesta análise são as que seguem. Um patrimônio das obras que devem ser preservadas, difundidas e com relação ao qual nos situamos, e dentro disso as criações e criadores que devem ser promovidos. Também o conjunto de mitos, comportamentos e instituições que compõe um quadro de referências próprio de uma sociedade, a diferenciando das demais. Ou ainda um sistema de comunicação, que organiza os significados e a mídia (Certeau, 1995:194).

Mas não é porque a cultura pode ser encontrada em diversas formas e locais de uma sociedade que qualquer atividade humana pode ser reconhecida como tal. Para que sejam verdadeiramente consideradas como cultura é necessário que as práticas sociais tenham significado para o sujeito que as pratica. (Certeau, 1995:141)

O que faz a arte ser considerada arte, e se diferenciar das outras produções? Sobre a questão da legitimidade conferida às formas de expressão cultural humana e seus produtores podemos utilizar as teorias de Pierre Bourdieu a respeito da criação do campo artístico.

Segundo Bourdieu, através da Academia e de instituições que intermediam o acesso à cultura são criadas divisões das formas de representação do mundo que são legítimas ou não. Sendo assim, cria-se um estereótipo das produções artísticas aceitas pelos produtores e consumidores de cultura.

“Concretamente a produção dos produtores de que o Estado, através das instituições encarregadas de controlar o acesso ao corpo, detém o monopólio, toma forma de um processo de certificação ou, se se prefere, de consagração pelo qual os produtores são instruídos aos seus próprios olhos e aos olhos de todos os consumidores legítimos, como produtores legítimos, conhecidos e reconhecidos por todos” (Bourdieu, 2001: 276).

A mídia está entre as instituições com autoridade legitimadora na atualidade. Por isso, as reportagens televisionadas, ao selecionarem certas formas de produção cultural para serem apresentadas ao público, estão contribuindo para que estas sejam aceitas e, portanto, consumidas pela população.

O valor artístico de uma produção e seu sentido não estão definidos no produto em si, ou em seu produtor, mas no campo artístico que se constrói, conforme a teoria de Bourdieu. O conjunto de agentes e obras, críticos, produtores, consumidores e intermediários que se interessam por arte ou vivem dela, e que lutam por uma representação do real, colaboram para a criação de valor e sentido das obras e artistas (2001:290).

Os conceitos de beleza e outras categorias usadas para compreender e admirar diferentes formas de produções culturais estão ligadas ao contexto histórico e social tanto da produção quanto da apreciação de tal obra. Essas noções estéticas tomam diferentes sentidos em diferentes períodos da história, de acordo com as revoluções artísticas que ocorrem (Bourdieu, 2001:292).

Escolhendo o material de análise

Para decidir quais seriam os programas de televisão dos quais viria a amostragem pensamos nos que teriam a maior audiência, e portanto maior visibilidade e mais poder de legitimação e representação dos temas tratados.

“É por conta da visibilidade que as mídias assumem um papel crucial como disciplina e controle, portanto, como promotoras/mantenedoras de escalas de valores, como vigilantes” (Gomes, 2003: 77).

Escolhemos trabalhar com os principais telejornais da TV aberta brasileira, que tem alcance nacional e tratam de diversos temas da sociedade e um público alvo mais amplo. Assim, poderemos compreender como a cultura é representada a para a população geral, que não possui conhecimento prévio ou procura se informar sobre este tema especificamente, como seria o público alvo de um programa mais especializado.

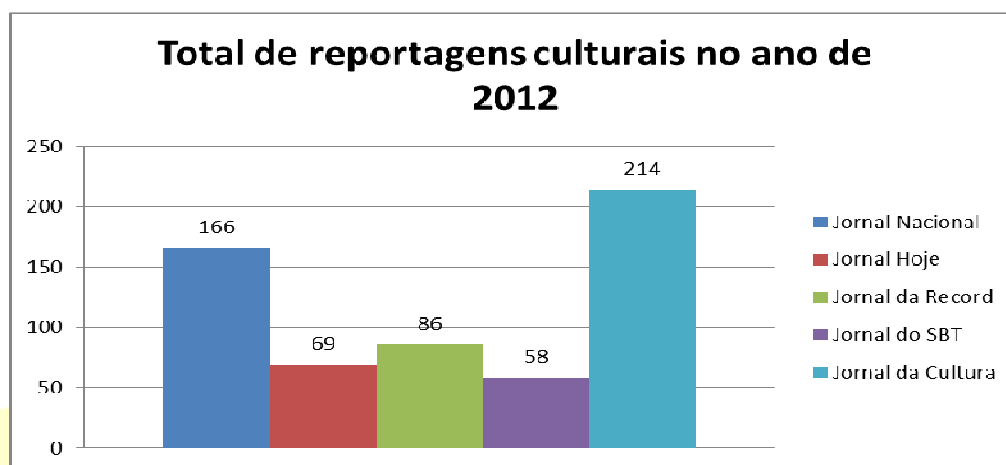


Gráfico 1: Total de reportagens culturais no ano de 2012

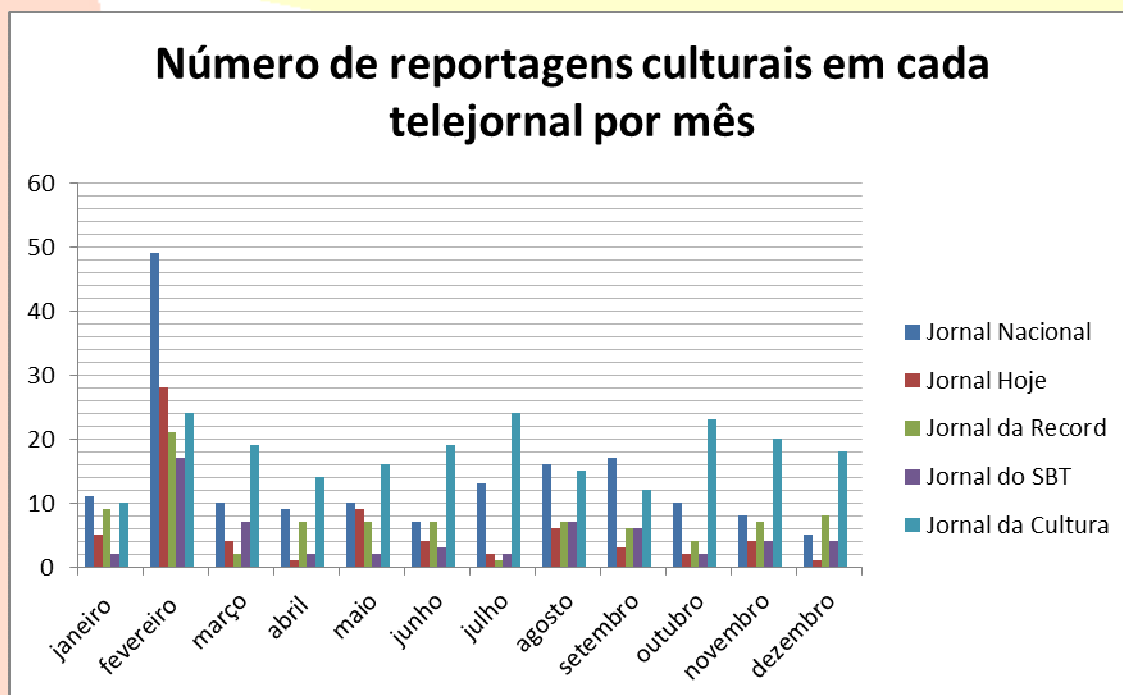


Gráfico 2: Número de reportagens culturais em cada telejornal por mês

As reportagens exibidas nos telejornais Jornal Nacional, Jornal Hoje, Jornal da Record, Jornal do SBT e Jornal da Cultura, foram recuperadas por meio do acervo disponível no site das respectivas emissoras. Como podemos perceber pelo próprio nome destes jornais eles representam a voz do canal em que são exibidos e se pretendem com alto grau de credibilidade para o público, sendo assim um local de legitimação para os fatos neles apresentados. Todos são exibidos nacionalmente, e exceto o Jornal Hoje, são exibidos no horário nobre da televisão.

A decisão de incluir o Jornal Hoje no material pesquisado foi feita para que tivéssemos o parâmetro de um programa exibido em um horário alternativo e considerado mais leve do que os jornais noturnos. Como a Globo é a emissora de maior audiência no jornalismo, com o Jornal Nacional, escolhemos outro jornal desta rede, também exibido nacionalmente.

O Jornal Nacional foi criado em 1969, estrategicamente posicionado entre duas telenovelas, um gênero de grande audiência desde então, para ser um programa de prestígio da Rede Globo. O JN tinha o segundo maior público de telejornalismo mundial na década de 80 do século XX, e sempre teve influência considerável sobre a opinião pública (Silva, 1985:40).

Levantamento de reportagens culturais

“Os telejornais só entram na área cultural quando há algum morto célebre, alguma exposição muito promovida que promete fazer filas na cidade ou mais uma vez alguma estreia chamativa no cinema para o fim de semana.” (Piza, 2011:66).

Após coletar os dados dos cinco telejornais selecionados como objeto de pesquisa fizemos uma classificação prévia dos conteúdos trabalhados por cada um deles. Dentro do grande tema Cultura pudemos perceber temáticas menores em que as reportagens televisivas se agrupam.

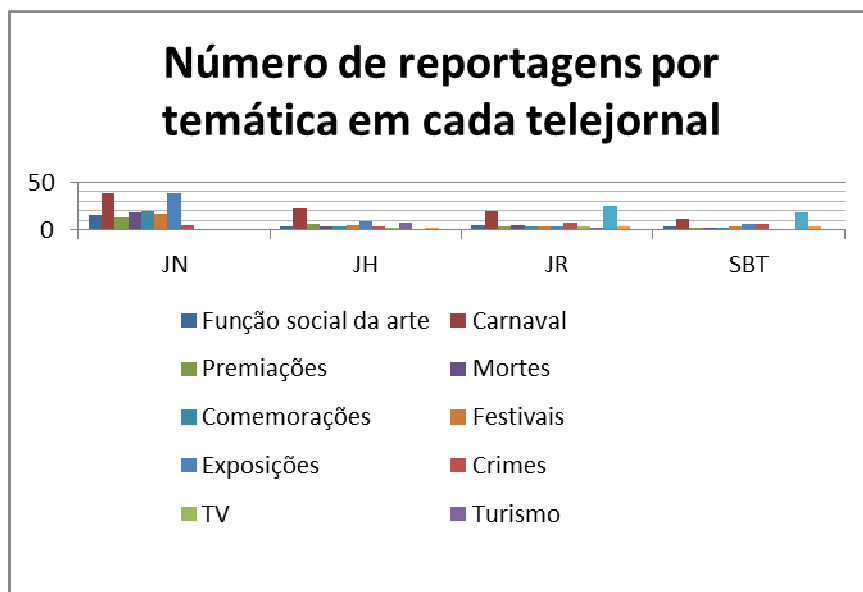


Gráfico 1: Número de reportagens por temática em cada telejornal

A inclusão de uma reportagem em um grupo temático não a exclui dos demais, pois uma única reportagem pode abranger mais de uma temática, portanto elas foram classificadas de acordo com o conteúdo mais evidente. Por exemplo, as reportagens classificadas como Carnaval, poderiam também ser incluídas em tradição popular, pois esta festa faz parte da tradição cultural do Brasil. No entanto, como o tema carnaval prevalece naquele período do ano no telejornalismo, ele foi classificado separadamente.

Outra temática bastante presente são reportagens que trazem exemplos de arte e cultura como ferramentas para a superação de indivíduos ou comunidades. Foi o que chamamos de função social da arte, onde estas atividades são vistas como fundamentais na construção da sociedade.

Os lançamentos da indústria cultural, juntamente com os grandes sucessos entre o público, também merecem uma classificação separada. Sua presença nos telejornais remete a uma das questões do jornalismo cultural contemporâneo, que segundo Piza (2011:31) enfrenta um dilema sobre como se posicionar ante os “fenômenos” de audiência e repercute os sucessos de massa.

Crimes e questões judiciais envolvendo produtos culturais e artistas também estão presentes no telejornalismo diário. Desde roubos de obras raras a acusações de plágio e racismo em videoclipes, estas notícias negativas encontram seu espaço na pauta das edições dos jornais.

Exercendo uma função de agenda cultural, os telejornais apresentam notícias sobre os principais eventos que ocorrem no Brasil e no mundo. Dentro desta categoria encontramos premiações internacionais que repercutem no país, como o Oscar, grande prêmio do cinema, e o Nobel. Também temos as exposições, concertos e espetáculos que acontecerão nos dias próximos a exibição da reportagem e os festivais, eventos que envolvem milhares de pessoas e por isso ganham relevância para o noticiário. Ainda temos a temática de Turismo, que traz dicas de programas culturais que podem ser feitos em cidades do Brasil e do exterior.

As personalidades de destaque no mundo cultural ganham espaço especialmente quando morrem ou quando existe alguma data especial para ser comemorada. Por isso foram criadas mais duas categorias, uma incluindo as mortes e outra as homenagens.

Cada emissora de televisão tem o hábito de relatar fatos relacionados a sua grade de programação. Por isso foi criado o grupo temático TV, que abrange as reportagens relacionadas a programas exibidos neste veículo.

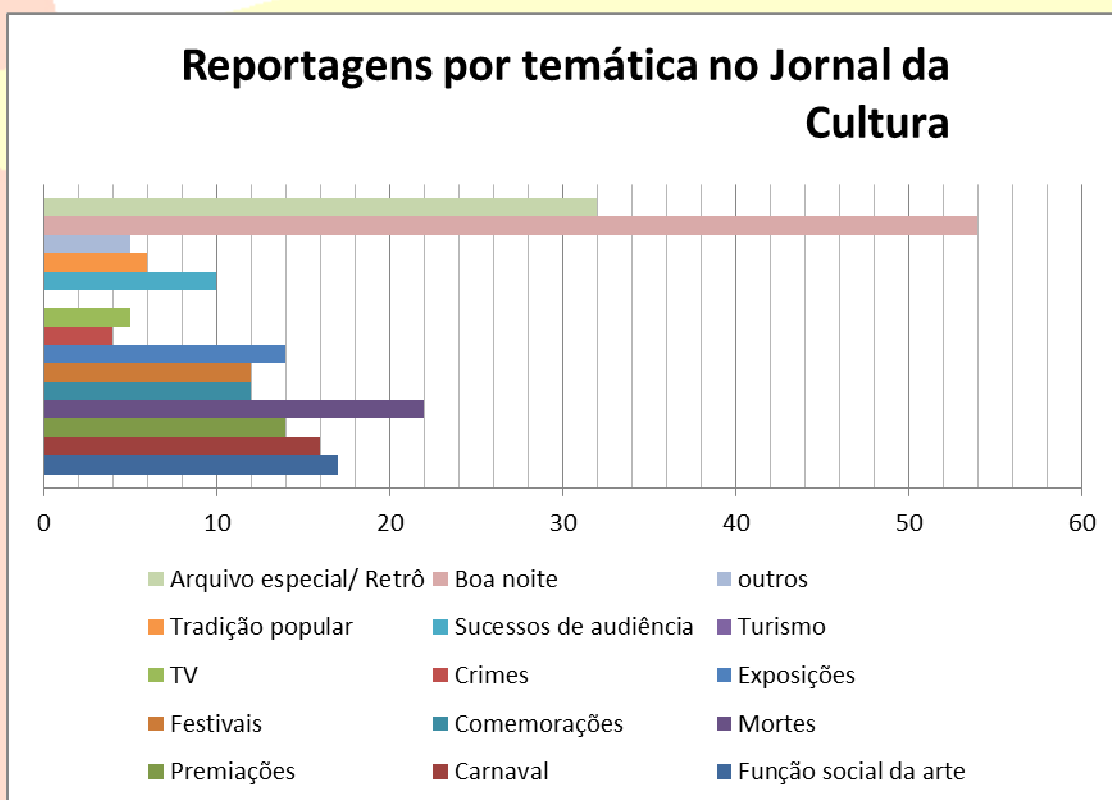


Gráfico 2: Reportagens por temática no Jornal da Cultura

No caso do Jornal da Cultura a categorização foi feita de maneira um pouco diferente, devido ao seu formato. Neste programa, existe um jornalista central que discute os assuntos mais relevantes do dia com especialistas convidados. A maioria dos acontecimentos debatidos é de política e economia do país e do exterior. No entanto dois quadros especiais, que foram classificados separadamente, tratam de temáticas culturais com maior frequência, o Arquivo Especial, que depois passou a se chamar Cultura Retrô, e o Boa Noite Especial, no fim de cada edição. Um dos motivos para essa abordagem pode ser a existência de um programa cultural que é veiculado diariamente.

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CERTEAU, Michel de. *A cultura no plural*. Campinas: Papirus, 1995.

ELIAS, N. & SCOTSON, J. L. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

GANS, Herbert. *Deciding what's news*. New York: Vintage Books, 1980.

GOMES, Mayra Rodrigues. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker/Edusp, 2000.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2011.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do jardim botânico*. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, T. T. (org.). *Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

Sites consultados:

Jornal Nacional <http://g1.globo.com/jornal-nacional>

Jornal Hoje <http://g1.globo.com/jornal-hoje/>

Jornal da Record <http://noticias.r7.com/jornal-da-record/>

Jornal do SBT <http://www.sbt.com.br/jornalismo/jornaldosbt/>

Jornal da Cultura <http://tvcultura.cmais.com.br/jornaldacultura>