



ESCOLA SUPERIOR
DE **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Jornalismo cultural de literatura ou jornalismo literário?

Contributo para a definição do conceito em Portugal

Diana Sofia Baptista Vicente

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA COMO REQUISITO PARCIAL PARA A
OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM JORNALISMO

Orientadora: Professora Doutora Maria Fátima Lopes Cardoso

Lisboa,

Outubro de 2022

Declaração

Declaro que este trabalho é da minha autoria, sendo uma das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo. É um trabalho original, que nunca foi submetido a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação.

Certifico ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Tenho também consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Outubro de 2022,

A candidata,

Diana Sofia Baptista Vicente

Resumo

Os estudos académicos sobre o jornalismo cultural de literatura são escassos. Neste trabalho, procuramos não só perceber o contexto e definir o jornalismo cultural de literatura, mas também apresentar uma conceptualização teórica em torno dos conceitos de cultura, jornalismo cultural, jornalismo literário e revistas literárias e cultura no ambiente digital. Procura-se ainda traçar a evolução da especialidade em Portugal, definir as principais tendências e entender se e como mantém a sua função de intermediário e mediador cultural no que à literatura em português diz respeito.

O objeto de estudo são quatro órgãos de comunicação que abordam os livros e o universo literário: o *Jornal de Letras, Artes e Ideias*; a revista *Ler*, o *Ípsilon*, suplemento do *Público* e o *Actual* e, depois, a *E* do semanário *Expresso* –Realizámos uma análise de conteúdo quantitativa e qualitativa dos anos de 2010, 2015 e 2020 e foram realizadas entrevistas aos editores e/ou diretores e jornalistas das publicações em causa, assim como aos escritores presentes das edições analisadas.

Desta forma, foi possível compreender a evolução da área em Portugal na última década e o contexto cultural e sociológico subjacente. Observámos que as publicações foram perdendo recursos financeiros e humanos, o que impacta a sua qualidade e credibilidade. Consequentemente, diminuiu o espaço dedicado aos livros e a crítica. Nesta investigação encontrámos indícios de que o jornalismo cultural de literatura ainda é mediador e intermediador da literatura em português. Contudo, os escritores já utilizam outras alternativas para chegar ao público, como as redes sociais.

Palavras-chave: cultura; cultura num ambiente digital; jornalismo cultural; jornalismo cultural de literatura; livros.

Abstract

Academic studies on cultural journalism of literature are scarce. In this paper, we seek not only to define and understand this field, but also to present a theoretical conceptualization around the concepts of culture, cultural journalism, literary journalism and literary magazines and culture in the digital environment. It also seeks to trace the evolution of this specialty in Portugal, to define the main trends and to understand if and how it maintains its function as a cultural intermediary and mediator as far as Portuguese literature is concerned.

The object of study are four media outlets, that include books and the literary universe: *Jornal de Letras, Artes e Ideias*; *Ler* magazine, *Ípsilon*, a supplement of *Público* and the magazines *Actual* and *E* of the weekly *Expresso*. We carried out a quantitative and qualitative content analysis of the years 2010, 2015 and 2020 and we conducted interviews with the editors and/or directors and journalists of the publications, as well as with the writers present in the analyzed editions.

In this way, it was possible to understand the evolution of the area in Portugal in the last decade and the underlying cultural and sociological context. We observed that these publications have been losing financial and human resources, which impacts their quality and credibility. Consequently, the space dedicated to books and criticism has decreased. In this research, we also found evidence that cultural journalism of literature is still play a role as mediator and intermediary of literature in Portuguese. However, writers already use other alternatives to reach their audience, such as social networks.

Key words: culture; culture in a digital environment; cultural journalism; cultural journalism of literature; books.

Agradecimentos

Em primeiro lugar à minha orientadora, Fátima Lopes Cardoso, pelo apoio incansável, pela exigência e confiança depositada em mim durante todo o percurso.

Aos meus pais pelo apoio incondicional.

Aos amigos pela amizade, motivação e inspiração: à Ana, à Maria, à Joana e à Marta pelo suporte.

E, em especial, ao Cristiano, sem o qual este trabalho não teria sido possível.

Índice

Declaração.....	II
Resumo.....	III
Abstract.....	IV
Agradecimentos.....	V
Índice de gráficos e figuras.....	VIII
Introdução.....	1
1. Cultura: um conceito de muitos significados.....	5
1.1. Cultura num ambiente digital.....	14
1.2. Jornalismo cultural: a evolução de uma especialidade.....	20
1.3. O que distingue o jornalismo cultural?.....	24
1.3.1. Tendências e desafios contemporâneos do jornalismo cultural.....	28
1.3.2. Jornalismo cultural enquanto mediador.....	32
2. O jornalismo cultural de literatura – ou jornalismo literário?.....	35
2.1. Tentativas de definição.....	35
2.2. Jornalismo cultural de literatura em Portugal e a importância das revistas.....	43
2.3. Jornalistas-escretores: o contributo na popularização do jornalismo e da literatura.....	47
2.4. A crítica literária: criadora de sentidos e escritores.....	51
2.5. Tendências do jornalismo cultural de literatura.....	57
2.5.1. A persistência da literatura na imprensa.....	57
2.5.2. Domínio da agenda.....	58
2.5.3. Desaparecimento da crítica.....	60
2.5.4. Domínio do autor.....	61
2.5.5. As novas possibilidades do mundo online e digital.....	63
3. O jornalismo cultural de literatura em Portugal na última década: um retrato da sua evolução.....	66
3.1. Estratégia metodológica.....	66
3.2. Apresentação e análise dos resultados à luz das hipóteses.....	70
3.2.1. Evolução do jornalismo cultural de literatura em Portugal e respetivas características.....	70
3.2.1.1. Publicações mais reduzidas, com menos recursos.....	79
3.2.1.2. Maior liberdade jornalística e menos crítica.....	82
3.2.1.3. Mediação e intermediação de autores e obras portuguesas.....	88
Conclusão.....	95
Bibliografia.....	99
Anexos.....	108

Anexo 1. Peças onde os escritores são mencionados.....	108
Anexo 2. Entrevistas.....	116

Índice de gráficos e figuras

Gráfico 1 Temáticas do Ípsilon em 2010;.....	72
Gráfico 2 Temáticas do Ípsilon em 2015;.....	72
Gráfico 3 Temáticas do Ípsilon em 2020.....	72
Gráfico 4 Temáticas do Ípsilon em valores absolutos	72
Gráfico 5 Temáticas do Actual em 2010	73
Gráfico 6 Temáticas do Actual em 2015	74
Gráfico 7 Temáticas do Actual em 2020	74
Gráfico 8 Valores absolutos das temáticas dos suplementos do Expresso em valores absolutos	74
Gráfico 9 Temáticas do JL em 2010.....	75
Gráfico 10 Temáticas do JL em 2015.....	75
Gráfico 11 Temáticas do JL em 2020.....	76
Gráfico 12 Totalidade das peças do JL por temáticas	76
Gráfico 13 Média de peças da Ler	77
Gráfico 14 Totalidade das tiragens nos anos nos anos estudados (inclui circulação paga impressa e digital) (APCT, s.d.)	78
Gráfico 15 Média de páginas por ano por jornal	80
Gráfico 16 Evolução dos géneros jornalísticos na Ler	83
Gráfico 17 Evolução dos géneros jornalísticos no Ípsilon	83
Gráfico 18 Evolução dos géneros jornalísticos nos suplementos do Expresso (Actual em 2010 e revista E a partir de 2015).....	84
Gráfico 19 Evolução dos géneros jornalísticos no JL	84
Gráfico 20 Motivo pelo qual os escritores foram mencionados ou mereceram atenção pelas publicações em análise	85
Gráfico 21 Número de ocasiões em que os escritores apareceram ou foram mencionados na totalidade dos anos em análise.....	90
Gráfico 22 O tipo de textos por género ou tipos de menções a respeito dos escritores e respetivas obras	90
Figura 1 Capa com o escritor João Pinto Coelho na edição do Ípsilon nº 9245.....	91

Introdução

Nos primórdios do jornalismo cultural, no século XVIII, as publicações de cariz cultural contribuíram para a democratização do conhecimento, levando-o das instituições para os clubes, assembleias, casas de chá e cafés, produzindo o debate sobre obras artísticas, nomeadamente as literárias – embora, segundo Asa Briggs e Peter Burke (2002), a recensão de livros tenha sido inventada no final do século XVII. Em 1742, ano em que foi criada a primeira biblioteca pública, enraizava-se o hábito da leitura, que já se tinha consolidado nas camadas burguesas. O jornalismo cultural contribuiu para a divulgação e reconhecimento de grandes nomes da literatura, bem como de movimentos artísticos e literários, fosse por via da divulgação e crítica dos seus livros ou através da publicação de textos originais dos chamados jornalistas-escritores.

Percorrendo as suas origens, denotamos o impacto que o jornalismo cultural teve enquanto intermediário e mediador do universo literário. Servia de ponte entre os escritores e respetivos livros e o público, tecendo ao mesmo tempo juízos de valor que podiam criar (ou destruir) um autor, especialmente através da crítica, género por excelência desta especialidade, assente na reflexão e análise crítica.

A partir do século XX, no entanto, com a disseminação das indústrias culturais nas sociedades, com o aprofundamento da globalização cultural e desenvolvimento das novas tecnologias, as transformações que daqui resultaram também tiveram o seu impacto no jornalismo. No jornalismo cultural, as mudanças sentiram-se, sobretudo, a partir do final dos anos 1990, quando a imprensa se orientou mais para a produção noticiosa com base na agenda cultural, no consumo e *lifestyle*. Verificou-se a adoção de géneros híbridos, deixando cada vez mais de parte a crítica. Em simultâneo, o advento da internet trouxe uma multiplicação de páginas e *sites* sobre cultura no início do novo milénio. Esta nova realidade retirou credibilidade e autoridade à crítica cultural (Faro, 2012). Tanto o empobrecimento e desaparecimento da crítica, como a subordinação à lógica do mercado das indústrias culturais são apontados como fatores que levaram a uma crise de identidade do jornalismo cultural (D. S. Silva, 2012).

É certo que a cultura e o universo literário, em especial, competem pela atenção dos possíveis leitores num ambiente hostil, marcado pela omnipresença dos ecrãs e, no caso português, por níveis de leitura muito baixos – 61% dos portugueses não leram

nenhum livro impresso em 2020 (Pais et al., 2022). Ainda assim, há indícios de que a cultura e os livros, em particular, despertam ainda interesse no público. Em março de 2021, o diário norte-americano *The New York Times*¹ dava conta da recensão literária que invadia o Tiktok e, em especial, do seu impacto nas vendas sempre que um livro era recomendado. A diretora da livraria norte-americana Barnes & Noble, Shannon DeVito, confirmou essa relação entre o número de vendas vertiginoso e a plataforma: «Não vimos este tipo de grande volume de vendas – refiro-me a milhares de cópias por mês – com outras redes sociais»² (Harris, 2021, par. 7).

Portugal não escapou ao fenómeno. Como noticiava a revista *Visão*, «um pouco por todo o mundo, os *booktokers* transformaram-se nos críticos literários da atualidade»³. Através de vídeos curtos e recorrendo aos «seus instrumentos, como filtros, efeitos, músicas e memes», cada *booktoker* tem como objetivo «divulgar e partilhar os livros que leu, encontrar outros, falar dos autores, dar opiniões sobre as obras ou simplesmente partilhar o amor pela literatura, por personagens e por mundos ficcionais»⁴.

Para a autora do presente trabalho, o jornalismo cultural, nas suas diferentes abordagens, teve este papel de divulgador e mediador (não só, mas também) de livros e do universo literário, contribuindo para a formação da sua biblioteca pessoal e imaginário literário.

Da perspetiva da receção das obras literárias e a sua relação com o jornalismo cultural, João Pedro George, sociólogo, escritor e crítico, publicou, na revista *Sábado*, um conjunto de crónicas em que expunha e analisava o caso de sucesso (junto do público e da crítica especializada) da poetisa Matilde Campilho, argumentando ter sido catapultada pela «reputação fabricada pelo *Público*»⁵. Este caso, considerando-o como George o defende, demonstra que o jornalismo cultural não perdeu totalmente uma das suas principais funções: a de produzir sentido e significados sobre as obras culturais e os artistas.

Tendo este contexto em mente, não se conhece qual é exatamente o papel do jornalismo cultural no panorama da literatura em português, nem foi concebida ainda uma definição para enquadrar esta especialidade. A presente investigação procura

¹ Harris, 2021.

² Tradução nossa (t. n.);

³ Coelho, 2021, par. 2.

⁴ *Ibidem*, par. 3.

⁵ George, 2020a.

contribuir para colmatar esta lacuna ao analisar e tentar definir o jornalismo cultural de literatura em Portugal. Neste sentido, a pergunta de partida que orientou este trabalho foi a seguinte: Que influência tem o jornalismo cultural de literatura na mediação e intermediação na última década do século XXI? Com esta interrogação pretendemos analisar e compreender até que ponto o jornalismo cultural de literatura ainda estabelece ou não a ponte entre o público e a literatura, ou seja, se cumpre a função de intermediário (Bourdieu, 1984), se divulga ou não o conhecimento e as obras que existem (Melo, 2010), servindo ao mesmo tempo de mediador, tecendo juízos e significados sobre a realidade em causa, desconstruindo-a, contextualizando-a e analisando os objetos culturais em causa (Bourdieu, 1996; Janssen & Verboord, 2015; Melo, 2010).

Através da pergunta de partida, procurou-se analisar a evolução de quatro órgãos de comunicação – o jornal *Público*, o semanário *Expresso*, o *Jornal de Letras, Artes e Ideias* e a revista *Ler* – em relação à cobertura de literatura e escritores que escrevem em português. De forma a ter uma maior perceção desse progresso, estabeleceu-se uma delimitação temporal de uma década, analisando os anos de 2010, 2015 e 2020.

A dissertação tem como principais objetivos compreender o contexto do jornalismo cultural de literatura, à luz da conceptualização do jornalismo cultural; traçar o retrato da evolução do jornalismo de literatura em Portugal entre 2010 e 2020; procurar definir as principais tendências do jornalismo cultural de literatura em Portugal; entender se e como o jornalismo mantém a sua função de intermediário e mediador cultural no que à literatura em português diz respeito. Através destas linhas orientadoras, pretendemos analisar e compreender os traços gerais e as tendências do jornalismo de literatura em Portugal através de quatro órgãos de comunicação portugueses que se dedicam ao jornalismo cultural.

A estratégia metodológica que alicerça esta investigação assentou, num primeiro momento, numa vasta pesquisa documental de literatura nacional e internacional sobre cultura e jornalismo cultural. Numa segunda etapa, e de modo a enriquecer a perspetiva sobre a evolução do jornalismo de literatura em Portugal, foram realizadas entrevistas a jornalistas de cultura, editores e diretores dos órgãos suprarreferidos, bem como a escritores (emergentes e consagrados) que foram objeto de peças nas publicações em causa. Numa terceira fase, procedeu-se a uma análise de conteúdos qualitativa das edições selecionadas dos quatro meios de comunicação dos anos de 2010, 2015 e 2020. A delimitação temporal justifica-se com a necessidade de analisar a presença de autores

consagrados e autores emergentes presentes nas publicações dos anos em estudo. Tendo um denominador comum nas edições selecionadas, permitiu-nos registar e analisar a evolução da cobertura feita aos escritores e respetivos trabalhos literários ao longo dos anos.

No primeiro capítulo, explorámos teoricamente o conceito de cultura, passando por várias das ramificações do termo. Procurámos ainda contextualizar o jornalismo cultural na sua génese – relacionada com as transformações da noção de cultura – e a sua evolução a nível global e em Portugal, mas também definir o conceito de jornalismo cultural e o que o distingue dos restantes subcampos do jornalismo.

O segundo capítulo recai sobre o jornalismo cultural de literatura. Em primeiro lugar, contextualizámos as origens do jornalismo cultural de literatura globalmente e o fenómeno dos jornalistas-escritores e o seu impacto no jornalismo cultural, passando, depois, para a evolução do jornalismo cultural de literatura em Portugal. Procurámos ainda definir o conceito deste subcampo do jornalismo cultural, as suas tendências e desafios.

O terceiro capítulo da dissertação centra-se na análise dos quatro órgãos de comunicação e respetivas peças jornalísticas que incidem sobre a literatura em português, juntamente com as entrevistas realizadas aos vários elementos envolvidos no processo do jornalismo cultural de literatura – escritores, jornalistas de cultura e editores/diretores das publicações. Olhámos para a evolução na sua dimensão formal, ou seja, através das transformações ocorridas fisicamente nas publicações (qual o número de páginas, a quantidade de peças jornalísticas sobre livros e comparando com as restantes temáticas, quais os géneros jornalísticos predominantes). Ainda, procurámos entender os motivos por detrás das mudanças ocorridas através das entrevistas e quais os seus impactos no meio que ajudam a construir e sobre o qual escrevem: o universo literário e dos livros. Desta forma, procurámos traçar a evolução desta área do jornalismo cultural na última década e enquadrá-la no seu contexto social, cultural e económico.

1. Cultura: um conceito de muitos significados

O conceito de cultura é complexo e está em constante evolução, tendo vindo a englobar, ao longo dos anos, perspectivas heterogéneas e multidisciplinares. Etimologicamente, a palavra cultura deriva do latim, referindo-se ao cultivo da terra e a processos agrícolas (Hartley, 2005; Pires, 2006; Williams, 1963/2017). Na Antiguidade Clássica, o conceito ganhou uma dimensão metafórica e passa a referir-se à «ação que o homem realiza – quer sobre o seu meio, quer sobre si mesmo – no sentido de aperfeiçoar as suas qualidades e promover a cultura do espírito» (Ferin, 2002, p. 35). Esta visão clássica da cultura predominou durante a Idade Média e o Renascimento, persistindo até ao século XX. O espírito e a mente eram cultivados através das artes, da literatura, da filosofia e da ciência, apenas acessíveis a uma elite que conseguia ter acesso às manifestações artísticas.

A perspetiva clássica do conceito de cultura surge assim «vinculada à afirmação da burguesia europeia» (Ferin, 2002, p. 35), distanciando-se, através das suas conquistas intelectuais e artísticas, da “civilização”⁶ da aristocracia «reivindicando para si a posse da cultura» (*ibidem*). Havia, por isso, uma hierarquia de determinadas manifestações do conhecimento e da arte e determinados valores em detrimento de outros, servindo de elemento de distinção entre a burguesia e a nobreza. Outra forma de distinção passou a ser feita tão-somente pelo uso de expressões como “uma pessoa de cultura” ou “pessoa culta” ou “cultivada”, contribuindo para a ideia de uma cultura erudita (Pires, 2006, p. 3).

A noção de cultura ficou igualmente associada a uma noção humanista e ao desenvolvimento das faculdades humanas, da ciência e das manifestações literárias e artísticas. Do mesmo modo, o romantismo e a crítica literária e estética deixaram a sua marca na forma como atualmente compreendemos a noção de cultura (Pires, 2006, p. 39).

Contribuíram ainda para esta ideia as grandes mudanças que ocorreram na estrutura e na qualidade de vida, nomeadamente no plano social, devido à industrialização e ao desenvolvimento da tecnologia, validadas pela ideologia do progresso. Perante a evolução da sociedade moderna, surge uma tradição de pensamento com uma postura crítica e pessimista face aos efeitos da industrialização e da

⁶ Sobre a distinção entre os conceitos de civilização e cultura ver Pires, 2006.

mecanização da vida. Segundo esta linha de ideias, a identidade nacional tinha sido posta em causa por uma classe média que retirava a classificação de «ornamento não rentável» (Mattelart & Neveu, 2003, p. 11) que a arte até então tinha. Ao mesmo tempo, a aristocracia perdia a sua influência e surgiam as classes populares, causando uma crise de espírito e ameaçando a coesão social. Matthew Arnold (1822-1888) foi um dos críticos do crescente progresso da sociedade britânica e, segundo o mesmo, só através da educação e formação literária se poderia atingir a perfeição humana (*ibidem*, p. 17).

Ainda assim, a noção de cultura ganhava mais interpretações, alargando a sua abrangência. Uma primeira rutura com a perspectiva clássica surgia em 1871, quando o antropólogo Edward B. Tylor introduziu a primeira conceção antropológica, sendo «cultura (...) o complexo unitário que inclui o conhecimento, a crença, a arte, a moral, as leis e todas as outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade» (Gonçalves, 1998, p. 3). Esta visão do conceito colide com a perspectiva de que a cultura é acessível apenas a indivíduos “cultos” e se circunscreve à arte e literatura (Ferin, 2002).

Outras definições de cariz antropológico se seguiram. Entre elas está a do poeta T. S. Eliot (1962) com a introdução de três significados de cultura a partir de uma relação entre indivíduo, grupo e sociedade: uma cultura do indivíduo, uma cultura do grupo e uma terceira cultura da sociedade (Williams, 1963/2017, p. 308).

No final do século XIX e todo o século XX, profundas transformações ocorreram ao nível económico, industrial e político, possibilitando a emergência da sociedade de massas e dos *mass media* e aproximando cada vez mais as sociedades da globalização. Essas mudanças foram impulsionadas pela segunda revolução industrial, a iniciar-se a meados do século XIX, período que viria a ser marcado pela seriação e pelo consumo. O impacto desta nova fase industrial passaria a ser visível na crescente urbanização das populações, impulsionada pelo êxodo rural, na evolução dos sistemas de comunicações (com o desenvolvimento do telégrafo, da rádio e da televisão já no século XX) e de transportes, com o surgimento das ferrovias, a criação do automóvel e do avião, aumentando as possibilidades de mobilidade das pessoas. Assistiu-se ao alargamento do público e espaço público, a um maior acesso à educação, permitindo que um número significativo de pessoas aprendesse a ler, impulsionando, em grande medida, o surgimento do que viria a designar-se cultura de massas. As massas seriam compostas por indivíduos de vários grupos com diferenças sociais e culturais.

Também o desenvolvimento da imprensa, que no século XIX atinge a sua época de ouro, e em especial do mercado do livro potenciaram várias transformações no campo cultural e social. No caso do livro, «emblema por excelência da “grande cultura”», «seria dos primeiros objectos culturais a entrar no sistema alargado de produção e difusão e evoluiria num mercado expansionista, fortemente concorrencial e exigente em novidade» (M. L. L. Santos, 1992, p. 540). O livro é apontado como o elemento que está na génese da cultura de massas, antecipando «expectativas de democratização da cultura, bem como de denúncias da sua mercantilização» (*ibidem*). A cultura passa a circular em função dos públicos e assenta «uma circulação mais intensa dos objectos culturais enfatizada pela criação de espaços de fruição cultural colectiva» (Gonçalves, 1998, p. 9).

Em simultâneo, outras formas artísticas surgiam no século XIX, intimamente relacionadas com a cultura de massas: em Paris, era patenteado o daguerreótipo (1839) e, dois anos depois em Inglaterra, o calótipo, aparelhos que viriam a ser as primeiras versões das câmaras fotográficas que conhecemos hoje. Em 1891, os engenheiros da Edison Laboratories, a empresa de Thomas Edison, criariam o cinetoscópio, engenho de visualização individual de filmes que irá ser a base para a apresentação, a 28 de dezembro de 1895, do cinematógrafo pelos irmãos Auguste e Louis Lumière.

Por volta de 1900 a reprodução técnica tinha alcançado um nível em que não começou só a transformar em seu objeto a totalidade das obras de arte do passado e a submeter a sua repercussão às mais profundas transformações, como também conquistou um lugar próprio entre os modos de produção artística (Benjamin, 2006/201, p. 209).

Walter Benjamin referia-se ao desenvolvimento das técnicas de reprodução de arte que permitiam a reprodução de um grande número de cópias e facilitavam, em grande medida, o acesso aos objetos culturais. Com a possibilidade de libertar a obra de arte da tradição e do culto através da reprodução técnica, «a obra de arte reproduzida ser[ia] cada vez mais a reprodução de uma obra orientada para a reprodução» (2006/2017, p. 215) e para a exposição, permitindo «conquistar para a circulação das mercadorias objetos que antes praticamente não existiam nela» (*ibidem*, p. 309).

É neste contexto que Theodoro Adorno e Max Horkheimer desenvolvem a Teoria Crítica, no seguimento da tradição marxista da Escola de Frankfurt, assente na

crítica da mercantilização da cultura associada ao desenvolvimento do capitalismo, dos média, da tecnologia e da reprodutibilidade e serialização dos produtos culturais. Esses progressos dariam origem ao que os autores cunharam de indústria cultural, conceito que viria a substituir o termo cultura de massas e que «diz respeito à estandardização da própria coisa (...) e à racionalização das técnicas de distribuição» (Adorno, 1987, p. 289). Por outras palavras, uma vez que os produtos culturais, todos semelhantes entre si, ficaram inseridos numa lógica de produção industrial, os autores consideravam que eram mercadorias tal como quaisquer outras.

Adorno e Horkheimer partem de uma conceção clássica de cultura associada ao carácter sagrado e à aura da obra de arte de Benjamin – relacionados com a originalidade, com o aqui e agora, com a tradição e o valor do culto (nomeadamente religioso) da obra de arte. Privilegiam a pintura, o teatro e a literatura, em detrimento de outros produtos e manifestações artísticas que surgem com a cultura de massas como o cinema e o jazz. Assim, enfatizam a distinção entre “arte superior” e “arte inferior”, criticando a união dos dois domínios artísticos e culturais (Adorno, 1987; Adorno et al., 2002).

Segundo os académicos da Escola de Frankfurt, a indústria cultural cria indivíduos e consumidores passivos que aceitam acriticamente uma cultura estandardizada, cujos produtos podem ser consumidos até num estado de distração (Horkheimer et al., 2002, p. 100). Através desta lógica, a sociedade industrial retira aos seres humanos a sua individualidade, espontaneidade e capacidade de imaginação, controlando todos os momentos quotidianos e impedindo a formação de indivíduos autónomos e emancipados, «capazes de julgar e de decidir conscientemente» (Adorno, 1987, p. 295). Adorno e Horkheimer defendem que os novos desenvolvimentos da indústria e do capitalismo e os seus produtos e formas têm como objetivo dominar os indivíduos para que possam obedecer e manter o *status quo* económico e social.

A herança da Escola de Frankfurt influenciaria, em grande medida, escolas de pensamentos que se seguiriam, como os *Cultural Studies*, do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), da Escola de Birmingham. Os seus estudos focam-se nas práticas sociais, incluindo as que têm menos prestígio social. Reconhecem «a diversidade dos produtos culturais consumidos pelas classes populares» (Matellart & Neveu, 2003, p. 38) e consideram o social a partir de baixo, o quotidiano e banalidades dos meios populares, como os programas de entretenimento, o vestuário, práticas e costumes (*ibidem*, p. 40).

Ainda assim, o maior contributo é o papel de relevo atribuído aos média nas transformações sociais e culturais, integrando na análise cultural «a cultura idealista, que se focaliza no ideal de perfeição intelectual e artística, a cultura primordial, centrada nos registos, nas memórias e nos documentos produzidos pela humanidade, e a cultura de práticas quotidianas» (D. S. Silva, 2012, p. 34). Nesta linha de pensamento, o conceito de cultura de massas passa a ser entendido como um resultado mediado por diferentes dimensões das comunicações e culturas que coabitam a sociedade. Os média assumem um papel central por serem considerados tanto difusores como produtores e mediadores de culturas e significados (Ferin, 2002). É ainda enfatizado o papel ativo do público na receção das mensagens, «reforçando a hipótese de que a cada grupo específico (e a cada pessoa singular) corresponde um processo particular de apropriação e de negociação das mensagens» recebidas (*ibidem*, p. 139).

No que diz respeito à definição de cultura, Raymond Williams, um dos fundadores do CCCS (*Centre for Contemporary Cultural Studies*), dá um grande contributo com o seu livro *Culture and Society*, publicado originalmente em 1958, ao introduzir a ideia de cultura como um modo de vida (“*whole way of life*”), assumindo um sentido próximo da noção antropológica: «quando cultura se referia a um estado ou hábito mental, ou um conjunto de atividades intelectuais e morais, também significa, agora, um modo de vida»⁷ (1958/2017, p. 8).

No ensaio *Culture is Ordinary*, o autor dá outro passo ao considerar a cultura comum (“*ordinary*”), sendo por isso transversal a todas as classes sociais: «Todas as sociedades humanas têm os seus padrões, os seus propósitos, os seus significados. Todas as sociedades humanas expressam-nos, através das instituições, das artes e da aprendizagem»⁸ (Williams, 2014, p. 2). Neste sentido, e referindo-se ao caso inglês, não é apenas a burguesia que é detentora de cultura – por oposição à classe trabalhadora –, uma vez que existe uma herança inglesa comum, como instituições e significados partilhados, erguida por muitos indivíduos, não pertencendo apenas à *commercial middle class* (*ibidem*, p. 6).

Igualmente inspirado pela cultura de massas, Umberto Eco formulou um conjunto de ensaios sobre esta dimensão de cultura e sobre os *mass media*, nomeadamente sobre a banda desenhada, os filmes e a *pulp novels*, reunidos no livro *Apocalípticos e Integrados* (2015). Desta forma, Eco reconheceu a existência da cultura

⁷ T. n.

⁸ T. n.

popular e a necessidade de a incorporar no discurso intelectual da época, distinguindo duas linhas de pensamento divergentes na sua abordagem em relação à cultura de massas: os apocalípticos e os integrados. Os primeiros, onde se insere a Escola de Frankfurt, adotam uma postura crítica face à cultura transmitida pelos meios de comunicação de massa, que acusam de formatar e minar o pensamento crítico e autónomo dos indivíduos. Recusam, ainda, reconhecer os benefícios trazidos pela cultura de massas. Por oposição, os integrados encaram de forma otimista os *mass media*, impulsionadores de um novo cenário cultural através da democratização da informação e dos bens culturais, anteriormente acessíveis apenas a um grupo restrito das sociedades.

Eco entende que ambas as posições são duas faces do mesmo problema, além de nunca chegar a posicionar-se totalmente em nenhum dos lados. Reconhece a existência da cultura popular e integra-a nos seus estudos. Porém, considera as suas mensagens redundantes. Por outro lado, acredita que a cultura de massas e “cultura superior” coexistem: um indivíduo pode ser «consumidor de poesia de Pound e (...) consumidor de um romance policial (...) em diversos momentos do seu dia» (*ibidem*, p. 70), deitando por terra a divisão entre os vários níveis de cultura (*high, middle, low*). A razão, argumenta, prende-se com o facto de a sociedade industrial contemporânea assaltar o indivíduo com uma carga informativa, levando até os intelectuais mais cultos a refugiarem-se na narrativa redundante através do convite ao descanso (Eco, 2015, p. 237).

Também sob a influência da Teoria Crítica de Adorno e Horkheimer, e partindo de uma postura crítica, nos anos 1980, o conceito de indústria cultural evoluiu para o plural para abarcar a complexidade, ambivalência e diferentes lógicas que operam no campo da produção cultural (Hesmondhalgh, 2013, p. 24). Foi a partir do início do século XX que as indústrias culturais ganharam outro fôlego, devido à industrialização e comoditização da cultura, isto é, a cultura começou a ser encarada como um produto e mercadoria, passando a estar associada com a produção e o consumo.

Por indústrias culturais, entendem-se as indústrias e entidades que produzem e fazem circular de forma industrial textos, ou seja, conteúdos simbólicos (Hesmondhalgh, 2013). Esta ideia é hoje indissociável de uma noção contemporânea de cultura e influencia também a forma como o jornalismo cultural olha para a cultura, como exploraremos mais adiante. As áreas abrangidas por este conceito variam consoante os autores, mas, de forma geral, o conceito engloba desde a indústria

audiovisual (televisão, cinema, incluindo os vários formatos em que podem ser distribuídos e assistidos), a rádio e a música, a literatura, os jogos e videojogos, o design, a arquitetura, as artes visuais e performativas, e a publicidade (Hesmondhalgh, 2013; R. Santos, 2007). Para a Unesco, as indústrias culturais:

combinam criação, produção e comercialização de conteúdos por natureza intangíveis e culturais, adicionam valor individual e social aos conteúdos e baseiam-se em conhecimento e trabalho intensivo, criam emprego e riqueza, alimentam a criatividade e desenvolvem a inovação nos processos de produção e comercialização. (R. Santos, 2007, p. 65)

Já para David Hesmondhalgh (2013), a importância das indústrias culturais relaciona-se com

a sua capacidade de produzir e pôr em circulação produtos que influenciam o nosso conhecimento, compreensão e experiência (textos); o seu papel enquanto sistemas para a gestão de criatividade e conhecimento; e os seus efeitos enquanto agentes de mudança económica, social e cultural⁹. (*ibidem*, p. 4)

Outras definições de cultura foram surgindo, tal como a noção de “cultura mosaico” e “cultura híbrida”. A primeira, de Abraham Moles (1920-1992), diz respeito a fragmentos culturais, caracterizados também pela superficialidade, que resultam dos *mass media* que contêm elementos da cultura erudita, da cultura de massas e de outras dimensões culturais (Ferin, 2002; D. S. Silva, 2012). O segundo conceito foi cunhado por Néstor García Canclini (1995) para se referir à fusão entre manifestações populares e a cultura de massas, onde a elite cultural não pode ser separada do fenómeno da globalização (Ferin, 2002; D. S. Silva, 2012).

Para o académico José Bragança de Miranda, cultura foi, e ainda é,

uma forma de produzir sentido através de estratégias, quer temporais (daí a importância das categorias epocológicas, como “período”, “modernidade”, “pós-

⁹ T. n.

moderno”, “neobarroco”, “fim”, etc., etc.), quer espaciais (o que se explica que se pretenda englobar no seu âmbito todas as práticas e instituições, por afastadas que pareçam estar, como é o caso de cultura e mercado, das políticas culturais, dos museus, mas também das técnicas e dos hábitos, das sensibilidades, etc.). (2007, p. 24)

Seguindo esta ideia, «cultura é a forma actual de reconstituir a unidade da experiência, de a articular figurativamente» (*ibidem*), dando-lhe sentido e organizando-a em torno de nódulos duros. Cria uma imagem mais ou menos rígida do mundo, o que está patente na progressiva institucionalização de várias esferas. Nesse sentido, «é nítida a progressiva institucionalização da cultura, em fundações, museus, economia, grupos, *media*, políticas culturais, etc.» (*ibidem*, p. 25).

Face à crescente evolução e emergência de novas ramificações do conceito de cultura, a Unesco definiu a diversidade cultural como «o conjunto dos traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social e que abrange, além das artes e das letras, os modos de vida, as formas de viver em comunidade, os sistemas de valores, as tradições e as crenças» (Unesco, 2002, p.1).

Ainda assim, John Hartley (2005) defende que a sociedade ainda não ultrapassou a noção arnoldiana de cultura que assenta na «procura da (...) perfeição espiritual, por via do conhecimento e prática da “grande” literatura, da “bela” arte e da “séria” música»¹⁰ (2005, p. 52). Por isso, ainda hoje, a cultura é vista, numa perspetiva elitista, como propriedade dos poucos – os “cultos” – e ainda persiste a antiga dicotomia entre “cultura alta” e “cultura baixa”. E, apesar de Matthew Arnold ter dado os primeiros passos teóricos na conceptualização de cultura e de ser precursor dos *Cultural Studies*, fê-lo conotando negativamente o conceito de cultura popular (Matterlat & Neveu, 2003).

Olhando para as práticas culturais dos portugueses em 2020 (Pais et al., 2022), percebemos que o acesso à cultura em Portugal continua restrito a alguns grupos sociodemográficos e que a fruição e participação cultural mantém-se dividida em certa medida entre as duas dimensões de cultura. Os dados do estudo de Pais et al. (2022) revelam um acesso à cultura desigual, cujas clivagens sociais continuam a condicionar

¹⁰ T. n.

esse acesso: a cultura é privilégio de pessoas com mais rendimentos, dos mais jovens e mais escolarizados.

Importa referir, não obstante, que muito caminho foi percorrido no sentido de uma abertura e democratização do acesso à cultura e à educação. No início do século passado, aproximadamente 75% da população portuguesa era analfabeta (Graff em Cadeias & Simões, 1999, p. 168). Em 1970, a taxa era de 25,7% e, em 2011, apenas 5,2% da população portuguesa era analfabeta (Pordata, s.d).

Da mesma forma que a sociedade portuguesa passou a ter mais acesso à educação e cultura, há indicadores que apontam para um “omnivorismo cultural”. Considerando de novo as práticas culturais dos portugueses em 2020, alguns dos inquiridos de classes socioprofissionais com maior prestígio e com mais rendimentos aderiram a práticas culturais consideradas mais populares, como os festivais ou as festas locais – são uma das práticas mais transversais e enraizadas na população portuguesa, tendo uma participação de 38% (Pais et al., 2022, p. 9). Do outro lado das classes socioprofissionais, indivíduos cuja escolaridade dos pais não ultrapassa o terceiro ciclo conseguem aumentar as suas práticas culturais, após terem frequentado o ensino superior (*ibidem*, p. 7).

Não só estas tendências de fruição e participação cultural se refletem nas páginas do jornalismo cultural, mas também as diferentes conceções de cultura coexistem nas publicações culturais, o que analisaremos no próximo capítulo.

A emergência e coexistência de diferentes noções de cultura, bem como o surgimento de novos imaginários e horizontes culturais foram impulsionados pela globalização, o que foi possível, em grande medida, devido aos meios de comunicação de massas e à transformação de tudo em informação imediata e universalmente disponível a cada vez mais pessoas (A. Melo, 2002, p. 37). Uma vez iniciada a circulação de informação a nível global, de imagens, ideias e opiniões, as realidades culturais atuais passaram a ser caracterizadas «por graus crescentes de diversificação, heterogeneidade e interpenetração étnica e abertura geográfica» (*ibidem*, p. 49), esbatendo as fronteiras entre vários campos e dimensões das nossas sociedades, nomeadamente entre cultura *mainstream* e culturas marginais, alta cultura e baixa cultura e cultura erudita e cultura de massas (*ibidem*, pp. 60 e 62).

Este fenómeno tem sido cada vez mais aprofundado com a internet e com os dispositivos de acesso móvel, pois permitem um acesso constante a informações e à cultura a nível global como exploremos no próximo tópico.

1.1. Cultura num ambiente digital

O nosso quotidiano está atualmente cada vez mais embrenhado na internet, na tecnologia e nos média, universo em contínua evolução. À semelhança das restantes dimensões das sociedades contemporâneas, também a cultura foi bastante influenciada pelos avanços tecnológicos, em particular pela digitalização, pilar do ambiente digital, e pela expansão do acesso à internet.

Para entender o que é a digitalização, utilizamos a definição de Henry Jenkins (2006), «o processo segundo o qual imagens, sons e informações são transformados em *bytes* de informação que podem mover-se de forma fluída entre plataformas dos média e pode ser facilmente reconfigurada em diferentes contextos»¹¹ (p. 283). Esta definição ajuda-nos a entender as mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais relacionadas com a forma como os média navegam nas nossas culturas. Algumas das alterações são

o fluxo de conteúdo entre múltiplas plataformas dos média, a cooperação entre várias indústrias dos média, (...) o comportamento migratório das audiências dos média que iriam quase a qualquer lugar em busca de algum tipo de experiências de entretenimento que queiram.¹² (*ibidem*, p. 282).

As alterações desencadeadas pela digitalização e pela convergência podem aplicar-se, por exemplo, às manifestações culturais e artísticas, que podem ser agregadas em vários *websites*, como já acontece com os livros, músicas, filmes e séries. Livros são adaptados para o grande e pequeno ecrã, para jogos e *merchandise* – alguns dos casos mais emblemáticos são os universos de *Harry Potter*, *O Senhor dos Anéis* ou *A Guerra dos Tronos*, mas também os heróis da Marvel e da Liga da Justiça ou DC Comics. E as próprias indústrias culturais já não se especializam apenas num meio. O meio editorial não se dedica apenas à publicação de livros, também produz conteúdos na internet e redes sociais e até a Netflix se alargou aos videojogos.

Em simultâneo, a internet transformou a produção, distribuição, partilha e acesso aos produtos culturais, facilitando estes processos. Muitas formas culturais estão agora à distância de um clique – tendência que se intensificou durante a pandemia –, e

¹¹ T. n.

¹² T. n.

disponíveis para uma maior audiência, que tem ao seu alcance uma maior participação e envolvimento.

Este ambiente participativo é designado por Jenkins (2006) como “*participatory culture*”, «cultura onde os fãs e outros consumidores são convidados a participar na criação e circulação de novos conteúdos»¹³ (p. 290). Tendo como exemplo o universo literário e em torno dos livros, a proliferação de blogues e páginas nas redes sociais (Youtube, Instagram, TikTok) onde se divulgam e discutem livros são representativos da participação ativa, tal como as *fanfictions* (histórias ficcionais escritas e divulgadas por fãs), as interações (através de comentários e gostos) nas redes sociais e outros grupos online. E, no caso português, a tendência da “*participatory culture*” também se aplica: «os públicos da cultura contemporâneos podem ser, por vezes simultaneamente, artistas e criadores, produtores, distribuidores, consumidores ou cidadãos ativistas» (Pais et al., 2022, p. 1).

Estas possibilidades de criação e partilha foram amplificadas pela difusão da internet à escala global na década. A «abrangência do acesso à internet repercutiu-se no quotidiano das sociedades, produzindo transformações nucleares tanto ao nível dos conteúdos e possibilidades como dos objetivos e modos de utilização» (G. Cardoso et al. 2015, p. 123). O acesso dinâmico, contínuo e instantâneo à internet «contribuiu nuclearmente para a transformação dos clássicos modelos de difusão informativa, abrindo campo para uma sociedade de conhecimento dinâmica e articulada, em que todos os agentes são potenciais transmissores e recetores de matéria» (*ibidem*).

Em 2020, 4,6 mil milhões de pessoas utilizavam a internet, mantendo a tendência de crescimento exponencial (UTI, 2021, 30 de novembro). Ou seja, em 2020, cerca de 58% da população mundial tinha acesso à internet. No caso português, 74% das famílias portuguesas tinham acesso à internet em 2020 (Eurobarometer, 2021, p. 11).

Cada vez mais, o uso da internet também passa pelas redes sociais. Olhando para os números do *Digital News Report* do *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 69% dos inquiridos (de uma amostra de 46 países) acedeu ao Facebook e ao Youtube semanalmente em 2020 (Newman et al., 2021, p. 52). Já os dados referentes a Portugal revelam que 73,2% da população que usa a internet utiliza o Facebook e 65,6% acede ao Youtube (G. Cardoso et al., 2021, p. 12). O fenómeno das redes sociais, especialmente nos últimos anos, não é dissociável de dispositivos de comunicação

¹³ T. n.

móveis como o *smartphone* e o *tablet*, que introduziram «uma nova forma de aceder à informação e de partilhá-la, mais direta e mais instantânea» (G. Cardoso et al., 2015, p. 159).

As novas possibilidades de mobilidade virtual, impulsionadas pelas novas tecnologias de comunicação móveis e infraestruturas de comunicação, criaram as condições para surgir um novo processo de mediatização no seio das sociedades (Steinmaurer, 2014). Este fenómeno ocorre porque, à medida que os aparelhos tecnológicos vão evoluindo, moldam as próprias sociedades onde estão inseridos. O processo de transformações, possibilitado pelos média, é designado de mediatização, «um conceito usado para levar a cabo uma análise crítica da inter-relação entre a mudança dos média e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade por outro»¹⁴ (Hepp & Krotz, 2014, p. 3). No fundo, o termo mediatização descreve um processo de mudanças e transformações socioculturais nas sociedades associado ao desenvolvimento dos média.

Essas transformações têm resultado numa conectividade cada vez maior: estamos constantemente ligados. Descrevendo de outra forma, vivemos nos média (e não com os média), como resumiu Mark Deuze (2012). O autor refere-se à expansão dos média a grande parte – para não dizer toda – da experiência social e individual e a consequente ubiquidade e constante conectividade que se tornaram invisíveis aos nossos olhos.

As alterações não se registaram só nas práticas comunicacionais, de sociabilidade e no fluxo de informações e conteúdos. A internet deixou a sua marca indelével «nos hábitos de consumo de informação, nas representações sociais sobre os diferentes média, nos próprios meios de comunicação e nas práticas jornalistas, nas fontes informativas, nos conteúdos disponíveis ou nos modos de interatividade» (G. Cardoso et al, 2015, p. 205).

Em Portugal, o principal dispositivo utilizado para aceder à internet é o *smartphone*: 89% dos portugueses usam normalmente o aparelho para aceder à internet (Pais et al., 2022, p. 15), «numa lógica de conectividade permanente» (*ibidem*, p. 6) e ultrapassando com larga margem o *laptop* (54%). O pequeno aparelho também domina nos hábitos de consumo de informação: o consumo de notícias através do *smartphone* já representa 73% (Newman et al., 2021 p. 11). No caso português, é o principal

¹⁴ T. n.

dispositivo para consumir notícias (74,6%), superando o laptop em relação ao consumo de notícias e à utilização geral (G. Cardoso et al., 2021, pp. 67-68). Tal transição teve e continua a ter um impacto nas práticas em termos da produção e distribuição de conteúdo (*ibidem*).

Além disso, estamos a assistir ao estabelecimento de uma nova estrutura comunicacional e forma de estar coletiva e individualmente que implica uma conectividade constante e uma omnipresença dos ecrãs. A nível individual, algumas das mudanças podem verificar-se no *multitasking* (Jenkins, 2006, p. 16) – também potenciado pela convergência tecnológica. Este fenómeno é incentivado pela convergência de funções dos aparelhos tecnológicos, como o *smartphone*, que reúnem tantas funções e serviços num só dispositivo.

O *multitasking*, juntamente com a omnipresença dos ecrãs, pesa cada vez maior sobre o défice de atenção (*attention span*). Soma-se à equação o tsunami de informações e conteúdos disponíveis online que sobrecarregam o indivíduo. James Williams (2018) enquadra esta sobrecarga no contexto do advento da digitalização: passámos de um estado de escassez de informação para um excesso. Este mar de informações impactou inversamente o estado da nossa atenção, diminuindo-a. Nesse processo, o antigo especialista de publicidade na Google e investigador na Universidade de Oxford coloca as empresas tecnológicas no cerne do problema da atenção individual e coletiva, fruto da economia da atenção, onde os produtos digitais e serviços competem para captar a atenção dos seus utilizadores.

É este o objetivo ambicionado pelo “*design persuasivo*”, ou seja, por um conjunto de «técnicas e infraestruturas desenvolvidas para a publicidade digital para atingir os objetivos de persuasão nas plataformas e nos próprios serviços»¹⁵ (*ibidem*, p. 28) que incluem levar o utilizador a passar o máximo de tempo possível no produto ou serviço, a clicar ou fazer *scrolling* continuamente e mostrar-lhe quantas páginas, publicidade e notificações conseguirem, apelando e explorando as suas vulnerabilidades. Se considerarmos a ubiquidade da internet, a conectividade permanente e o facto de o telemóvel ser o aparelho mais utilizado (em Portugal), com maior adesão e conectividade entre os mais novos (Pais et al., 2022, p. 14), também aumenta a possibilidade de se ser tentado por distrações, especialmente entre os utilizadores mais fiéis.

¹⁵ T. n.

É neste contexto que competem os bens culturais e a própria cultura. E a análise de James Williams parece ainda mais relevante se se tiver em conta os níveis de leitura em Portugal: 61% dos portugueses não leram um livro impresso em 2020, um valor significativamente superior aos 38% relativos a Espanha (Pais et al., 2022). Também em relação à leitura de livros digitais, os dados dos dois países divergem com alguma margem: 10% dos portugueses inquiridos leram livros digitais, contra 20% dos espanhóis (p. 7).

Ainda assim, do mesmo modo que as novas tecnologias de comunicação e a internet possibilitam uma conectividade permanente e distrações infinitas, permitem um maior acesso e partilha de conteúdos, nomeadamente culturais. Estas possibilidades e tendências foram intensificadas com a pandemia. Quando, em março de 2020, foi declarada oficialmente a pandemia de covid-19 e o mundo se fechou num confinamento coletivo, de repente, ficámos fechados e o principal (se não único) elo de ligação com o mundo era os ecrãs – a televisão, o smartphone, o computador. «Imaginemos que não havia ecrãs, como é que nós estaríamos?», dizia Cristina Ponte, professora e investigadora na FCSH, da Universidade Nova de Lisboa, em declarações ao *Público*¹⁶, sintetizando bem o sentimento que pairou durante os confinamentos.

A cultura, à semelhança das restantes áreas da sociedade, foi forçada a adaptar-se. Foi um desafio que acabou por possibilitar muitas oportunidades, não só ao nível dos objetos artísticos, mas também no que diz respeito ao alcance dos públicos. Músicos atuaram em *lives* nas redes sociais; instituições artísticas e culturais como museus possibilitaram visitas virtuais e orquestras atuavam para plateias digitais (ou disponibilizavam concertos gravados); livros foram disponibilizados de forma gratuita em formato digital. E as possibilidades não se esgotavam ali. «Tudo o que se passava no mundo parecia disponível a partir do sofá da nossa sala. Desde que haja electricidade, internet de banda larga, computador, televisão, *smartphone* ou *tablet* que nos valha», relatava no jornal *Público* Isabel Coutinho, jornalista do diário¹⁷, num retrato na primeira pessoa, o seu dia preenchido – no verdadeiro sentido do termo – de cultura através dos ecrãs e do conforto de casa.

Para os que ficaram em casa, os ecrãs foram a principal janela para o mundo. E, juntamente com a cultura, foram para muitos (se não todos), uma bóia de salvação e abstração, reforçando o potencial da cultura para o bem-estar individual e social. De

¹⁶ Duarte, 2021, par. 8

¹⁷ Coutinho, 2020, par. 3

facto, a «consulta de notícias online, utilização de plataformas de *streaming*, visualização de televisão e serviços de videoconferência, entre outros, registaram durante o confinamento aumentos exponenciais de utilização» (G. Cardoso & Baldi, 2020, p. 25). No caso dos serviços online, em 2020, as plataformas de *streaming* de vídeo deram um pulo de crescimento de subscritores e dos valores na bolsa (J. A. Cardoso, 2020; D. Dias, 2021).

A pandemia acelerou e intensificou a relação já dependente das sociedades com os média e a internet. Incentivou novas tendências em relação, por um lado, à oferta cultural disponibilizada online e, por outro, aos próprios hábitos culturais tendo por base as plataformas digitais (G. Cardoso & Baldi, 2020; Pais et al., 2022). Logo em 2020, alguns desafios (e oportunidades) relacionados com o campo das artes performativas e o mundo digital já começavam a manifestar-se. Como referiu Paulo Pires, programador cultural, o universo digital online possibilita novas formas de comunicação, de difusão das ofertas culturais e das criações artísticas e permite o arquivo de espetáculos. «O online [tem vindo] a consolidar-se como um recurso de inegável atractividade para a sensibilização e contacto directo com o público»¹⁸ e demarca-se pela inovação, pelo alcance e eficácia. Destacamos também a contribuição do mundo digital na mediação cultural, pois pode incentivar uma intervenção cultural mais regular, nomeadamente através de visitas virtuais, *podcasts*, newsletters, conferências online e outros tipos de interações com o público

A par do que sucede com os restantes quadrantes das sociedades, o contexto atual é de transição do paradigma cultural. No caso do meio cultural, virámo-nos para os ecrãs e há tendências que poderão vir a consolidar-se, como os eventos híbridos (em regime presencial e digital). Ainda assim, a panóplia de oferta cultural não faz desvanecer o desafio de atrair as pessoas para a cultura – sobretudo após o confinamento e o celibato de atividades culturais fora das quatro paredes. Mas, como dizia José Machado Pais ao *Diário de Notícias*, um dos coordenadores do estudo sobre os hábitos culturais dos portugueses, «o aumento da oferta cultural acessível através da internet pode diversificar e ampliar os hábitos culturais»¹⁹.

¹⁸P. Pires, 2020, par. 13.

¹⁹ I. Dias, 2022, par. 7

1.2. Jornalismo cultural: a evolução de uma especialidade

Os primeiros registos de jornalismo cultural remontam ao pós-Renascimento, em concreto ao movimento iluminista no século XVIII, embora no século XVII já circulassem na imprensa críticas e recensões de livros (Briggs & Burke, 2002, p. 85; Riegert et al., 2018, p. 4). O jornalismo cultural beneficiou particularmente com a invenção da imprensa, aproximadamente em 1450, da autoria de Gutenberg. Rapidamente, a prática da impressão alastrou-se pela Europa (Briggs & Burke, 2002, p. 27), potenciando e difundindo cultura, arte e obras artísticas, mas também impulsionando e divulgando ideias, movimentos intelectuais e filosóficos – como foi o caso do iluminismo –, estéticos, artísticos, sociais e políticos (Piza, 2003; Melo, 2010).

Em 1550, a difusão de livros alcançara uma grande dimensão (Briggs & Burke, 2002, p. 30). Esse volume indomável de publicações refletiu-se no tamanho das bibliotecas – queriam-se cada vez maiores – e, depois, no nascimento de catálogos para ajudar os leitores a encontrarem os livros pretendidos. Perante a dificuldade de ficar a par das novas publicações, ao mesmo tempo que as revistas especializadas se multiplicavam, existia a necessidade de um novo guia para ajudar o público a navegar no mar de livros e revistas. «Uma vez que havia muitos mais livros do que os que se podiam ler durante toda uma vida, os leitores necessitavam da ajuda de bibliografias exclusivas para os distinguir entre eles e, desde finais do século XVII, [de] recensões das novas publicações»²⁰ (*ibidem*, p. 31).

Briggs e Burke indicam *The Transaction of the Royal Society of London* (1665) ou a *Nouvelle de la République des Lettres* (1684) como as primeiras publicações que incluíam a cobertura de obras culturais, corroborando a ideia de que «a recensão de livros foi uma invenção de finais do século XVII»²¹ (*ibidem*, p. 85).

Para Arnt (2001), foi em 1665 que surgiu a crítica literária, na gazeta francesa especializada *Journal des Savants* (Strelow, 2014, p. 1). A publicação tinha como objetivo dar a conhecer livros novos, divulgar e registar novas descobertas. Com efeito, o sucesso do *Journal des Savants* chegou ao estrangeiro, tendo sido traduzido pelo menos em três línguas – italiano, alemão e latim. À medida que foram nascendo publicações pela Europa, foram evoluindo para um género híbrido que Arnt caracteriza como jornais políticos que incluíam crítica literária (*ibidem*).

²⁰ T. n.

²¹ T. n.

Com o surgimento do espaço público literário, precursor do espaço público que conhecemos hoje, as formas de comunicar (incluído a comunicação de cultura) viriam a passar por alterações históricas. Segundo Jürgen Habermas (1962/2012), no século XVIII, os salões e cafés de Londres e Paris eram palco de discussões e debates, onde se comentava e opinava sobre obras artísticas, designadamente livros, e sobre o que era publicado nos jornais e revistas da época. Em 1742, fora criada a primeira biblioteca pública e proliferavam clubes e círculos de leitura e edições por subscrição, confirmando o hábito da leitura que se tinha estabelecido entre as camadas burguesas (Habermas, 1962/2012, p. 135).

No que diz respeito à crítica feita às obras culturais, numa primeira fase, ocorria nos espaços de convívio. Passou para a correspondência manuscrita e depois para as publicações impressas, tornando-se o «instrumento publicístico» (*ibidem*) da crítica dos juízes das artes. Habermas enquadra «os jornais de crítica de arte e cultura, como instrumentos da crítica de arte institucionalizada, (...) criações típicas do século XVIII» (*ibidem*, p. 123). E, já no fim do século XVIII e no início do século XIX, a crítica de teatro, música e literatura marcava já uma presença assídua na imprensa diária em várias partes da Europa (Riegert et al., 2018, p. 4).

Um dos marcos do jornalismo cultural viria a nascer em 1711, *The Spectator*, cuja finalidade era «tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembleias, casas de chá e cafés» (Piza, 2003, parte Conversas humanistas). Ainda no mesmo século nascia uma cobertura de cultura mais próxima do entretenimento – tendo como exemplo a revista *The Gentleman's Magazine*, criada em 1731 (D. S. Silva, 2012). Em França, surgiam os panfletos literários e revistas dirigidas ao público feminino (Carmo, 2006).

Foi entre os séculos XIX e XX que nasceram as primeiras publicações especializadas em cultura, como as revistas *Le constitutionnel* (1819) e *Le Globe* (1824), onde o ensaio e a crítica habitavam, contribuindo «para a consolidação do jornalismo cultural a nível mundial» (D. S. Silva, 2012, p. 88). Já em meados do século XIX, o ensaio e a crítica tornaram-se ainda mais influentes (Piza, 2003) e surgiam os jornalistas-escretores, cujo fenómeno aprofundaremos no próximo capítulo.

Outras publicações foram aparecendo, como as emblemáticas revistas *The New Yorker* (1925) e a *Interview* (1969), que «refletiam a emancipação da cultura» (D. S. Silva, 2012, p. 88). A *New Yorker* exerceu um papel de relevo na divulgação de grandes nomes da literatura, tal como cartoonistas, e foi também responsável por impulsionar o

jornalismo literário – ou seja, o jornalismo que recorre a elementos de literatura como descrições detalhadas, diálogos, entre outros (Piza, 2003, parte Revistas e Revisões).

Seguiram-se no mesmo período outros grandes nomes do jornalismo cultural, como a *Esquire* (1933), a *Encounter* (1953), a *The New York Review of Books* (1963), considerada por Piza (2003) o principal suplemento de livros e ideias dos EUA atualmente, e o *Times Literary Supplement* – criado em 1902, inaugurou a tradição dos suplementos literários (D. S. Silva, 2012, pp. 90). Fora do universo anglo-saxónico, a *Nouvelle Française* (1909) foi uma das revistas francesas mais influentes a nível mundial e teve um papel crucial na divulgação da estética do simbolismo; mais tarde, publicou experiências literárias entre as duas grandes guerras e de autores estrangeiros (*ibidem*, p. 90). Também a *Revista de Occidente* (1923), publicação madrilena e de cariz mais académico, deixou a sua marca indelével no jornalismo cultural, tendo ficado conhecida pela sua divulgação de movimentos inovadores literários e artísticos (*ibidem*).

Em Portugal, a *Gazeta Literária* ou *Notícias Exactas dos Principais Escritos Modernos* (1761) foi a publicação que assinalou o início do jornalismo literário em Portugal (Rocha, 1985, p. 97). A publicação foi editada no Porto e «fazia parte da sua filosofia editorial dar a conhecer a Portugal os melhores livros» (D. S. Silva, 2012, p. 99), mas acabou por fechar as portas no ano seguinte.

Os dois séculos seguintes foram marcados pelo aparecimento de muitas revistas literárias efémeras, que «constituíram, na sua maioria, símbolos de movimentos artísticos e literários, tendo sido fundadas precisamente por escritores e artistas» (D. S. Silva, 2012, p. 100). Por isso, são também fontes principais da história cultural e política portuguesa.

Apesar da censura, mesmo durante o Estado Novo, o jornalismo cultural não desapareceu. Foram várias as publicações culturais que persistiram, como a revista *Flama* (1937-1976) e *Século Ilustrado*, suplemento de *O Século*, que se debruçavam sobre a oferta cultural. Contudo, à semelhança do que sucedeu com as publicações generalistas, muitas publicações foram aproveitadas pelo regime para difundir ideias associadas ao regime e proibiu-se, através dos vários tentáculos censórios, a informação cultural que colidia com os ideais da ditadura. A título de exemplo, não só vários livros foram censurados e proibidos de circularem no mercado, também vários nomes da literatura foram vedados das páginas da imprensa portuguesa (Azevedo, 1999). Uma

vez que toda a vida cultural e artística era condicionada pela censura²², outras publicações, como *O Tempo e o Modo* (1963-1970, I série) ou a *Vértice* (1942-1986, I série) serviam de veículos de tertúlias, cineclubes e movimentos literários que existiram à margem do regime ditatorial (D. S. Silva, p. 101).

Foi após o 25 de Abril de 1974 que acabou por eclodir uma maior diversidade de manifestações culturais. Muitas publicações nasceram, outras reapareceram, mas sem deixarem de acompanhar a crescente tendência de segmentação e especialização dos órgãos de comunicação, contribuindo para o aparecimento de jornais e revistas apenas dedicados à cultura na década de 1980 (Carmo, 2006). Os semanários *Se7e* e *Blitz* são emblemáticos dessa época e «responsáveis por uma vivificação da cena artística portuguesa», nas palavras de Teresa Maria de Carmo (*ibidem*, p. 2), porque não só acompanhavam o panorama artístico português, mas também criavam tendências e vanguardas, promovendo prémios anuais. Aliás, o *Se7e* foi a publicação que introduziu o primeiro cartaz exaustivo de tudo o que acontecia a nível cultural em Portugal (através do “Roteiro”) (*ibidem*).

Com a emergência de novas audiências, potenciada pelo desenvolvimento das indústrias culturais, a informação cultural passou depois a ser integrada pelos jornais generalistas, que criaram editorias de cultura (*ibidem*). Atualmente, os principais diários em Portugal têm suplementos culturais, como o suplemento *Ípsilon*, do *Público*, e a revista *E*, do *Expresso*. Das publicações especializadas, o *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, criado em 1981, é o único jornal temático dedicado à cultura, mas Teresa Maria Carmo (2006) salienta ainda a importância da revista trimestral *Colóquio Letras*, editada pela Fundação Calouste Gulbenkian.

²² Em abril de 2022, na exposição “Proibido por Inconveniente-Materiais da Censura no Arquivo Ephemera”, realizada no antigo edifício do *Diário de Notícias*, a partir da biblioteca e arquivo do historiador José Pacheco Pereira e com curadoria de Júlia Leitão de Barros e Carlos Nuno, ficou bem evidente o quanto os livros, editoras e autores foram vítimas da censura, entre 1926 e 1974. Os censores recusavam e proibiam a publicação de obras estrangeiras e nacionais consideradas impróprias a nível ideológico ou moral. Entre as obras censuradas expostas na mostra, encontravam-se, a título de exemplo, livros dos escritores Jean-Paul Sartre, Jorge Amado e Luandino Vieira ou dos portugueses Alves Redoal, Ferreira de Castro, Vergílio Ferreira, Mário Cesariny de Vasconcelos e, entre outros, Luiz Pacheco. Segundo o relatório da comissão da censura número 2982, sobre a obra da *Vagão J*, de Vergílio Ferreira, publicado pela Coimbra Editora: “Parece que o autor esteve em qualquer vila ou aldeia, e escolheu para protagonista do seu romance a família mais asquerosa do povoado- a família borralho.”

1.3. O que distingue o jornalismo cultural?

O conceito de jornalismo cultural acompanha desde o seu início a evolução da noção de cultura, sendo, por isso, também complexo, heterogéneo e de difícil definição. Atualmente, as secções de cultura combinam várias concepções de cultura. Quebraram a barreira que separa a noção “clássica” (ou superior) da dimensão popular e de massas e englobam inclusivamente outras concepções de cultura, como a sua dimensão antropológica e quotidiana (*whole way of life*, na aceção de Raymond Williams). Segundo os teóricos da Escola de Frankfurt, a cultura alta distingue-se da cultura baixa através da não reprodução das obras culturais, deixando intacto o seu carácter sagrado e a sua aura, como aconteceria na pintura, no teatro e na literatura (Ferin, 2002, p. 108). Esbatendo-se as fronteiras entre as várias dimensões de cultura e entre temáticas, matérias tradicionais como a literatura, a pintura e o teatro passaram a circular lado a lado com temas associados à cultura de massas, designadamente o cinema e a música, e áreas relacionadas com o *lifestyle* como a gastronomia, a moda e o *design* (D. S. Silva, 2012; Piza, 2003). Esta abertura do foco cultural derivou, em grande medida, da globalização cultural e do impacto da indústria dos média no jornalismo, e no jornalismo cultural em particular (Kristensen & From, 2015b; A. Melo, 2002; Riegert et al., 2018). Também o público e o consumidor foram impactados pela globalização cultural, tornando-se mais omnívoros culturalmente (Kristensen & Riegert, 2021).

Estas nuances são observadas nos média, nas diferentes coberturas e géneros utilizados e também nas várias nomenclaturas existentes para designar e definir esta especificidade do jornalismo. A tradição anglo-saxónica utiliza jornalismo de arte, num sentido mais restrito e caracterizado pelas *reviews*, críticas, notícias e outros textos e ensaios sobre arte e cultura popular. Por sua vez, os estudos nórdicos e de outros países da Europa (como é o caso de Portugal), juntamente com a tradição américo-latina, utilizam jornalismo cultural, conceito mais abrangente que engloba também questões sociais e político-ideológicas, matérias relacionadas com *lifestyle* e discussões de reflexão ética (Riegert et al., 2018, D. S. Silva, 2012).

Uma das grandes contribuições para a definição do jornalismo cultural foi introduzida por Nete Nørgaard Kristensen (2010), que realizou um levantamento da evolução do jornalismo cultural contemporâneo e o definiu como um continuum entre arte superior, cultura popular, *lifestyle* e consumo. Já Daniel Piza (2003) entende o

jornalismo cultural numa perspetiva antropológica relacional do conceito de cultura, no sentido de poder integrar não só as manifestações artísticas, mas também todo o conjunto de crenças e valores de um sistema, refletindo sobre a realidade social, cultural política e económica (*ibidem*, capítulo II).

Na mesma linha de pensamento, para Isabelle Anchieta de Melo (2010) jornalismo cultural distingue-se pelo seu carácter reflexivo e pela sua função de democratizar o conhecimento. Tal é possível com o diálogo com outras disciplinas (nomeadamente com as ciências sociais e humanas) e com uma abundância de temáticas e implicações (I. A. Melo, 2010; Piza, 2003, introdução). O carácter reflexivo implica a análise crítica dos bens culturais, sendo essa reflexividade – entenda-se a reflexão e avaliação a que os produtos e práticas culturais são sujeitos – o que verdadeiramente torna o jornalismo cultural tão singular (I. A. Melo, 2010, p. 6). Em relação ao seu carácter democrático, salienta a autora que é intrínseca ao jornalismo cultural

a função de mediar o conhecimento e aproximá-lo do maior número de pessoas. A intenção era a de não restringir a uma elite a esfera das artes, da filosofia e da literatura. Havia nisso um entendimento da função social do jornalismo cultural como locus adequado para dar acesso irrestrito a todo saber, fato esse que se torna uma regularidade no jornalismo cultural. (2010, p. 5)

Riegert et al. (2018), por seu turno, consideram o jornalismo cultural um local-chave para a informação, avaliação e reflexão no contexto da esfera pública cultural. Nesse sentido, os géneros que mais contribuem para a esfera pública cultural a opinião, a crítica e os artigos de debate (pp. 5-6). Pela sua função crítica e analítica, o jornalismo cultural costuma demarcar-se de outros campos jornalísticos, permitindo um maior pendor opinativo e interpretativo. E por essa razão, os jornalistas culturais autopercecionam-se como “jornalistas com uma diferença”, devido à necessidade de possuir conhecimento especializado e complexo e de o comunicar, ligado ao sentimento de responsabilidade e o dever de dar a conhecer as artes e cultura ao público de numa forma que vai além dos propósitos jornalísticos de informar e entreter o público (Harries & Wahl-Jorgensen, 2007, p. 34).

O conhecimento especializado e a capacidade de análise associados à capacidade e necessidade de a comunicar ao público colocam o jornalismo cultural numa dualidade profissional por se situarem entre o paradigma jornalístico e o paradigma estético, ou seja, entre os campos da arte (e da produção cultural) e do jornalismo (Jaakkola, 2012), como também sugere o sociólogo Pierre Bourdieu (1993/2020). O paradigma jornalístico diz respeito às normas e práticas do jornalismo aplicadas ao contexto cultural, ao passo que o paradigma estético se relaciona com as dimensões mais interpretativas e reflexivas normalmente associadas à crítica (Jaakkola, 2012; Piza, 2003; Riegert et al., 2018).

A nível nacional, Dora Santos Silva, uma das investigadoras que mais se tem debruçado sobre a temática em Portugal, considera «o jornalismo cultural (...) um produto híbrido, no qual interagem várias conceções de cultura, criatividade e “jornalismo cultural”» (2012, p. 19). Neste sentido, a autora argumenta que o jornalismo cultural é um tipo de especialização jornalística, tal como sucede com outras áreas, nomeadamente o jornalismo económico ou desportivo, tendo «na sua essência práticas, bens ou perspetivas culturais, e (...) [com] um tipo específico de cobertura, lógicas diferenciadas, especificidades linguísticas e, naturalmente, uma amplitude temática» (*ibidem*, p. 70).

São várias as lógicas diferenciadoras a que Dora Santos Silva se refere. Podem encontrar-se nas estratégias linguísticas e discursivas, que podem envolver formas de interpelar, aproximar e envolver o leitor e o público (como recursos mais criativos ou coloquiais); podem refletir-se na abordagem escolhida, numa sobrelexicalização e, inclusivamente, numa dimensão subjetiva bastante forte por parte do jornalista ao nível do envolvimento e adesão ao acontecimento (M. T. Silva, 2014).

Marisa Torres da Silva coloca até a hipótese de o jornalismo cultural se distanciar «das regras formais da escrita jornalística informativa convencional: um discurso algo fluído e difuso em termos da sua orientação, que vagueia entre a informação, a interpretação, a crítica e a análise», (embora a autora se refira especificamente ao jornalismo cultural de música, e admite que as estratégias utilizadas possam variar entre as diferentes abordagens dentro da especialidade) (2014, p. 62).

Em segundo lugar, este subcampo do jornalismo destaca-se pelo recurso a outros géneros jornalísticos, onde a crítica, género por excelência do jornalismo cultural, se

evidencia. José Salvador Faro salienta a crítica cultural como a tarefa mais importante do jornalismo cultural, cuja essência assenta na mediação entre o público e obra (2012, p. 193), o que aprofundaremos no próximo ponto.

Para compreender este género, recorreremos às quatro características elencadas pelo jornalista cultural Daniel Piza (2003). A primeira diz respeito ao texto, que deve ser claro, coerente e ágil, regra transversal ao jornalismo. Em segundo lugar, deve informar o leitor sobre a obra e o tema em debate, resumindo as suas linhas gerais, a história e informar acerca do autor – reforçando a sua função jornalística. Em terceiro, «deve analisar a obra de modo sintético, mas sutil, esclarecendo o peso relativo de qualidades e defeitos» (Piza, 2003, capítulo III, parte A questão da crítica). Por último, pede-se «a capacidade de ir além do objeto analisado, de usá-lo para uma leitura de algum aspeto da realidade, de ser ele mesmo, o crítico, um autor, um intérprete do mundo» (*ibidem*). Devido a estas exigências e conhecimento especializado, a crítica pertence tradicionalmente ao domínio do crítico e não do jornalista, envolvendo, amiúde, «um conhecimento profundo das obras e dos seus autores, e uma reflexão sobre os seus conteúdos, de modo a ser feito um juízo de valor» (D. S. Silva, 2012, p. 77).

Também surgem no jornalismo cultural o ensaio e a crónica, tratando-se, em ambos os géneros, de um «texto muito variado, que inclui informação, interpretação e especulações sobre os temas que versa» (*ibidem*). Devido às suas funções críticas e analíticas, o jornalismo cultural demarca-se de outros campos jornalísticos, permitindo um maior pendor opinativo e interpretativo. Por essa razão se associam publicações culturais com movimentos estético-conceptuais e ideológicos que se encontram fora da imprensa, «daí a ideia central dessa contribuição: o jornalismo cultural (também) como um espaço público da produção intelectual» (Faro, 2014, p. 150).

Outros géneros presentes no jornalismo cultural são a biografia, a necrologia, as efemérides (D. S. Silva, 2012, p. 74) e, consoante os órgãos de comunicação, pode verificar-se um pendor mais informativo ou opinativo e autoral. Não obstante, também marcam presença géneros mais comuns nas restantes áreas jornalísticas, nomeadamente a notícia, a reportagens e a entrevista, géneros que têm vindo a ser cada vez mais utilizados.

Como já sucede nos géneros jornalísticos, no jornalismo cultural alguns valores-notícia e critérios podem assumir outros contornos ou relevância, embora, num modo

geral, as regras sejam transversais a todo o jornalismo. Esta diferenciação traduz-se, em parte, numa certa flexibilidade em relação ao critério da atualidade (*ibidem*, p. 80) ou evasão às *hard news* e (Harries & Wahl-Jorgensen, 2007), que tem um “prazo” maior do que no restante jornalismo (D. S. Silva, 2012), e no recurso a outros critérios como a historiografia, retrospeção, tendências, utilidade ou serviço público (ou entretenimento) (Piza, 2003; D. S. Silva, 2012).

1.3.1. Tendências e desafios contemporâneos do jornalismo cultural

Como já foi referido, o jornalismo cultural foi evoluindo lado a lado com as transformações do conceito de cultura. Assumimos, portanto, que as conceções dominantes do termo cultura em determinada época se refletem no jornalismo cultural (D. S. Silva, 2012): se atualmente o termo cultura engloba várias aceções e definições, também elas podem estar espelhadas no jornalismo cultural.

Partido do pressuposto que, no século XIX, a cultura mediatizada pelo jornalismo cultural era a erudita, predominando as opiniões de críticos sobre as temáticas relacionadas com as artes, a partir de meados do século XIX, o espectro começa a alargar-se. É introduzida uma perspetiva mais orientada para a cultura popular, o que abarca o entretenimento e lazer. Na segunda metade do século, o jornalismo cultura passou a integrar também a dimensão antropológica da cultura (*ibidem*).

Já no século XX, surgia a cultura de massas, desenvolveram-se as indústrias culturais, esbateram-se as fronteiras entre as várias dimensões de cultura e emerge uma cultura global e mediática – porque começaram a circular a nível transnacional um crescente fluxo de produtos culturais audiovisuais (A. Melo, 2002; Kristensen & Riegert, 2021). Estas mudanças também se infiltraram no jornalismo cultural. Começou a ser adotada uma perspetiva associada ao entretenimento, lazer e consumo (Kristensen, 2010; Riegert et al., 2018, D. S. Silva, 2012). A televisão e o desenvolvimento do cinema, em particular de Hollywood, tiveram um papel decisivo na cultura de massas e na transformação do jornalismo cultural. Verificou-se a consolidação do império da imagem (A. Melo, 2002) e a lógica de entretenimento, contribuindo para uma maior relevância atribuída ao grafismo dos jornais (D. S. Silva, 2012, 2021). A influência

destas transformações encontra-se também na primazia que passou a ser dada às celebridades, lógica também conhecida por *star-system* (A. Melo, 2002) ou culto das celebridades.

Seguindo a mesma lógica, as indústrias culturais em crescimento invadiram as secções de cultura através das agendas e cartazes culturais e dos *press releases*. Um dos impactos é a seleção de assuntos que são acompanhados por informações e conteúdos enviados pelas indústrias, nomeadamente fotografias, vídeos e trailers (no caso do cinema) (I. A. Melo, 2010; Kristensen, 2018; Piza, 2003; D. S. Silva, 2012). Como consequência, pode resultar numa predominância do cartaz cultural e numa ausência de pensamento e postura crítica face aos mesmos conteúdos vinculados pelas assessorias de comunicação das indústrias culturais. Este fenómeno também é conhecido por *churnalism* (Kristensen, 2018) e é uma das críticas mais apontadas aos jornalistas culturais, especialmente porque pode fundir-se informação com publicidade.

Aliás, é frequente determinado produto cultural ou evento ser objeto de cobertura jornalística ainda antes de ser lançado, sem ser depois seguido (Piza, 2003). Outro impacto é o «domínio muito grande dos nomes já bem-sucedidos, dos eventos de grande bilheteira previsível, das celebridades e grifes» (*ibidem*, capítulo II), seguindo a lógica do culto das celebridades e de domínio dos autores (Baptista, 2014; Vieira, 2014).

A subordinação às agendas das indústrias culturais e aos *press releases* é apontada como um dos fatores que levaram ao empobrecimento e desaparecimento da crítica (Piza, 2003; D. S. Silva, 2012), sendo em simultâneo sintoma e causa do momento de crise de identidade e descredibilização que o jornalismo cultural atravessa. Ao direccionar-se para o consumo e entretenimento, outros formatos e géneros sobressaem, no sentido de orientar, guiar e servir o público. Esta lógica pode enquadrar-se na categoria de jornalismo de serviço ou utilitário (Eide, 2017), caracterizado pela forma como percebe o seu público: como consumidores, pessoas privadas e clientes ao invés de cidadãos (p. 195). Quando o jornalismo cultural se aproxima do jornalismo de serviço, abundam as peças como as listas (de livros, filmes, músicas), experiências para experimentar antes de morrer, conselhos financeiros, nutricionais e pessoais (*ibidem*, p. 197). Especialmente durante os períodos de confinamento pandémico, proliferaram artigos seguindo esta lógica, para orientar o público a navegar nesses tempos atípicos – desde sugestões de livros e filmes para melhor compreender a

pandemia e outras pandemias, e a outras temáticas relacionadas, como o medo. O jornal *Público*, por exemplo, criou a página Relaxar²³, onde agrega sugestões de diversas áreas (locais a visitar, livros, músicas, filmes e séries, onde comer, o que beber e outras peças) para «passar o tempo» enquanto não passa a pandemia.

A lógica baseada no consumo, no serviço, no entretenimento e *lifestyle* abriu caminho a uma nova dimensão performativa, materializada em géneros novos e híbridos e com um menor pendor crítico e reflexivo (Piza, 2003; D. S. Silva, 2014), como é o caso da *review* (informa sobre um produto cultural sem juízo de valor) e do roteiro, o qual se encaixa normalmente na programação e nas listas das mais variadas temáticas, agrupando diversos temas e objetos sobre uma lógica comum, tendo como objetivo a orientação do público (D. S. Silva, 2014, pp. 43-44). Dora Santos Silva defende que o roteiro contaminou tanto a reportagem como a *review*, resultando num subgénero híbrido que cunha de roteiro ou guia, que combina elementos das reportagens (de carácter informativo) e *reviews* (que incitam a uma ação), para orientar o leitor no seu gosto (*ibidem*). A autora afirma que este subgénero abunda nos suplementos de lazer e tendências, tendo como um dos principais temas a cultura. Embora esta tendência direcione os objetos das peças para o indivíduo, empobrece as discussões culturais.

Outro fator que pesa sobre a fragilização da crítica e da sua autoridade é a emergência e a proliferação de *sites* e páginas dedicados à cultura, artes e ideias, que aparentemente desempenham funções semelhantes ao jornalismo, sendo, por isso, uma alternativa ao jornalismo cultural. Acresce o facto de a dinâmica destas comunidades digitais permitir outro tipo de interatividade e participação entre os indivíduos, que por sua vez disponibilizam novas formas de crítica de cultura e orientações através dos blogues, redes sociais e outros *sites* erguidos em colaboração com outros usuários (Riegert et al., 2018). A multiplicação desta comunidade *online* e o seu alargamento a várias plataformas (blogues, redes sociais como o Instagram, TikTok, Youtube, e outros sites) relaciona-se com o cenário de convergência digital dos média, onde as fronteiras entre produtores e consumidores se dissolvem (Jenkins, 2006; Riegert et al., 2018), pondo particularmente em causa o paradigma estético do jornalismo cultural. Se o recorrente uso dos materiais fornecidos pelas indústrias culturais já comprometia o papel do jornalismo cultural, a democratização do processo de divulgação e discussão

²³ <https://www.publico.pt/relaxar>

cultural e artística acentuam a sua crise de identidade, designadamente por retirarem credibilidade e autoridade à crítica jornalística.

A evolução das tecnologias digitais e a globalização cultural resultaram ainda numa homogeneização cultural devido ao impacto das mudanças da indústria cultural no jornalismo – perceptível, por exemplo, na omnipresença de artistas e produtos culturais dos EUA –, sem que isso tenha causado no jornalismo cultural um afastamento das identidades e instituições locais e nacionais (Riegert, et al., 2018, p. 12; Kristensen & From, 2015b). Apesar da convergência cultural global, no fundo, há mais diversidade cultural que se reflete nas editoriais de cultura (Kristensen & From, 2015b; A. Melo, 2002).

As transformações ocorridas no jornalismo cultural nas últimas décadas, decorrentes das tecnologias digitais e convergência digital dos média e globalização cultural, também passam pela primazia dada ao paradigma jornalístico, ou seja, tem vindo a verificar-se uma *newsification* (segundo Riegert, et al., 2018) – predominância da notícia, reportagem e entrevista, géneros também associados ao paradigma jornalístico. Em simultâneo, as redações contam cada vez menos com a presença de críticos ou jornalistas especializados (Riegert et al., 2018; Kristensen, & Riegert, 2021). Consequentemente, o paradigma estético tem sido ameaçado, tal como a lógica do jornalismo cultural (Kristensen & From, 2015b).

Se acrescentarmos os efeitos das crises económicas, o jornalismo e, sobretudo, o jornalismo cultural ficam ainda mais fragilizados. No caso português, o projeto *Cultura na Primeira Página* (2014), que estudou as principais publicações culturais portuguesas entre os anos de 2000 e 2010, detetou precisamente um decréscimo na presença da cultura nos jornais e revistas, na sequência da crise económica de 2008. Houve um desinvestimento nas secções de cultura e as redações e os colaboradores de cultura diminuíram, tal como o espaço dedicado à cultura, prejudicando a identidade desta especialidade.

Tendo em conta a crise de várias frentes que o jornalismo enfrenta, vários autores (Faro, 2012; Piza, 2003; D. S. Silva, 2021; I. A. Melo, 2010) defendem a necessidade de o jornalismo cultural se reinventar para reafirmar a sua identidade e assim se distanciar do que as indústrias culturais e as comunidades online já produzem e transmitem.

1.3.2. Jornalismo cultural enquanto mediador

Um dos aspetos que distingue o jornalismo cultural, como explorámos acima, é a sua função de intermediário e mediador cultural. Pierre Bourdieu (1996) introduziu a ideia do jornalismo enquanto intermediário entre os produtos culturais e o público, referindo-se aos produtores dos programas culturais televisivos e radiofónicos, aos críticos e jornalistas que divulgavam produtos culturais (p. 325). Ao fazerem-no, também ajudavam a moldar a perceção e o gosto do público face aos bens culturais (Bourdieu, 1996; Janssen & Verboord, 2015).

A dimensão do apuramento do gosto relaciona-se com a seleção, valorização e crítica dos assuntos culturais, o que confere ao jornalismo cultural um efeito performativo: há um incitamento ao público para se relacionar com os produtos culturais, seja para os ver, comprar ou gostar dos objetos culturais. E aqui se interceta o apuramento do gosto com a dimensão performativa, conseguida através da reflexão e análise crítica e da curadoria (Faro, 2012; D. S. Silva, 2014). Para explicar em que consiste esta performatividade, José Salvador Faro recua à história da especialidade:

o performativo nas narrativas do Jornalismo Cultural compôs, ao longo da história do gênero, a expectativa do público, já que é esse o elemento distintivo ao qual a audiência recorria para se informar, selecionar e classificar, em torno de critérios especializados da crítica, a variedade aparentemente desordenada dos fatos sobre o qual o gênero realiza sua produção. Aqui, o performativo adquiriu o perfil pedagógico, hierárquico e indutor, condição que lhe foi assegurada na modernidade pela univocalidade do seu discurso. (2012, p. 194)

A relação do jornalismo cultural com o público e os produtos culturais é mais complexa e interdependente. Marisa Torres da Silva ressalva que «o jornalismo de cultura pode, pois, ser entendido, simultaneamente, como produção e como criação, indo além do caráter estritamente noticioso/informativo» (2014, p. 53), ou seja, tem uma dupla função cultural, como refere Dora Santos Silva (2012, p. 74). O impacto do

jornalismo cultural na produção cultural deve-se ao impacto dos juízos e atribuição de valor a que são sujeitas as obras culturais, codificando e atribuindo significado aos objetos e sujeitos em causa (Bourdieu, 1993/2020, 1996; Janssen & Verboord, 2015; Sapiro, 2019).

Tendo em conta o impacto dos mediadores culturais na vida dos produtos culturais, Janssen e Verboord (2015, pp. 4-8) identificam sete tipos ou funções de mediação cultural, dos quais destacamos quatro por se aplicarem, de alguma forma, ao jornalismo cultural. A primeira função é o *gatekeeping*, isto é, a seleção da informação, nomeadamente dos *press releases* e eventos. A segunda corresponde ao *networking* e o estabelecimento de conexões, fundamentais para o campo cultural. Embora o conceito esteja relacionado também com outros agentes culturais, no caso do jornalismo cultural refere-se à ligação com artistas, produtores culturais e jornalistas (Kristensen, 2010). O terceiro papel, referente ao marketing e a vender, diz respeito à publicidade gratuita realizada em pré-anúncios de produtos culturais (isto aplica-se, por exemplo, à cobertura cultural de produtos), embora esse possa não ser o primeiro objetivo dos jornalistas. Este papel relaciona-se com o facto de o jornalismo cultural ser dependente de eventos, dos lançamentos e novidades. E aqui entra a discussão da agenda das indústrias culturais, que recorre à necessidade jornalística da novidade (*ibidem*). O último papel – e que nos interessa especialmente para o propósito desta investigação – é o da avaliação, classificação e criação e atribuição de valor, tarefa tradicionalmente ao encargo dos críticos, que descrevem interpretam e avaliam bens culturais através da crítica, género primeiro do jornalismo cultural.

O trabalho dos profissionais do jornalismo cultural (jornalistas e críticos) impacta em grande medida a reputação dos produtos culturais, sendo fundamental para estabelecer os artistas no campo artístico, permitindo a sua consagração (embora outros fatores pesem na ascendência da carreira dos artistas) (Bourdieu, 1996, 1993/2020; Janssen & Verboord, 2015). Da mesma forma, os mediadores culturais têm um papel relevante na visibilidade, mobilidade internacional e receção dos produtos culturais (Janssen & Verboord, 2015, p. 14).

A colaboração de relevo na criação de um artista coloca os jornalistas culturais e críticos no seio do processo de produção cultural (*ibidem*; Bourdieu, 1993/2020). A importância do discurso acerca dos trabalhos artísticos prende-se com o facto de «a obra de arte [ser] um objeto que existe enquanto tal apenas em virtude da crença (coletiva)

que a conhece e reconhece como obra de arte»²⁴ (Bourdieu, 1993/2020, p. 35). O sociólogo continua: «[as] obras de arte existem como objetos simbólicos apenas se forem conhecidos e identificados, ou seja, instituídos socialmente como obras de arte e aceites por espetadores capazes de reconhecê-los como tal»²⁵ (*ibidem*, p. 37).

Apresentando o exemplo do campo literário e da consagração dos escritores, Bourdieu, em *As Regras da Arte: Génesis e Estrutura do Campo Literário* (1992), afirma que os jornalistas pertencem ao grupo responsável por criar o escritor. Neste sentido,

o jornalismo cultural não se constitui apenas como fator crítico e mediador entre obras e os seus públicos, mas também como dispositivo criador de marcas culturais, que na maior parte dos casos se traduzem em nomes próprios – o nome do autor (Vieira, 2014, p. 85).

O impacto do jornalismo cultural enquanto dispositivo criador e consagrador de marcas, bem como nomes de autores é um dos aspetos que exploraremos neste trabalho e procuraremos analisar a sua relação com a carreira de escritores de língua portuguesa. Mas, antes, debruçar-nos-emos precisamente sobre o papel do jornalismo cultural no panorama da literatura já no próximo capítulo, procurando enquadrar e tentar definir o jornalismo cultural de literatura em Portugal.

²⁴ T. n.

²⁵ T. n.

2. O jornalismo cultural de literatura – ou jornalismo literário?

2.1. Tentativas de definição

O jornalismo cultural de literatura é um campo ainda pouco explorado no universo académico, sendo amiúde referido como jornalismo literário e compreendido por alguns autores como uma subespecialização do jornalismo cultural (D. S. Silva, 2012; Strelow, 2009). No campo dos estudos do jornalismo cultural, alguns trabalhos debruçam-se sobre o jornalismo cultural e a cobertura das várias temáticas presentes nas publicações, onde a literatura e o universo editorial marcam presença assídua (Baptista, 2014; Kristensen, 2018; D. S. Silva, 2012) ou sobre a função de mediação e intermediação do jornalismo cultural de literatura (Kristensen, 2018), sobretudo através da crítica (Verboord, 2010). De forma a demarcar e definir este subcampo do jornalismo cultural, e para não se confundir com o jornalismo literário, o género – embora vários géneros jornalísticos, como a reportagem, a crónica, possam recorrer técnicas literárias (Faria, 2011) –, propomos utilizar o termo jornalismo cultural de literatura para referir o jornalismo cultural que incide sobre os livros e o universo literário. Ao assumir esta opção, seguimos a linha de pensamento de Piza (2003), que distingue o jornalismo sobre literatura do jornalismo literário, uma vez que este último apenas utiliza recursos de literatura como descrições detalhadas, diálogos, passagens emotivas e imersivas (parte Revistas e revisões; Faria, 2011).

No capítulo anterior, percorremos as origens do jornalismo cultural, passando pelas mais importantes e emblemáticas publicações culturais. Nessa viagem, reconhecemos que a literatura é um dos principais focos das publicações que foram nascendo, pois uma larga maioria tinha (e ainda tem) o universo literário nas suas páginas. Como confirma Strelow, historicamente, desde que surgiram os jornais que a cultura é seu objeto e «a literatura foi o primeiro a ocupar lugar nas páginas dos periódicos» (2014, p.1).

Reconhecemos, ainda assim, a relação mais complexa entre o jornalismo cultural e literatura: as publicações culturais foram palco e alavanca para tantos escritores, movimentos artísticos e estéticos. Desde o início do jornalismo cultural, nas primeiras publicações, dominavam as críticas e debates literários, filosóficos e sociais.

O aparecimento da revista *The Spectator*, criada em 1711, marco do jornalismo cultural, influenciou em grande medida a literatura global, uma vez que a tornava mais acessível (Piza, 2003,). Diz Montoro (1973) que estes periódicos ofereciam uma melhor introdução aos livros, habituando o público à literatura “séria”. Graças à ampla difusão do seu trabalho, os escritores ingleses puderam cortar os laços com os mecenas na corte, mudando de forma considerável a condição económica e social dos escritores (Strelow, 2014, p. 3). Desta forma, o jornalismo «fomentou a leitura e transformou o povo inglês em notável consumidor de livros» (*ibidem*). O fenómeno britânico chegou a França e alastrou-se por outros cantos do globo.

Com a aparição das revistas, «a edição de cada título [de cada revista] foi concebida como uma composição que interceptava géneros jornalísticos, literários e artísticos com interesses e gosto peculiares» (Andrade, 2009, p. 25). Por outras palavras, dependendo da estratégia e escopo de cada publicação, podem ser publicados não só textos de cariz literário, mas também de teor jornalístico (como notícias ou a agenda cultural). Esta mescla de géneros e temas vai ao encontro da classificação de Clara Crabbé Rocha para distinguir os vários tipos de publicações literárias. Em as *Revistas literárias do século XX em Portugal* (1985), Rocha introduz dois grandes grupos de publicações que incidem sobre literatura: as revistas e os jornais exclusivamente literários e um segundo grupo que vai além da literatura (revistas e jornais culturais, políticos, de opinião, etc.). A partir destes dois grupos, a autora subdivide mais seis tipos de publicações, tendo em conta que há revistas e jornais que não são estritamente literários, mas têm (ou tinham) um maior ou menor interesse literário. Do subgrupo das revistas exclusivamente literárias do século XX, a autora dá como exemplos as revistas *Orpheu* (1915), *Centauro* (1916), *Exílio* (1916) e *Bysancio* (1923). De acordo com a sua tipologia, «as revistas literárias podem inserir unicamente criação literária (como a *Orpheu*), ou então criação e colaboração ensaística (artigos críticos, resenhas, metatextos de teorização, etc.) como acontece na *Presença*» (*ibidem*, p. 28).

Os restantes tipos de publicações correspondem às revistas de entretenimento e informação; às revistas e aos jornais culturais (mais ou menos especializados, mas seguindo a conceção clássica de cultura); às revistas marginais ou da contracultura; às revistas e jornais políticos e de opinião e às revistas de letras e arte (*ibidem*). De forma geral, desde que não se cinja estritamente à divulgação de textos literários (poemas,

contos, etc.), qualquer publicação destes grupos corresponderá àquilo que neste trabalho designamos de jornalismo cultural de literatura.

Segundo Rocha, as publicações periódicas de carácter cultural e literário têm o propósito primeiro de informar, objetivo jornalístico por excelência. Esta função decorre do desenvolvimento dos *mass media* que, ao facilitar e democratizar a comunicação, fruto dos desenvolvimentos tecnológicos provenientes da revolução industrial, como vimos no primeiro capítulo, «criou no homem muito mais hábitos e necessidades de informação» (*ibidem*, p. 93). Para a autora, este é um dos motivos que levou à proliferação das revistas e jornais no século XX.

Às publicações culturais e literárias são ainda atribuídas as funções de arquivamento, de recreação e entretenimento, associado a um tom mais “leve” e dirigido a um público alargado. Contribuem também na formação, intervenção (social e cultural) e animação cultural dos leitores, além de impactarem a formação tanto dos seus colaboradores como dos seus leitores, do ponto de vista ideológico, estético-literário e/ou cultural (*ibidem*, p. 106-107). Em relação ao papel de animação cultural, «muitas revistas e jornais literário, ao mesmo tempo que vão saindo, promovem realizações paralelas ou complementares de índole bastante diversa, mas todas elas contribuindo para vivificar a produção e a divulgação de cultura» (*ibidem*, p. 112), seja a publicação de livros e coleções, sessões culturais, concursos e prémios. O envolvimento direto na dinamização do panorama cultural das publicações culturais e literárias reforça não só o seu papel de divulgador, mas também de mediador e criador e reproduzidor de cultura.

Em especial entre o final do século XIX e o século XX, as revistas representaram movimentos estéticos, de pensamento e ação do período em que foram publicadas (Andrade, 2009, p. 19) e ainda hoje são símbolos da época. Veja-se, por exemplo, a revista *Orpheu*, onde colaboraram grandes nomes da literatura e da vida artística e cultural portuguesa do século passado, sendo símbolo em simultâneo do modernismo português.

Não é, no entanto, sem dificuldades que este tipo de publicações se vai esforçando para subsistir. Entre os vários desafios que condicionam a sua existência, a sustentabilidade financeira é um dos principais entraves que afetam a sua durabilidade. Inclusivamente, *Orpheu* só publicou dois números precisamente devido à falta de recursos financeiros. Ao discorrer sobre as dificuldades das publicações do século

passado, Rocha refere também o desinteresse do público, a indiferença ou a falta de cultura e de meios pecuniários do público virtual ou real e a crítica ou satirização das publicações (1985, p. 121).

Se há um século já pairavam estas ameaças, com o advento das novas tecnologias, o meio tornou-se mais hostil: as publicações culturais competem pelo interesse e pela atenção de eventuais leitores, em que as tecnologias digitais e a velocidade frenética das sociedades contemporâneas jogam com larga vantagem. Embora tenha sido profetizado o fim do livro com a revolução digital, a verdade é que esses mesmos demonizados progressos estão a motivar a publicação de milhões de livros. Acresce o facto de o financiamento necessário para criar um livro ser muito menor, ao contrário dos jornais, da rádio da televisão. É impossível uma só pessoa ler durante a sua vida todos os livros que existem. Já dizia Gabriel Zaid, escritor e pensador mexicano:

Há milhões de livros há venda, dezenas de milhões nas bibliotecas, e milhões de manuscritos não publicados que ficam por contabilizar. (...) Nesta imensidão, como vai o leitor encontrar a sua constelação pessoal, aqueles livros que irão colocar a sua vida em comunicação com o universo? ²⁶(2011, p. 98).

Quando «confrontados com a escolha entre ter tempo e ter coisas, escolhemos ter coisas. Hoje é um luxo ler o que Sócrates disse, não porque os livros são caros, mas porque o nosso tempo é escasso»²⁷ (2011, p. 37), continua. A par do hábito residual de leitura – relembramos que em Portugal a taxa de portugueses que não leu um livro em 2020 é de 61% –, no mesmo caminho seguem as publicações culturais que abordam a literatura e o mundo editorial. Não obstante, no mar de livros publicados, a imprensa que se dedica, de algum modo, aos livros e ao meio literário pode ainda servir de leme e bússola para os leitores (Verboord, 2010), intervindo na divulgação e vulgarização cultural, nomeadamente de escritores e movimentos literários. Este trabalho pode ser concretizado através da publicação dos textos literários e artigos sobre os objetos

²⁶ T. n.

²⁷ T. n.

culturais (Rocha, 1985, p. 98), tal como pela seleção, pela valoração e avaliação dos livros. Uma simples e breve aparição é suficiente para causar algum impacto.

Para além de se empenharem numa actividade de revelação, ao lançarem os novos, as publicações periódicas podem servir para exercer uma acção crítica, contribuindo em grande medida para esse fenómeno de esquecimento e permanência sobre o qual se funda a História literária. (*ibidem*, p. 99)

Uma ação semelhante em termos de valoração e atribuição de juízos é realizada através das críticas de livros (*ibidem*, p. 100). Mas esta função em particular será explorada no ponto 3.4.

A recensão, além das suas funções pedagógicas e de convite à leitura contribui de modo decisivo, pela valoração negativa ou positiva que pressupõe, para a consagração ou esquecimento duma obra. Ela aumenta ou diminui, sem sombra de dúvida, o chamado leitor real, ou seja, o número de pessoas que efectivamente lêem o livro. Intervém portanto, de forma mais ou menos directa no processo de recepção da obra literária, funcionando em muitos casos o crítico como intermediário entre a obra e o público. É em parte devido a esta actividade valorativa que se fala metaforicamente do “poder” do crítico: o crítico detém o poder (Barthes). (*ibidem*)

A função de «exercer justiça» está ainda associada à consagração de obras, autores e movimentos, desempenhada por muitas revistas e jornais literários (*ibidem*, p. 102). Esse papel também pode realizar-se, por exemplo, através da publicação de textos e inéditos, o que pode lançar e/ou afirmar os autores e colaboradores. Neste sentido, as publicações culturais são uma instância de difusão e consagração. De acordo com Alan Bowness, historiador de arte e crítico, que passou inclusivamente pela direcção da Tate Gallery, a reputação dos artistas não depende somente de uma instância, considerando ser necessário que percorram quatro círculos sucessivos de reconhecimento: hierarquizados do mais prestigioso ao menos relevante, são eles os pares da

comunidade artística, os críticos – o autor não engloba os “jornalistas de arte” neste grupo –, os amadores e o grande público (1989, p. 11). Porém, os que escrevem sobre arte assumem duas funções importantes. A primeira é ajudar a criar a linguagem verbal que nos permite falar sobre arte, uma vez que a «pintura e escultura são, como a música, artes não verbais, mas é impossível discuti-las sem recorrer às palavras. (...) Deste modo somos forçados a criar um novo vocabulário para discutir qualquer nova arte»²⁸, incluindo a literatura (*ibidem*, p. 21).

Um dos espaços por excelência dessas discussões são as publicações culturais. Aliás, segundo a sociologia da literatura, as revistas e os suplementos literários não são apenas instâncias de divulgação, mas também de legitimação e consagração dos artistas – juntamente com os prêmios literários, as associações de classe e as casas editoriais –, exercendo influência e controlo sobre o meio literário (George, 2002, p. 16; Sapiro, 2019). Estas relações de poder inscrevem-se na noção de campo, de Pierre Bourdieu (2011), que define campo como um sistema de posições sociais estruturadas e onde as classes dominantes correspondem às que têm um capital mais elevado. O campo literário, em particular, é um «universo obedecendo às suas próprias leis de funcionamento e de transformação, quer dizer, a estrutura das relações objectivas entre as posições que aí ocupam indivíduos ou grupos colocados em situação de concorrência em torno da legitimidade» (Bourdieu, 1996, p. 246).

As posições que os escritores adotam no campo dependem, então, do volume e da composição do capital simbólico específico obtido, ou seja, do grau e do tipo de reconhecimento enquanto escritores, do reconhecimento simbólico (pelos pares e pela crítica), e este último não anda necessariamente de mãos dadas com os sucessos temporais (ou seja, as vendas e a consagração institucional) e vice-versa (*ibidem*). Ao entrarem no “jogo”, os escritores necessitam de capital específico para se estabelecerem – pode ser concedido, por exemplo, através da publicação, do patrocínio, de conselhos. Esta relação assenta na crença coletiva do jogo e no valor sagrado da parada que é em simultâneo condição e produto do próprio funcionamento do jogo (Bourdieu, 1996, p. 262). Ora, uma das regras do jogo diz respeito ao valor da obra de arte:

²⁸ T. n.

O produtor do valor da obra de arte não é o artista mas o campo de produção enquanto universo de crença que produz o valor da obra de arte como fetiche produzindo a crença no poder criador do artista. Dado que a obra de arte não existe enquanto objecto simbólico dotado de valor a menos de ser conhecida e reconhecida, ou seja, socialmente instituída como obra de arte por espectadores dotados da disposição e da competência estéticas que são necessárias para a conhecer e a reconhecer como tal. (*ibidem*, pp. 261-262)

A obra é socialmente reconhecida e considerada literatura através de determinadas instâncias, grupos e pessoas a quem se reconhece a legitimidade para o fazer, entre eles os críticos e jornalistas culturais.

[A] vida literária se caracteriza pela multiplicidade das instâncias que contribuem para a definição da literatura: instâncias de formação e de socialização (liceu, universidade, escolas especializadas), locais de sociabilidade (salões, cenáculos, cafés), instâncias de produção e de difusão (revistas, editores, sociedades de amigos), organizações profissionais (sociedades de autores, associações, sindicatos), grupo ou escolas literárias. (Sapiro, 2019, p. 51)

«Essas instâncias (...) funcionam geralmente como *gatekeepers* por falta de um direito de entrada regulamentado (título ou diploma) [no meio literário]» (*ibidem*, p. 45). Ao fazê-lo, estão a «atribuir valor literário a alguém [o que] significa reivindicar o uso de um poder, conjugando o reconhecimento do laureado [ou escritor] por parte de uma entidade com a rotinação das formas de distinção» (*ibidem*). Do mesmo modo, estas instâncias e instituições contribuem coletivamente para a definição do que é ou não literatura, tal como o que é considerado cânone. E a relação desses mecanismos interliga-se de forma mais complexa. Por exemplo, os prémios literários são divulgados pela imprensa e os vencedores motivam trabalhos jornalísticos e críticas, levando o escritor a percorrer as várias instâncias de consagração.

A presença dos livros e dos escritores na imprensa cultura é importante para o meio literário, uma vez que «a recepção da obra é inseparável da avaliação que é feita

dela» (*ibidem*, p. 89). A receção envolve vários modos de hierarquização dos trabalhos artísticos, como «a seleção e as classificações que operam a crítica, a imprensa, as instâncias de difusão e de consagração: sucesso crítico, montante de vendas, listas, prêmios literários, consagração institucional, etc.» (*ibidem*, p. 89). Mas essa receção, continua Sapiro, é mediada primeiramente pelas modalidades da publicação e difusão: através da imprensa, de um artigo numa revista especializada, num catálogo ou livro, na página de um jornal (*ibidem*).

No âmbito do jornalismo cultural de literatura, podem atribuir valor a crítica literária – que exploraremos mais adiante –, as listas e as breves, bem como artigos de teor mais jornalístico como a notícia, a reportagem e a entrevista. Só o simples facto de aparecer, independentemente do formato, já constrói significado. Como salienta Mariana Scalabrin Müller, os vários tipos de jornalismo cultural, incluindo o que se debruça sobre os livros,

carregam a questão da visibilidade como marca. Ser abordado pelo jornalismo cultural significa ser destacado no todo da produção cultural e, por consequência, acumular prestígio. Trata-se de uma lógica inserida no processo de criação, circulação e consagração de bens simbólicos. (2021, p. 169)

A este respeito, George argumenta, num artigo publicado na revista *Sábado*, que o sucesso da poetiza Matilde Campilho se deve à exposição feita pelo jornal *Público*, através de uma sucessão de artigos onde o nome da escritora foi citado inúmeras vezes – para o autor «a quantidade de artigos e reportagens é mais importante do que as estrelas e os juízos das recensões» (George, 2020a, par. 21). Antes da publicação do seu segundo livro, *Flecha* (2020), já se anunciava a sua chegada no jornal, em 2019, e a partir daí, «“o barulho” em torno de Campilho, no *Ípsilon*, foi levantando fervura e a poeta (...) via novamente o seu nome amplificado e engrandecido nas folhas» (*ibidem*, par. 17). Inclusivamente, o *Público* publicou uma entrevista de oito páginas, repleta de imagens da poetiza; desta forma, segundo George, o jornal

consagra não apenas a trajectória literária e o destino pessoal de Matilde Campilho, contribui não apenas para subir ainda mais a temperatura do seu prestígio, celebra-se também a si próprio como criador de fenómenos de época, como máquina de marketing. (*ibidem*, par. 25)

O próprio reconhecimento do jornal refletiu-se na forma como Campilho passou a projetar-se enquanto escritora, numa posição consolidada, argumenta o autor.

A participação especial dos jornalistas do *Ípsilon* nas actividades de promoção da imagem da poeta Campilho e na detonação do seu êxito comercial, gerando em torno dela uma quantidade de ruído apenas comparável à das celebridades pop, mostra de modo conclusivo que o literário é a resultante social de um somatório de juízos positivos sobre a qualidade de uma obra, e que a formação da grandeza literária não se distingue, no fundo, do processo de atribuição de valor (monetário, simbólico, etc.) aos objectos. (*idem*, 2020b, par. 21)

A análise de George vai ao encontro da pergunta de partida deste trabalho (se o jornalismo cultural de literatura ainda assume as funções de intermediário e mediador do panorama literário em português) e colide, em simultâneo, com a ideia de que esse papel se perdeu tanto na sua influência e no seu espaço, sobretudo, para o universo digital e *online*.

É certo que as publicações sobre literatura e literárias são, em parte, caracterizadas pela sua efemeridade, mas algumas vão persistindo, mesmo em Portugal, acompanhado o meio cultural durante décadas, não deixando morrer a tradição de séculos deste tipo de publicações como veremos já a seguir.

2.2. Jornalismo cultural de literatura em Portugal e a importância das revistas

À semelhança do que sucedia na Europa, Portugal não escapou à influência do iluminismo e, durante o século XVIII, surgiram vários mercúrios – «livros noticiosos

com extensas listas de notícias soltas, muitos deles não periódicos» (Sousa, 2008, p. 8), alguns com características filosóficas e literárias. Esta tradição manteve-se no século seguinte.

A primeira publicação de relevância no contexto do jornalismo especializado de cultura no país apareceu em 1761, a *Gazeta Literária ou Notícia Exacta dos Principais Escritos Modernos*, considerada o início do jornalismo literário em Portugal, onde se estabelece «pela primeira vez a crítica literária, quase nos moldes corriqueiros em que a vemos actualmente» (Rocha, 1985, p. 96).

Só no século XIX, porém, acabaria por se desenvolver o jornalismo cultural sobre literatura e o jornalismo literário em Portugal, num surto associado ao advento do romantismo, proliferando as revistas redigidas ou com a colaboração de alguns dos nomes mais emblemáticos da literatura da época (Rocha, 1985; D. Pires, 1986). Entre inúmeras publicações, Clara Crabbé Rocha destaca *O Panorama* (1837), onde colaborou Alexandre Herculano; a *Revista Universal Lisbonense* (1842), sob a liderança de Castilho; *O Trovador* (1844), que publicou folhas de poesia com a participação de João de Lemos e Palmeirim; *O Novo Trovador* (1851), lançado por Soares dos Passos; *A Folha* (1868), dirigido por João Penha; *A Tribuna* (1874), com versos de Cesário Verde e Gomes Leal; a conhecida *Revista Ocidental* (1875), onde foi publicado em primeira-mão folhetins d’*O Crime do Padre Amaro*, de Eça de Queirós; *O Ocidente* (1878), onde colaboraram Ramalho Ortigão, Teófilo Braga, Guerra Junqueiro, Fialho, Gomes Leal, Teixeira de Queiroz, Batalha Reis e outros tantos; a *Revista de Portugal* (1889), dirigida por Eça de Queirós; as revistas simbolistas *Os Novos* (1893) e *Revista de Hoje* (1894), em que escrevem Eugénio de Castro, Camilo Pessanha, Antero de Figueiredo, Alberto de Oliveira, etc.; a *Renascença* (1894), revista “literária e artística” do Porto, à qual estão associados os nomes de Júlio Brandão e Alberto de Oliveira; a *Revista Portuguesa* (1894); a *Arte* (1895), dirigida por Eugénio de Castro e Manuel da Silva Gaio; *A Revista Azul* (1896) e *Os Livres* (1897) (1985, p. 96).

Algumas destas publicações, como *A Folha*, *Arte* e a *Revista de Portugal*, estiveram na origem, ou refletiram, movimentos literários e/ou tertúlias (Queirós, 2002, 31 maio) e, em alguns casos, foram seus «porta-vozes, as suas tribunas» (D. Pires, 1986, p. 20). Ainda no século XIX, destacou-se o *Repositório Literário da Sociedade das Ciências Médicas e de Literatura do Porto*, onde Alexandre Herculano «contribuiu com traduções de poemas de Burger, Schiller e Lewis, e resenhas de livros e transcrições de

manuscritos sobre a estética literária do primeiro romantismo» (D. S. Silva, 2012, p. 100).

O século XX, por sua vez, foi o período em que as publicações periódicas viriam a desenvolver-se verdadeiramente: eram mais de duzentas com interesse literário, segundo Rocha (1985, p. 97). Mais: muitas destas revistas viriam a abalar não só o campo literário, mas também o panorama cultural, social e político da sociedade portuguesa. Uma dessas publicações foi a *Altitude – Boletim de Literatura e Arte*, criada aquando da emergência da estética neorrealista, sob a direção de Coriolano Ferreira, Fernando Namora, João Cochofel e Joaquim Namorado. Outros se seguiram. A icónica revista *Orpheu* publicou apenas dois números em 1915, marcando o início do modernismo em Portugal. Dois anos depois, é lançada a revista *Portugal Futurista*, símbolo do futurismo em Portugal, mas fora apreendida logo na primeira edição. Nestes dois projetos colaboraram nomes de referências das artes e das letras, nomeadamente Fernando Pessoa, Mário de Sá-Carneiro, Almada Negreiros e Amadeu de Souza-Cardoso. Ainda em 1917 é publicada a *Athena*, dirigida por Fernando Pessoa e Ruy Vaz, prolongando-se até 1925. A *Seara Nova* é lançada a 1921 por Raul Proença, em 1921, publicação doutrinária e crítica que permanece de portas abertas até 1970 (embora com interrupções). Já em 1927 estreia-se a *Presença*, que se destaca pela quantidade de números publicados, à semelhança da *Seara Nova*. A publicação criada por Branquinho da Fonseca, numa colaboração com José Régio, e onde participaram também Miguel Torga, Vitorino Nemésio, entre outros, continuou ativa até 1940. Ainda na primeira metade do século XX, ganhou vida a *Contemporânea* (1922-1926), sob a direção de José Pacheco, com o intuito de continuar o projeto iniciado na *Orpheu*. Por seu turno, *A Águia*, revista quinzenal ilustrada (passando depois a números mensais) dedicada à cultura e crítica contou com o envolvimento de intelectuais como Raul Proença, Hernâni Cidade e Adolfo Casais Monteiro e a revista coimbrã *Bizâncio*, publicada entre 1923 e 1924, assumiu-se como símbolo da arte bizantina, onde participaram Vitorino Nemésio e José Régio, entre outros.

Algumas revistas deixaram a sua marca pelo seu papel ao nível da divulgação das literaturas estrangeiras: a *Presença* (difundia as literaturas francesa, italiana, russa e brasileira), a *Revista de Portugal* (dava a conhecer alguns nomes das letras brasileiras e francesas), *Aqui e Além* (o título já espelha o seu propósito de divulgação), *Mundo*

Literário, Confronto, Unicórnio, Neo, 4 Ventos (título também revelador), e ainda *Tempo Presente, Jornal de Letras e Artes, Cronos, Commedia* (*ibidem*, p. 224).

As revistas desempenharam, entre finais do século XIX e o derradeiro quartel do século XX, um papel primordial na vida contemporânea, por os vigorosos movimentos de pensamento, de sensibilidade e de acção característicos da época singraram, por regra, através deste género de periódicos. (Andrade, 2009, p. 19)

Já durante a ditadura, algumas publicações, como *O Tempo e o Modo* (1963-1970, I série) ou a *Vértice* (1942-1986, I série), serviam de veículos de tertúlias, cineclubes e movimentos literários que existiram à margem do regime ditatorial (D. S. Silva, p. 101). Quanto à oferta cultural, era tratada em *Flama* (1937-1976) e no *Século Ilustrado*, suplemento de *O Século* (*ibidem*).

No último quartel do século, as revistas começaram a perder relevância devido ao impacto dos meios audiovisuais entre os meios de comunicação social, em particular da televisão emitida a cores e vídeos (Andrade, 2009 p. 22). Contudo, decorrente do contexto político e social vivido no país, as manifestações culturais eclodiram após o 25 de Abril de 1974 e, nos anos 1980, assistiu-se a uma crescente segmentação e especialização nos média, tendo aparecido os primeiros jornais e revistas culturais. Alguns deles perduram ainda hoje, como é o caso do *Jornal de Letras, Arte e Ideias*, fundado em 1981 (e o único especializado em cultura em Portugal, tendo um foco especial na literatura, como o título sugere) e da *Revista Ler*, criada em 1987. «A literatura ainda não tem tanta expressão em Portugal como noutros países da Europa» (D. S. Silva, 2012, p. 199), mas, ainda assim, a temática é a terceira com maior expressão na imprensa portuguesa (Baptista, 2014). Além destas publicações especializadas, atualmente podemos encontrar jornalismo cultural de literatura nas secções de cultura e suplementos dos jornais generalistas, nomeadamente no *Ípsilon*, suplemento do *Público*, e na *Revista E*, do *Expresso*.

Nesta evolução, não podemos deixar de referir o contributo vital dos jornalistas-escritores, cujo trabalho produziu melhorias nas próprias publicações, atraindo também leitores com a publicação dos seus textos ficcionais. Este grupo desdobrava-se (e

desdobra-se ainda) entre produção de artigos, críticas e outros textos como crónicas, contos, entre outros, contribuindo em simultâneo para a melhoria dos jornais e para a popularização da literatura. No próximo ponto, exploraremos em que medida foram indispensáveis ao jornalismo cultural de literatura.

2.3. Jornalistas-escritores: o contributo na popularização do jornalismo e da literatura

O fenómeno das publicações de pendor cultural espalhou-se pela Europa e continente americano, contando com o contributo dos jornalistas-escritores. No século XIX, com a Revolução Industrial e o desenvolvimento da prensa mecânica, as tiragens aumentaram, fomentando o hábito da leitura e popularizando a literatura e ampliando o público dos jornais (Strelow, 2014). Em simultâneo, possibilitaram a autonomia económica e social dos escritores: quebrariam assim a dependência dos mecenas e patrocinadores e conseguiriam retirar lucro do trabalho realizado nos periódicos (*ibidem*, p. 3). Enquanto desabrochava o jornalismo cultural no século XVII, os principais críticos e ensaístas eram escritores. Uma vez que a escrita não bastava para que dela conseguissem viver, muitos escritores viravam-se para o jornalismo e abraçavam o estatuto de jornalistas-escritores. Contudo, a relação entre os dois campos é mais complexa. Para os jornalistas parece haver um «provável e tentador *affair*» (Freitas, 2002, p. 15) na literatura que, aliado à necessidade da palavra (F. L. Cardoso, 2012), motiva estes profissionais a lançarem-se entre os dois campos que utilizam a mesma ferramenta: a linguagem.

Além de publicarem textos literários, muitos jornalistas-escritores também publicavam críticas, ensaios e outras peças. Era, aliás, comum, os trabalhadores dos jornais acumularem várias funções: podiam ser críticos, jornalísticas e escritores, o que ainda hoje se verifica em alguns casos. Muitos críticos formaram-se em jornalismo e ficaram consagrados nesse campo, como foi o caso de T.S. Eliot (1888-1965), Eugène Proust (1871-1922), Émile Zola (1840-1902), entre outros (Piza, 2003). Do mesmo modo, muitos nomes proeminentes da literatura a nível mundial foram jornalistas.

Um dos exemplos mais emblemáticos é Ernest Hemingway (1899-1961): cobriu a Guerra Civil de Espanha e a II Guerra Mundial e foi enviado especial da *Life*, tendo

experienciado as touradas espanholas, que iriam render-lhe ainda o livro *Verão Perigoso*. Outros casos igualmente conceituados no mundo da literatura são John Steinbeck (1902-1968) – trabalhou no *New York American* e foi correspondente de guerra na Europa e em África em 1943 –; e Normal Mailer (1923-2007), jornalista da *Esquire* que viria a ser galardoado com o prémio Pulitzer. Da Inglaterra, Charles Dicks (1812-1870) escreveu para o *Morning Chronicle*; T. S. Eliot (1888-1965), laureado com o Prémio Nobel, desdobrou-se entre a poesia e colaborações jornalístico-literárias para *The Dial* ou *Revue Française*. De França, distinguiram-se, entre outros, Honoré de Balzac (1799-1850), colaborador em *La Chronique de Paris* e *La Parisienne*; Zola, célebre por ter iniciado uma polémica com o caso Dreyfus (nome dado ao escândalo judicial onde um oficial francês foi condenado injustamente por espionagem a favor da Alemanha); Albert Camus (1913-1960), vencedor do Nobel da Literatura em 1957, que escreveu editoriais para o jornal *Combat*; e, no feminino, Marguerite Duras (1914-1996). De Espanha, alguns escritores-jornalistas também sobressaíram como Antonio Muñoz (1956-), Manuel Vázquez Montalbán (1939-2003), Rosa Montero (1951-) e Arturo Pérez-Reverte (1951-). Fora do velho continente, salientam-se, também de um vasto leque, Machado de Assis (1869-1904), Rubem Braga (1913-1990), Jorge Amado (1912-2001), Gabriel García Márquez (1927-2014), Isabel Allende (1942-), Luis Sepúlveda (1949-2020), Mario Varga Llosa (1936-2015), Mia Couto (1955-) e, entre outros, José Eduardo Agualusa (1960-).

Em Portugal verificou de igual modo uma fusão entre jornalismo e literatura, nomeadamente em publicações de cariz cultural, onde eram publicadas críticas e textos literários. Um dos sinais mais flagrantes da relação entre os dois mundos está patente na longa tradição dos jornalistas-escritores. Durante o período do romantismo, destaca-se Almeida Garret e, já no movimento do realismo, um dos exemplos mais notáveis é Eça de Queirós (1845-1900), nome obrigatório da literatura portuguesa. Sobre o autor, Maria Filomena Mónica afirma que «além de romancista, Eça foi um grande, formidável, jornalista» (2003, p. 7) – que se estreou na *Gazeta de Portugal* –, acrescentando que os dois papéis se complementaram e enriqueceram mutuamente. Mónica elenca a concisão, a clareza e a luminosidade da prosa de Eça como razões que fazem do escritor um grande jornalista (*ibidem*, p. 44), às quais se somam «a sua prosa (...) soberba, a sua cultura acima do vulgar, a sua lucidez incomparável» (*ibidem*, p. 45), colocando «o jornalismo de Eça (...) ao lado das suas obras de ficção» (*ibidem*).

Ainda do grupo dos jornalistas-escritores do movimento realista-naturalista destacou-se Raul Brandão (1867-1930), que passou por vários órgãos, como a *Revista de Hoje*, a *Revista de Portugal*, o *Correio da Manhã*, e Ramalho Ortigão (1836-1915), crítico literário e folhetinista no *Jornal do Porto*.

Outros nomes de peso, de um conjunto vasto, são Fernando Pessoa (1888-1935), Vitorino Nemésio (1901-1978), que colaborou com a *Pátria*, *A Imprensa de Lisboa* e *Última Hora*, e Ferreira de Castro (1898-1974), emigrado no Brasil, que escreveu ficção, crónicas, reportagens, contos e críticas e histórias infantis para inúmeras publicações. Ferreira de Castro colaborou no *Jornal dos Novos*, em *A Cruzada*, foi cofundador do semanário *Portugal*, colaborou em *A Batalha* e no respetivo suplemento cultural (*Renovação*) e na revista ABC.

Autores mais recentes conhecidos tanto na imprensa escrita nacional como no meio literário português são Fernando Assis Pacheco (1937-1995), José Cardoso Pires (1925-1998), Armando Baptista-Bastos (1934-2017), Fernando Dacosta (1945-), Helena Marques (1935); Maria Lamas (1893-1983), Maria Teresa Horta (1937-), Agustina Bessa-Luís (1945-2017), José Saramago (1922-2010), vencedor do Nobel da Literatura em 1998, Mário Ventura (1936-2006), Inês Pedrosa (1962-), Mário Zambujal (1936-), Miguel Sousa Tavares (1952-), Miguel Esteves Cardoso (1955-), António Alçada-Baptista (1927-2007), Urbano Tavares Rodrigues (1923-2013), Catarina Fonseca (1969), Pedro Rosa Mendes (1958-), entre tantos outros.

Ainda no caso português, outros sinais das ténues fronteiras entre o jornalismo e a literatura estavam presentes, por exemplo, na própria Associação dos Jornalistas e Homens de Letras do Porto (mais tarde, assume o nome de Casa da Imprensa e do Livro), cujo nome por si só já «demonstra a mistura de que eram compostas as redações» (F. L. Cardoso, 2012, p. 28). Nesse ambiente onde convivem vários papéis e funções, «o jornalismo serve de fonte de inspiração e de contacto com o mundo para alguns dos mais importantes homens das letras e artistas. Jornalistas e escritores partilham, durante quase dois séculos, os mesmos espaços, tantos laborais como de tertúlia» (*ibidem*).

Os pontos onde a literatura e jornalismo se cruzam são vários. Embora esse não seja o escopo deste trabalho, dos diversos pontos de encontros, o jornalismo literário é relevante para entender a evolução das publicações culturais e a sua relação com os

jornalistas-escritores. Este tipo de jornalismo já se revelava no século XVIII, com as primeiras experiências de obras de ficção inspiradas na vida real. Já estavam presentes, a título de exemplo, na ficção de Daniel Defoe – o autor de *Robinson Crusóe* escreveu durante quase uma década num periódico da corte inglesa – e de Henry Fielding (*ibidem*; D. S. Silva, 2012). Mais tarde, evoluiria para o que atualmente apelidamos de jornalismo literário, ou género jornalístico-literário, que consiste na combinação de recursos literários com técnicas de investigação jornalística, ou seja, assente nos factos (Faria, 2011).

É, porém, dos folhetins franceses que emana o jornalismo literário, onde eram publicados textos de autores que são hoje clássicos da literatura. Nestas publicações passaram a ser publicados textos literários para entreter os consumidores, no rodapé das páginas, espaço dedicado ao entretenimento, juntamente com outros textos, como contos, artigos, ensaios breves, crítica de arte, poemas (Freitas, 2002, p. 114; Strelow, 2014, p. 6), que coabitavam com os relatos dos acontecimentos do dia ou da semana. Por exemplo, Émile de Girardin, fundador do jornal *La Presse*, imaginou a publicação com textos literários, que poderiam popularizar a literatura e, em simultâneo, aumentar a tiragem do seu periódico (*ibidem*). Com efeito, vários jornais viram as suas tiragens aumentar com a publicação dos romances-folhetim (Freitas, 2002). O fenómeno também se refletiu na popularização da literatura (Hohlfeldt, 2003, citado por Strelow, 2014), sendo assim mais acessível do que os livros e, por conseguinte, contribuindo para a democratização da cultura e multiplicação de obras já existentes.

Nomes consagrados da literatura foram publicando os seus livros nestas publicações, como foi o caso de Dostoievsky, na Rússia. Em França, os jornais difundiam romances-folhetins de Victor Hugo (1802-1885) e Eugène Sue (1804-1857); em Inglaterra eram divulgados os trabalhos de Walter Scott (1771-1832) e Charles Dickens como Dostoievski, (Strelow, 2014). Em Portugal, as obras de Alexandre Herculano (1810-1877), Camilo Castelo Branco (1825-1890) ou Júlio Dinis (1839-1871) foram publicadas, capítulo a capítulo, nas páginas do *Diário de Notícias*, na *República*, no *Diário Popular*, no *Diário de Lisboa*, na *Capital*, entre outros – hoje podemos encontrá-las em livro (Rodrigues, 1998, citado por Freitas, 2002, pp. 114-115). Do mesmo modo, *O Mistério da Estrada de Sintra*, escrito por Eça de Queirós e Ramalho Ortigão, saiu no *Diário de Notícias*, levando a um pico de vendas do jornal (Freitas, 2002, p. 115).

Além do folhetim, surgiu nas décadas de 1950 e 1960, nos EUA, a corrente *New Journalism*, que junta factos verídicos com o estilo ficcional, estando na origem do termo “nariz de cera”, oposto à objetividade procurada no jornalismo. Esta corrente alastrou-se pelo Brasil, mas não teve expressão em Portugal justamente por colidir com os princípios éticos e deontológicos da profissão, na perspectiva dos jornalistas (D. S. Silva, 2012, pp. 91-92).

Atualmente, a presença do folhetim na imprensa nacional é praticamente inexistente. Apenas são publicados contos ou excertos de livros. Contudo, não significa que não haja algumas exceções: Clara Pinto Correia e Mário de Carvalho foram publicando, no *Diário de Notícias*, *E se Tivesse a Bondade de Me Dizer Porquê?*, depois convertido em livro; e a partir de 1997 também foi sendo publicado no *Diário de Notícias*, o folhetim (e depois livro) *Um crime na Expo*, de Francisco José Viegas, diretor da revista *Ler* e jornalista, a propósito da Expo’98. O mesmo aconteceu com o livro *Levante-se o Réu*, a reunião das melhores crónicas que Rui Cardoso Martins escreveu, o longo de 20 anos, para o *Público*.

2.4. A crítica literária: criadora de sentidos e escritores

No capítulo anterior, referimos a função mediadora do jornalismo cultural e do jornalismo enquanto criador e produtor do campo cultural, conseguida através da atribuição de sentido e valor simbólico aos produtos culturais. A crítica é a expressão por excelência desta atividade e uma das principais características distintivas do jornalismo cultural. Em simultâneo, este género é considerado um dos mais difíceis do jornalismo por envolver um conhecimento profundo da história da área, das obras e respetivos autores, tal como uma capacidade de reflexão sobre os seus conteúdos que se traduz num juízo de valor (D. S. Silva, 2012, p. 77).

Considerando que crítica literária habita vários campos e pode ter um pendor mais académico e associado ao estudo literário, Gonzalo Torrente Ballester, que passou por várias partes da produção cultural (foi professor, escritor, jornalista e também crítico literário), distingue a crítica literária da ciência literária. Grosso modo, a primeira inclui juízos de valor e a segunda não.

Se uma estuda modos de ser, a outra tem por objeto os de fruir. As afirmações de uma fornecem (ou costumam fornecer) um apoio racional; o da outra é sobretudo intuitivo [conseguidas sobretudo através da experiência]. Uma aspira ao universal; a outra costuma ficar-se por juízos pessoais, às vezes valiosíssimos. A ciência literária é desejável, mas não inevitável, e nunca necessária; a crítica, sim, e exerce-a, a seu modo, todo aquele que aplaude ou rejeita. (Ballester, 1999, p. 264)

O autor entende por crítica literária «a que aplica ao seu tema princípios e preconceitos tomados da sociologia, da linguística, da psicanálise, e se chama a si própria “científica”, e que às vezes o é» (*ibidem*, p. 165). A este tipo de juízo, continua Ballester,

devemos determinados métodos e pontos de partida que nos permitiram considerar a obra de arte sob aspectos novos e descobrir-lhes conotações ocultas e importantes; e que, por outro lado, permitem aos que a cultivam ir transformando em ciência o que antes não o era, com a esperança de que venha a sê-lo em breve. (*ibidem*)

Umberto Eco (2003), por sua vez, separa a crítica literária do discurso sobre as obras literárias, uma vez que podem criar-se vários discursos. A obra pode ser encarada no âmbito do campo de investigação sociológica, como documento para uma história das ideias, como achado psicológico ou psiquiátrico ou como pretexto para uma série de considerações morais (pp. 168-169). O pensador italiano distingue, ainda, três modos de discurso crítico ou géneros críticos. Ao primeiro, o autor designa de recensão e corresponde ao modo que fala aos leitores sobre uma obra que não conhecem, podendo até recorrer a modalidades mais complexas, embora esteja ligado ao imediatismo. Neste tipo de crítica, há uma primazia das emoções sentidas no decorrer da leitura sobre a explicação mais profunda sobre a obra em causa e como foi construída. Eco define-a da seguinte forma:

A recensão, nos casos melhores, pode limitar-se a dar aos leitores uma ideia sumária da obra que ainda não leram, e depois impor-lhes o juízo (de gosto) do crítico. A sua função é eminentemente informativa (diz que apareceu uma obra mais ou menos assim e assado) e diagnóstico fiduciário: os leitores acreditam no recenseador tal como acreditam no médico que, depois de lhes ter mandado dizer trinta e três, identifica sumariamente um princípio de bronquite e receita um xarope. (...) Na recensão (...) o leitor não vê a obra, só ouve falar dela a outro. (Eco, 2003, pp. 169-170)

O segundo modo da crítica refere-se a textos que o leitor conhece ou dos quais já ouviu falar, cunhada de história literária e pode nomeá-los, agrupá-los, enquadrá-los nas correntes onde se inserem, resumidos e ordenados cronologicamente. Neste caso, «o crítico tenta mostrar-nos, à luz de algumas categorias e critérios de juízo, para que a obra seja bela» (*ibidem*, p. 170) e a análise deve manter-se a um nível obrigatório de generalidades. Um terceiro modo diz respeito à desconstrução da obra, tendo como finalidade conduzir o leitor a descobrir como foi criado o texto e por que funciona. Assim sendo, o crítico leva o leitor a descobrir a obra, assumindo que o leitor não sabe nada sobre a mesma. Contudo, defende, este tipo de crítica só pode ser feito através de uma análise semiótica do texto, no sentido que, para a Eco a verdadeira crítica assenta na compreensão e no dar a compreender como é elaborado um texto e, se a recensão e a história literária não conseguirem cumprir essa tarefa, esse trabalho de entender o texto em todos os seus aspetos e possibilidade recairá sobre uma leitura semiótica do texto (*ibidem*, p. 171).

Independentemente da categoria ou finalidade de cada tipo de crítica, têm em comum uma característica: atribuem significado ao texto e produzem valor simbólico. É este o processo que consolida a obra de arte, o texto, a literatura, enquanto tal, uma vez que «a obra de arte não existe enquanto objecto simbólico dotado de valor a menos de ser conhecida e reconhecida, ou seja, socialmente instituída como obra de arte por espectadores dotados da disposição e da competência estéticas que são necessárias para a conhecer e a reconhecer como tal» (Bourdieu, 1996, p. 262). Os críticos e os jornalistas culturais inserem-se neste grupo, porque imprimem, no fundo, «verdictos de consagração», como lhes chama Bourdieu, que reconhecem a obra de arte e o seu valor. Confirmam a ideia de que a obra de arte, os textos literários, apenas existem em função

da crença coletiva que reconhece e a legitima enquanto objeto simbólico. Os discursos críticos sobre a obra de arte são, por isso, uma das condições da produção da obra de arte, uma vez que «cada afirmação crítica contém (...) um reconhecimento do valor da obra em causa, que por seu turno é reconhecida como um objeto merecedor do discurso de legitimação» (Bourdieu, 1993/2020, p. 35).

Não só a obra e o texto literário são criados por fatores externos, mas também o artista, o escritor «é ele próprio feito, no interior do campo de produção, por todo o conjunto dos que contribuem para o “descobrir” e para o consagrar enquanto artista “conhecido” e reconhecido» (*idem*, 1996, p. 246). Quanto mais consagrado for quem o introduz no mercado dos bens simbólicos, mais importante será o produto artístico.

A propósito da comunicação literária e das atividades produtivas, mediadoras, recetivas e de transformação dos textos literários, Schmidt (1990), que estudou de forma mais extensiva a Teoria Empírica da Receção, enquadra os críticos literários no grupo de transformadores literários que participam no processo comunicativo da obra, ou seja, «a crítica cumpre a função de um referendo social do literário»²⁹, (Villanueva, 1991, p. 165, citado por Fernández, 2004, p. 227) aceitando-se «como literatura o que num determinado momento se considera como tal»³⁰ (*ibidem*). Por outras palavras, é o contexto social, a sociedade, que dá o sentido mais relevante sobre as obras e os autores (Fernández, 2004).

Na mesma linha de pensamento, João Pedro George insere a crítica literária nas instâncias de produção, difusão e legitimação dos cânones literários. Por outras palavras, é «um dos mecanismos sociais que concorrem no sentido de um texto passar a ser considerado “literatura”» (2002, p. 6).

Em termos concretos, o jornalismo cultural pode criar e impulsionar autores. Como vimos no início deste capítulo, George defendeu que o jornal *Público* impulsionou fortemente a carreira da poetisa Matilde Campilho. Mas este mecanismo de consagração e de divulgação pode funcionar no sentido inverso. Numa reportagem do *Público*, acerca da crise livreira e em especial de uma crise da poesia, alguns editores de pequenas editoras concordam que «o progressivo desaparecimento de uma crítica de poesia qualificada e plural na imprensa é um fator determinante para a perda de leitores

²⁹ T. n.

³⁰ T. n.

e para a dificuldade daqueles que ainda restam em orientar-se numa floresta de livros onde é cada vez mais difícil apontar um conjunto de autores consensual» (Queirós, 2020, par. 8).

Pedro Mexia, crítico literário com colaborações em vários órgãos de comunicação, corrobora esta ideia ao afirmar que a crítica tem mais impacto dentro de géneros minoritários, como a poesia:

se estamos a falar do prestígio, da ideia de aparecerem dois autores jovens poetas e um ser ignorado e o outro ter três ou quatro textos elogiosos. Acho que isso evidentemente faz diferença. Essa pessoa vai começar a ter mais atenção, se calhar vai publicar noutra editora mais relevante. Se a crítica for boa. (Cruz, 2019, par. 6)

Fernández (2004) partilha da mesma visão, ao afirmar que os meios de comunicação têm peso na consagração de uma obra periférica. Essa consagração pode verificar-se no sucesso comercial, ou seja, num aumento de vendas. Como notam Janssen e Verboord (2015), pode haver uma correlação entre uma avaliação crítica e o sucesso comercial de um bem cultural, sendo particularmente forte no caso de produtos menos apelativo para o público geral, onde se encaixa a poesia (p. 14). Por esta razão, através da seleção e do juízo de valor, o crítico assume a função de apuramento do gosto ou de *tastemaker*, contribuindo para a formação do público (Faro, 2012; Janssen & Verboord, 2015; Piza, 2003).

Inversamente, os livros com sucesso entre o público dificilmente conquistam também a crítica. Este fenómeno pode explicar-se com as regras dos subcampos de produção restrita e da grande produção, ambos integrantes do campo da produção cultural como o concebe Bourdieu (1996, 1993/2020). O primeiro segue as exigências do poder económico, do mercado, onde os escritores que nele operam têm fraca consagração, mas elevados benefícios económicos, geralmente associados aos *bestsellers* e a uma literatura “leve”. No outro subcampo estão os defensores da “arte pela arte”, com um elevado nível de consagração concedido pelos seus pares, mas com poucos benefícios económicos. George salienta que os autores que se inserem no

subcampo da grande produção, orientados para o grande público, não recebem prémios literários nem captam a atenção da crítica literária (2002, p. 42). Há, no entanto, outros fatores que condicionam a possibilidade de um livro ser selecionado para ser objeto de crítica ou atenção mediática, nomeadamente o género literário (como o romance, tendencialmente o género privilegiado), o tamanho e o capital simbólico da casa editorial (Sapiro, 2019, p. 94). O facto de a literatura mais direcionada para o público ficar amiúde de fora também motiva críticas:

As denúncias à “mercantilização” de uma certa literatura sugerem a existência desse fosso [ou *gueto* crítico, como também apelida George] entre um regime de excelência, um mundo à parte, aquele que é legítimo aos olhos do meio literário, e o regime assente em valores económicos ou políticos. (*ibidem*)

Segundo esta lógica, os próprios críticos também seguem estas regras. Outro fator que poderá ajudar a entender o processo de seleção e avaliação de uns livros e autores em detrimento de outros é o facto de os críticos terem em consideração vários indicadores de qualidade institucional, nomeadamente a reputação da organização cultural (como a editora) que dá vida à obra ou que coloca o escritor no mercado, e também avaliações passadas sobre o seu trabalho (isto é, a sua reputação) (Janssen & Verboord, 2015, p. 10). Os profissionais contam ainda com as classificações ou convenções associadas aos géneros, tal como em informações adicionais que recebem através das redes de contactos das instituições culturais, dos seus pares e outros especialistas na sua rede (*ibidem*).

Estes procedimentos, decorrentes da atividade crítica, garantem a legitimidade dos críticos em realizar a sua função, uma vez que também precisam de conquistar o reconhecimento e confiança enquanto peritos capazes e com a legitimidade necessária para avaliar e julgar o valor de uma obra (Bourdieu, 1993/2020; Janssen & Verboord, 2015).

Sucedem que, com a proliferação das plataformas digitais e com as novas possibilidades de acesso e produção de conteúdo, sobretudo por amadores e entusiasmados, o papel do crítico foi perdendo relevância e legitimidade. Consequentemente, «um crítico do *New York Times* pode deixar de ser consultado

quando uma pessoa pode aceder a muitas *reviews* alternativas realizadas por outros leitores, por exemplo na plataforma social para leitores *goodreads.com*»³¹ (Verboord, 2010, p. 5). Por essas razões, à semelhança do jornalismo cultural no seu todo, o jornalismo cultural de literatura atravessa uma crise de identidade, pautadas por novas tendências, que procuraremos definir no próximo ponto.

2.5. Tendências do jornalismo cultural de literatura

Percorrido o percurso do jornalismo cultural de literatura e enquadrado no seu quadro conceptual e teórico, procuraremos identificar as suas principais tendências e aspetos distintivos a partir da literatura consultada. Contudo, é possível desde logo apontar algumas características que também são transversais ao jornalismo cultural de forma mais geral.

2.5.1. A persistência da literatura na imprensa

Desde o início do jornalismo cultural que a literatura ocupa as suas páginas, tendo sido o primeiro tema a ser abordado (Strelow, 2014). A partir do século XX, outras dinâmicas começaram a transformar o jornalismo cultural, à boleia das indústrias culturais em crescimento, mas não foram suficientes para atirar para o esquecimento o universo literário e dos livros. Ainda assim, como salienta Dora Santos Silva (2012), a literatura não tem a mesma expressão em Portugal como noutros cantos da Europa (p. 119).

Olhando para a generalidade dos órgãos de comunicação portugueses pela lente do projeto *Cultura na Primeira Página*³², a literatura é a terceira temática com mais expressão, correspondendo a 17% dos artigos publicados. Esta forte presença dos livros reflete-se nos protagonistas culturais a quem é dado maior destaque: atrás apenas dos

³¹ T. n.

³² Este projeto resultou da análise e levantamento da evolução e principais tendências do jornalismo cultural impresso entre 2000 e 2010, tendo incluído na sua análise os jornais *Público*, *Diário de Notícias*, *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias*, *Expresso* e a revista *Visão*. O projeto foi coordenado por Carla Baptista, na FCSH, da Universidade Nova de Lisboa, e pode ser consultado online em <http://culturaprimeirapagina.fcsh.unl.pt/>.

músicos (22%), os escritores são as segundas figuras a receber maior protagonismo (16%) (Baptista, 2014, pp. 16-18).

No caso do *Diário de Notícias*, por exemplo, considerado um jornal de referência no que à cultura diz respeito, e da revista *Actual* do *Expresso* (fora depois substituído pela revista *E*), em 2007, o mundo literário ocupava apenas 14% dos artigos publicados (D. S. Silva, 2012, pp. 119 e 123), estando também presente no *Público*. Mesmo em termos de publicações especializadas somente em livros, Portugal peca por defeito: apenas resiste a revista *Ler*, embora o *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, periódico especializado na área cultural, também tenha como um dos principais focos temáticas a literatura e as letras, tal como o nome sugere. Outras publicações apareceram recentemente, como a *Estante*. Contudo, trata-se de um título associado à Fnac, empresa que opera no setor cultural, não sendo, por isso, imparcial.

2.5.2. Domínio da agenda

Tal como já sucede com o jornalismo cultural no seu todo, o jornalismo cultural de literatura é fortemente dominado pela agenda cultural e pela necessidade do acontecimento – as notícias culturais em Portugal estão mais centradas nos acontecimentos (56%) do que em indivíduos (41%) (*ibidem*, p. 16). A primazia concedida aos acontecimentos e eventos pode explicar-se com a influência do marketing das indústrias culturais (D. S. Silva, 2012; Piza, 2003; Kristensen & Riegert, 2021). Com a divulgação dos *press releases*, fotos, excertos de livros e informações adicionais quer sobre as obras em causa (Kristensen, 2018), quer sobre os autores, o processo de procura e seleção é facilitado. No caso dos livros – e com a extensa lista de livros que todos os meses são publicados e divulgados pelas editoras–, esta influência traduz-se desde logo na cobertura dos novos livros, ainda antes de saírem nas livrarias (Piza, 2003, parte O elitismo e o populismo; Kristensen, 2018). Em Portugal, o lançamento de livros (e de discos) é um dos tipos de acontecimentos mais presente nas primeiras páginas, empatado com os festivais (Baptista, 2014, p. 16), e outros 6% dos acontecimentos correspondem aos prémios.

Os jornalistas culturais podem desempenhar um papel na mediação, resultando numa linha de géneros de relações públicas que surgem para promover os lançamentos de produtos culturais como *bestsellers* e torná-los em grandes eventos noticiosos e mediáticos³³ (Kristensen, 2018, par. 20).

Kristensen (2018) analisou precisamente a relação do jornalismo cultural de literatura dinamarquês com a agenda cultural, os *press releases* e as estratégias de marketing das editoras, a propósito do lançamento de um novo livro no seguimento da trilogia *Millennium*, do escritor já falecido Stieg Larsson, aclamada pela crítica e pelo público. O artigo sugere, em parte, que a imprensa seguiu e obedeceu à estratégia de marketing e relações-públicas, baixando a guarda da função jornalística de *gatekeeping*. Dois anos antes da publicação do livro, foram sendo publicados fragmentos informativos e excertos, mais intensamente meses antes do lançamento.

Desta forma, a imprensa desempenhou um papel de relevo na construção das expectativas sobre as qualidades comerciais e literárias do livro. Estas expectativas culminaram no lançamento internacional do livro em função dos veredictos de quem fez *reviews* (...) e na semana seguinte em função da presença do livro nas listas de *bestsellers*³⁴. (*ibidem*, par. 32)

Consequentemente, a editora sueca, responsável pela estratégia de marketing em torno da publicação, conseguiu promover livro, tornando-o apelativo para a agenda noticiosa e conseguindo uma cobertura bastante extensiva por parte das redações culturais, com base na escassa informação que deixou circular (*ibidem*). Assim que o livro foi lançado, o seu valor-notícia diminuiu, o que reforça a subordinação do jornalismo cultural de literatura à agenda cultural e a sintonia com as lógicas e dinâmicas das indústrias culturais.

³³ T. n.

³⁴ T. n.

A autora associa ainda ao império da agenda às listas de *bestsellers* por servirem «as funções comerciais de identificar, promover e enquadrar os livros *enquanto bestsellers*, e sendo uma ferramenta de seleção para os leitores»³⁵ (*ibidem*, p. 31).

Importa referir, contudo, que as listas também podem inserir-se no denominado jornalismo de serviço, como discutido mais acima, por seguir uma lógica não só mais orientada para o consumo, mas tendo também como objetivo orientar, servir e guiar o público. Aproximam-se também do jornalismo de divulgação, focado na agenda de eventos e na divulgação das novidades da produção artístico-cultural. Este tipo de jornalismo pode incluir agendas, endereços de estabelecimentos (no caso dos livros, pode referir, por exemplo, os horários de livrarias), sinopses, comentários e dicas (D. S. Silva, 2012, p. 134). Inevitavelmente, este tipo de estratégia tem repercussões nos géneros utilizados, deixando amiúde de parte géneros que requerem um maior aprofundamento, como a crítica. Como refere Santos Silva, «este modelo é fruto das indústrias culturais, no qual é substituído o conteúdo de opinião por conteúdos de “serviço” e orientação ao consumo» (*ibidem*, p. 135).

2.5.3. Desaparecimento da crítica

Discorremos, no ponto 2.1. e seguintes, sobre a crítica e a sua importância central para o jornalismo cultural. O seu desaparecimento gradual ou enfraquecimento implica uma crise de identidade, tendo na sua causa a sua dependência da lógica do mercado, do consumo e da divulgação dos produtos a substituição pela sinopse (ou resenha), ou por outros géneros híbridos como o roteiro (D. S. Silva, 2014, 2012; Faro, 2012; Piza, 2003; George, 2020, 31 agosto). Atualmente, é comum encontrar breves sumários dos livros, resumos, caracterizações da obra e do artista, descurando a reflexão crítica.

Do mesmo lado do problema está a proliferação dos espaços culturais online, que agrava a situação da crítica.

³⁵ T. n.

[As] tecnologias digitais, as práticas participativas e a descentralização do jornalismo desafiaram tanto a tradição estética como a mais recente lógica profissional dos média do jornalismo cultural. Cidadãos comuns ou “amadores” estão a envolver-se em crescentes debates culturais e em *reviews* em múltiplas plataformas dos média partilhando e trocando avaliações culturais assentes na experiência³⁶. (Kristensen & From, 2015b)

A descentralização e a democratização do acesso à informação e aos produtos culturais acabaram por ter implicações nas conceções de vários tipos de autoridade (Couldry, 2012, citado em Kristensen & From, 2015a, p. 857). Consequentemente, é argumentado que este fenómeno também se alastrou à autoridade e credibilidade do crítico cultural, pelo menos ao crítico associado ao conhecimento académico e estético (*ibidem*; Faro, 2012).

Se juntarmos à equação a crise estrutural que atravessa todo o jornalismo, as condições precárias dos profissionais e os cortes nas redações e no jornal físico, mais precária é a situação da crítica (George, 2020, 31 de agosto). Carla Baptista argumenta precisamente nesse sentido a propósito da crise de 2008 e dos cortes sucessos a que o jornalismo cultural foi sujeito, tanto nas redações, como nas páginas dos jornais portugueses, uma vez que «as notícias culturais são consideradas mais dispensáveis do que as restantes» (2014, p. 19).

2.5.4. Domínio do autor

Desde o início do século XX que o culto às celebridades e o domínio do autor se têm vindo a estabelecer enquanto tendência do jornalismo cultural, sobretudo com a evolução das indústrias culturais – sobretudo da máquina de Hollywood –, que conquistaram e consolidaram o seu lugar nos média, pondo em circulação e para consumo produtos mais voltados para o entretenimento. Um dos seus impactos observa-se na atenção monopolizada pelos artistas (e na sua vida privada) e nomes reconhecidos do setor artísticos e não pela atividade artística em si ou pelos produtos que

³⁶ T. n.

representam, fenómeno também conhecido como *star system* (D. S. Silva, 2012, pp. 97-98). Um dos impactos desta lógica deteta-se na utilização do género da entrevista, focado no artista (*ibidem*, p. 77), tal como o número elevado de óbitos de personalidades conhecidas do universo cultural reflete alguma predominância dos indivíduos e dos artistas. Atualmente, esta lógica é facilitada pelo facto de ser mais fácil obter informação acerca dessas mesmas figuras, seja em agências de notícias ou outros órgãos de comunicação, seja online.

No caso do jornalismo cultural português, nas primeiras páginas destaca-se, ao longo da primeira década do século XXI, a presença frequente das figuras de cultura: «os autores são os grandes protagonistas dos suplementos em todas as [primeiras] páginas» (Vieira, 2014, p. 83) e em todas as temáticas, incluindo a literatura, onde reinam os escritores.

Não deixa de ser notável que à medida que as indústrias da cultura se afirmam e sofisticam os seus procedimentos, o jornalismo cultural oblitere e escamoteie essa realidade através da elevação do autor como o grande sujeito no processo de criação das obras. (*ibidem*, p. 84)

Vieira questiona se esta lógica é a forma de jornalismo cultural responder à tendência de fulanização que contagiou todo o jornalismo – desde o noticiário político, onde há pessoas, e não ideias, ao jornalismo desportivo, com os seus ídolos e heróis. Mas, remarca, é uma das consequências do triunfo do paradigma jornalístico sobre o paradigma estético, resultando no «destaque para o particular face ao geral, criação de ídolos e de modas, dependência dos interesses do grande público, necessidade de adequação à maioria, através de mensagens simplificadas e imediatas» (*ibidem*, p. 85). De parte ficam outras perspetivas mais focadas noutros aspetos como questões temáticas, críticas, teóricas, etc. (*ibidem*, pp. 84-85).

2.5.5. As novas possibilidades do mundo online e digital

A evolução das novas tecnologias de informação tem potenciado cada vez mais formatos de conteúdo e armazenamento – a imagem, o vídeo, recursos interativos –, de divulgação e interação entre os utilizadores. Por um lado, estes desenvolvimentos alteraram o comportamento do público, que começou a participar de forma mais ativa (D. S. Silva, 2021, p. 66). As alterações estão patentes nas novas modalidades mais ativas de debater e discutir os livros, assentes nos próprios utilizadores (Jenkins, 2006; Kristensen & From, 2015b) e na infinidade de novas páginas em redes sociais dedicadas à cultura, e em especial aos livros – vejam-se o *booktube*, o *bookstagram*, o *booktok*, os blogues e a plataforma *Goodreads*. Estes novos comportamentos contrastam com a forma de estar num ambiente não-digital, mais passiva e onde o jornalismo cultural seria o principal intermediário da cultura (D. S. Silva, 2021, p. 66).

Hoje há mais informação cultural fora dos centros institucionais, o que ameaça o jornalismo cultural. Mas, por outro lado, essas mesmas possibilidades também se estendem aos próprios média, podendo servir de alavanca para reinventar o jornalismo cultural de literatura, começando pelo campo digital e online. Se as tendências atuais em relação às dinâmicas de uso individual, interpessoais e de comunicação são de maior conectividade, convergência e formatos dinâmicos (que permitam as pessoas envolver-se também, reforçando o sentido de comunidade), há muito terreno fértil a explorar.

No que diz respeito ao jornalismo cultural num ambiente digital, há duas abordagens para pensar este desafio. A primeira concentra-se na incerteza e na crise que o jornalismo digital acarreta para os profissionais e para a área. A segunda centra-se no potencial que o jornalismo digital representa no que concerne ao *storytelling*, à distribuição, às audiências e à inovação para a cultura (*ibidem*). E já temos alguns indicadores nesse sentido.

Durante a pandemia, o mundo foi forçado a fechar-se e o universo online, acedido através dos nossos ecrãs, foi um dos principais meios através do qual contactámos com outras pessoas e com o exterior. Em 2020, o jornal *Público* lançou, em parceria com o homólogo brasileiro *Folha de S. Paulo*, o clube de leitura Encontro de Leituras, via videoconferência, que depois se converte em *podcast*. Cada encontro centra-se num escritor, normalmente convidado, com quem os participantes podem

interagir. De igual forma, criou no *website* uma página (*homepage*) dedicada inteiramente aos livros, chamada leituras – o que não acontece com as restantes áreas culturais cobertas pelo diário. Estas duas iniciativas demonstram alguma preocupação em relação às audiências, chegando a um público maior que pode participar mais, e à inovação, apresentando sob novas formas os conteúdos.

Exemplo das possibilidades e também do interesse que há no público são alguns projetos online como o Book Gang, uma junção de clube de leitura digital com livraria. Helena Magalhães, a sua fundadora, sugere livros para uma leitura mais ou menos conjunta no espaço digital e o projeto funciona com uma subscrição de *boxes* mensais dos livros recomendados. Foi lançado em 2019 e, «mês após mês, cada vez mais leitores se foram juntando para descobrir boas sugestões de leitura, estar a par das melhores novidades e verificou-se um entusiasmo colectivo e sentimento de comunidade», lê-se no seu website. Atualmente, conta com 30 300 seguidores no Instagram e com 2816 membros, de acordo com a página.

Outro projeto mais de nicho é o projeto literário A Mulher que Ama Livros, de Cláudia Oliveira, criado há cerca de 11 anos. Está espalhado em várias plataformas e meios: tem um blogue, está presente no Youtube, Instagram e Facebook. No Instagram, por exemplo, tem 6856 seguidores, com quem partilha as suas leituras, outras sugestões – organizando por temas, geografia, etc., desafios literários, tendo inclusivamente estado envolvida num clube de leitura de clássicos. «O *feedback* por parte dos seguidores é muito positivo, no sentido de incentivar as pessoas a voltarem a ler, seja livros incríveis como a conhecerem novos autores. Influencio várias pessoas a comprar determinados livros por que têm gostos semelhantes ou por que confiam no meu gosto», disse-nos num breve depoimento. O impacto que as suas recomendações têm é medido «nas vendas [de livros feitas] através do meu link de afiliado [de livrarias], livros que vendo na minha livraria e mensagens que recebo»³⁷.

A adesão e o seguimento dado a estes projetos representam bem o interesse que há nas pessoas e podem ajudar a iluminar o caminho a seguir no que diz respeito ao jornalismo cultural de literatura e como alcançar os públicos que não chegam às publicações sobre literatura. Por exemplo, a escritora Tânia Ganho, entrevistada no

³⁷ Depoimento recolhido a 11 de outubro de 2022.

âmbito desta dissertação³⁸, mencionou que o seu último livro, *Apneia*, tem chegado ao seu público sobretudo através das redes sociais, do boca-a-boca, sugerindo também que os espaços online têm feito muito mais pela intermediação do seu trabalho do que os órgãos de comunicação social – este tópico será aprofundado no próximo capítulo. Sobre como se pode aproveitar o espaço para a intermediação entre universo literário e o público, Tânia Ganho sugere um alargamento dos espaços online dos jornais «para as pessoas poderem inclusivamente colocar ideias, ter artigos longos bem feitos e acessíveis sobre os livros para todos os gostos e que as pessoas também pudessem comentar e partilhar. Uma coisa mais dinâmica».

³⁸ Entrevista realizada a 1 de agosto de 2022 por videochamada.

3. O jornalismo cultural de literatura em Portugal na última década: um retrato da sua evolução

3.1. Estratégia metodológica

O presente trabalho de investigação procura analisar o jornalismo cultural de literatura em Portugal, que papel exerce e qual a relação estabelecida com a literatura de expressão portuguesa. De forma a conseguir olhar para a sua evolução, estipulou-se um período de dez anos para a análise de quatro órgãos de comunicação que integram páginas culturais e de livros, delimitando o estudo a três anos: 2010, 2015 e 2020. Durante este período, foram analisadas edições que incluam peças sobre literatura e livros de escritores portugueses das seguintes publicações: o *Público*, o *Expresso*, a revista *Ler* e o *Jornal de Letras, Artes e Ideias (JL)*. O *Público*, com o suplemento *Ípsilon*, é um jornal de referência no panorama da cultura (Baptista, 2014), tal como o *Expresso*. O *JL*, por sua vez, é considerado o único jornal especializado em cultura; e a *Ler* é uma revista especializada em literatura. Embora pertença ao Círculo de Leitores, no seu estatuto editorial é explicado que é uma publicação independente.

Com esta delimitação temporal pretende-se ter uma visão mais alargada da evolução das páginas dedicadas à cultura e aos livros. De forma a avaliar melhor a evolução do jornalismo cultural de literatura em Portugal, selecionou-se um denominador comum para detetar tendências e fazer comparações: a presença de seis escritores – três consagrados e três emergentes. Procedeu-se, depois, a uma análise de conteúdo qualitativa e quantitativa aos jornais em estudo, o que não só respondeu às hipóteses deste trabalho (elencadas no próximo tópico), como contribuiu para ter uma perspetiva mais profunda e abrangente sobre a área e sobre o contexto cultural, social e económico onde as publicações se inserem. Mais adiante, explicaremos a estratégia metodológica e análise de conteúdo.

Para selecionar os autores que serviram de base para a seleção das edições analisadas qualitativamente, foi feito um levantamento dos escritores presentes em todos os números das publicações ao longo dos anos de 2010, 2015 e 2020. Após essa pesquisa, identificámos seis escritores que foram mais mencionados nesse período, ou que tiveram uma presença relevante nos órgãos de comunicação. Ainda assim, foi necessário ajustar esta seleção, uma vez que alguns dos escritores inicialmente escolhidos não estavam disponíveis para serem entrevistados. Nestes casos, foi

necessário voltar a fazer o levantamento dos autores presentes nos jornais e na revista nos três anos em análise. No processo deste levantamento foi realizada uma análise de conteúdo quantitativa, na qual se contabilizou o número de ocasiões que os escritores foram mencionados, bem como os motivos pelos quais foram referidos, mas explicaremos depois de forma mais aprofundada.

Para a análise de conteúdo qualitativa, e uma vez que não seria viável para este trabalho analisar todas as edições das publicações de 2010, 2015 e 2020, selecionámos seis números de cada publicação de cada ano. No total, para cada jornal foram analisados 18 números, com exceção da revista *Ler*, da qual analisámos 12 números no total, uma vez que a revista foi diminuindo a sua periodicidade ao longo dos anos. Admitindo, como se explorou acima, que o jornalismo cultural também tem a função de intermediário e dá a conhecer trabalhos culturais, a cobertura que os jornais em análise fazem dos artistas emergentes – que mais precisam da visibilidade do que os artistas consagrados – acabou por revelar se o papel de intermediário (um dos papéis principais do jornalismo cultural) é desempenhado.

Quanto aos escritores e respetivas obras que serão objeto das peças em análise, selecionaram-se os escritores consagrados Inês Pedrosa³⁹, Mário de Carvalho⁴⁰ e José Eduardo Agualusa⁴¹, e os escritores emergentes Frederico Pedreira⁴², João Pinto Coelho⁴³ e Tânia Ganho. Entende-se por autores consagrados escritores que tenham presença habitual nos órgãos em questão, tendo sido também galardoados com alguns prémios e já com largos anos de carreira literária.

Quanto aos escritores emergentes, são considerados os que publicaram poucos livros e, mesmo se conquistaram prémios, terão uma presença menos assídua nos órgãos de comunicação e um lugar menos conceituado no meio literário. No caso dos emergentes selecionados, contrapõem-se aos consagrados porque publicaram os primeiros livros mais tarde. Os consagrados em 2010 já tinham reconhecimento no círculo literário-mediático.

³⁹ Entrevista realizada por email.

⁴⁰ Entrevista realizada por email.

⁴¹ Entrevista realizada a 25 de janeiro de 2022 por videochamada.

⁴² Entrevista realizada a 22 de junho de 2021 por videochamada.

⁴³ Entrevista realizada a 6 de dezembro de 2021 por videochamada.

Procurou-se selecionar uma amostra diversificada, tanto ao nível das gerações como de géneros e percurso literário (publicações dos livros, prémios ou distinções literárias), de forma a conseguir uma visão diversificada do meio literário e jornalístico. Tanto no grupo dos emergentes como no dos consagrados, observamos escritores de diferentes faixas etárias, com mais ou menos livros publicados e de diferentes géneros literárias (Frederico Pedreira publicou maioritariamente livros de poesia) e diferentes posições no meio literário (João Pinto Coelho, por exemplo, conquistou de imediato a atenção mediática com o seu primeiro livro, ao passo que Tânia Ganho e Pedreira passaram mais despercebidos). Poder-se-iam ter escolhido outros escritores, no entanto, a nossa tarefa foi condicionada e dificultada pela delimitação temporal do estudo. A publicação, reedição ou revisões dos livros dos escritores é o principal motivo para os autores ganharem visibilidade nos jornais⁴⁴, mas os escritores não publicaram todos nos três anos em análise. Selecionámos os autores consoante os que publicaram mais livros no período em estudo.

Tendo o campo de estudo delimitado, seguiu-se uma análise do jornalismo cultural de literatura português que teve como pergunta orientadora: «Que influência tem o jornalismo cultural de literatura na mediação e intermediação no panorama da literatura em português na última década do século XXI?». Os objetivos gerais formulados para concretizar a investigação são os seguintes: entender se e como o jornalismo mantém a sua função de intermediário cultural na literatura portuguesa; fazer um retrato de evolução do jornalismo de literatura em Portugal nos últimos dez anos, através das publicações em análise; tentar definir as principais tendências do jornalismo cultural de literatura em Portugal.

Como estratégia metodológica recorreu-se à análise de conteúdo, que diz respeito a «um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens» (Bardin, 2021, p. 44). Para Vala (1990), a análise de conteúdo é uma técnica de tratamento de informação que poderá aplicar-se a qualquer procedimento lógico das investigações empíricas, sobretudo nos métodos experimental, de medida (ou análise

⁴⁴ Os motivos pelos quais os escritores aparecem nos jornais em análise serão explorados no ponto 3.2.1.2.

extensiva) e de casos (ou análise qualitativa). Estes métodos podem ser utilizados na fase descritiva de fenómenos e na fase da inferência, quando se estabelecem associações entre os fenómenos em análise (pp. 104-105). Nesta dissertação, utilizamos a análise de conteúdo nas suas dimensões extensiva e qualitativa.

Num primeiro momento, procedeu-se a uma abordagem quantitativa e extensiva, analisando de forma exaustiva os quatro órgãos de comunicação através da análise de conteúdo. Analisaram-se as 66 edições selecionadas na sua dimensão formal. Para cada edição, foram contabilizados os números de páginas, o número total de peças e o número de peças de cada temática em comparação com o número de peças dedicadas aos livros e temas adjacentes (com exceção da revista *Ler*, uma vez que é especializada no universo dos livros).

Num segundo momento, quantificaram-se, para efeitos de análise, as ocasiões em que os escritores e respetivas obras e projetos foram mencionados ao longo da totalidade dos anos de 2010, 2015 e 2020, nos quatro órgãos de comunicação, o que nos ajudou a perceber a diferença da cobertura dos escritores consagrados em comparação com os escritores emergentes.

Realizou-se também uma análise à dimensão de conteúdo, através da identificação e contabilização dos géneros jornalísticos presentes, de forma a compreender quais os géneros predominantes ao longo dos anos observados e qual a evolução das características do jornalismo cultural de literatura, nomeadamente qual a presença da crítica face às restantes áreas. As dimensões de análise qualitativa e quantitativa contribuíram para compreender se a função de intermediário e mediador do jornalismo cultural de literatura estava a ser cumprida.

Num terceiro momento, realizámos entrevistas a um universo de 14 individualidades envolvidas no jornalismo cultural, quer do lado da produção como do meio literário: jornalistas culturais, editores e diretores dos jornais em estudo e os próprios escritores que servem de denominador comum à análise quantitativa. As entrevistas são procedimentos de recolha de informação que recorrem à comunicação verbal (Almeida & Pinto, 1990) e podem ser mais intensivas, mais profundas e geralmente focadas nas pessoas, ou extensivas. O último tipo é mais estruturado, mais curto e superficial, mas com um objeto de análise superior na sua extensão e são utilizadas no inquérito por questionário (pp. 100-101). Neste trabalho, realizámos

entrevistas semiestruturadas, orientadas a partir de dois guiões comuns de perguntas qualitativas – um para os escritores, outro para os jornalistas, editores e diretores. Cada guião de perguntas foi ligeiramente adaptado ao perfil e percurso do entrevistado para explorar e aprofundar alguns aspetos individuais que interessam para o propósito deste trabalho.

As respostas foram depois analisadas a partir de temas e tópicos comuns levantados nas conversas. Esta dimensão da análise assume um especial papel de relevo na estratégia metodológica, pois aprofunda o conhecimento sobre o jornalismo cultural de literatura e a sua evolução, de dentro do meio e segundo a perceção dos escritores, uma vez que o trabalho jornalístico também impacta o trabalho dos escritores. Desta forma, as entrevistas orientaram e aprofundaram a informação da análise quantitativa. Em simultâneo, as entrevistas ajudaram a responder à questão da intermediação e mediação através da perceção dos elementos que estão por dentro do meio e dos escritores, oferecendo uma visão exterior e relevante sobre o que é dito e como é dito sobre si e os seus trabalhos no jornalismo cultural português.

3.2. Apresentação e análise dos resultados à luz das hipóteses

3.2.1. Evolução do jornalismo cultural de literatura em Portugal e respetivas características

Através da metodologia exposta acima, procurámos corroborar ou refutar as seguintes hipóteses: o jornalismo cultural de literatura desempenha ou não o seu papel de mediador e intermediador em relação à literatura em português; a crítica e o espaço dedicado aos livros foram diminuindo nas publicações; os autores emergentes recebem menos atenção mediática por comparação com os consagrados.

Com a análise de conteúdo realizada, observámos que os quatro órgãos de comunicação espelham as diferentes abordagens do jornalismo cultural de literatura. A revista *E* e o *Ípsilon* têm uma abordagem mais focada na agenda e na atualidade do mundo editorial. Embora o *JL* também acompanhe a atualidade, tem um forte pendor opinativo e autoral, contando com vários colaboradores que também se debruçam sobre os livros e temáticas adjacentes através de vários textos, como as crónicas. Também a

Ler segue uma abordagem muito autoral, tendo-se afastado mais da atualidade e da agenda a partir de 2012.

Tanto o *Ípsilon* como a revista *E* são suplementos culturais de jornais. O primeiro, do diário *Público*, é um suplemento cultural num sentido estrito porque inclui a cultura no sentido de manifestações artísticas (literatura, música, cinema, teatro, dança e artes); ao passo que o semanário *Expresso* tem um suplemento que combina peças e temas diversos da atualidade mais longos, com peças informativas e opinativas, com um caderno cultural (Culturas) mais direcionado para cultura num sentido mais restrito, falando de manifestações artísticas ligadas à agenda, e um caderno de *lifestyle* também dentro da revista.

O atual *Ípsilon* resultou da fusão dos antigos suplementos *Mil Folhas*, que tratava os livros, a música clássica, as artes plásticas e a arquitetura, e do suplemento *Y*, dedicado à música pop, o cinema e o teatro. O objetivo era criar um suplemento com mais força (juntando-se os públicos dos dois suplementos) e tentar equilibrar a publicidade, uma vez que o *Mil Folhas* recebia menos publicidade do que o congénere, relembra Isabel Coutinho⁴⁵, jornalista de cultura do *Público* e então editora do *Mil Folhas*. Combinando mais temáticas no mesmo espaço, «todas as áreas perderam um bocadinho», nota. Ainda assim, de 2010 para 2020, aumentou o peso dos livros na sua relação com as restantes temáticas presentes no suplemento: em 2010, as peças dedicadas aos livros representavam 9,5%. Em 2015, correspondiam a 17,8% e, em 2020, 28,4% (gráficos 1, 2 e 3).

⁴⁵ Entrevista realizada a 28 de janeiro de 2022 por videochamada.

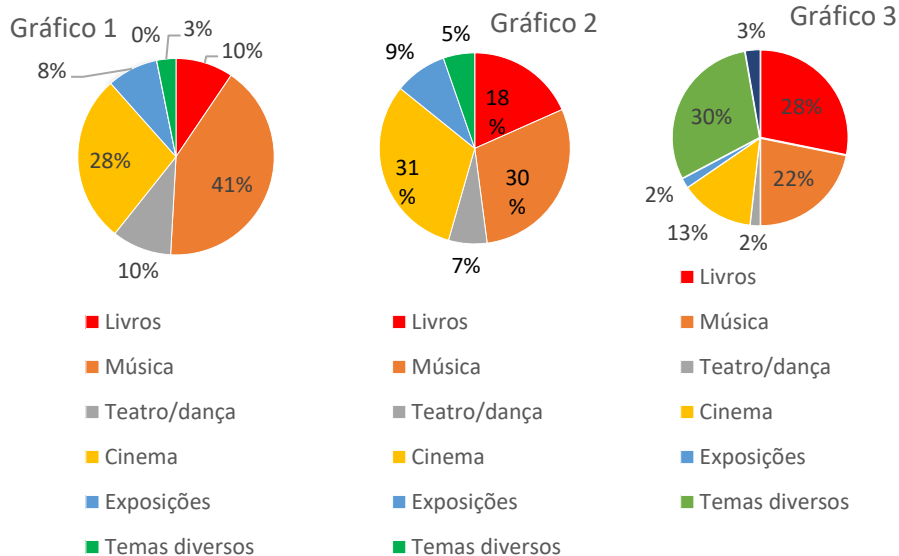


Gráfico 1| Temáticas do Ípsilon em 2010;

Gráfico 2| Temáticas do Ípsilon em 2015;

Gráfico 3| Temáticas do Ípsilon em 2020

Em termos absolutos, verificamos no gráfico 4 que o número de peças se manteve estável (um total de 27 peças sobre livros foram publicadas em 2010, e 31 foram publicadas em 2015 e 2020).

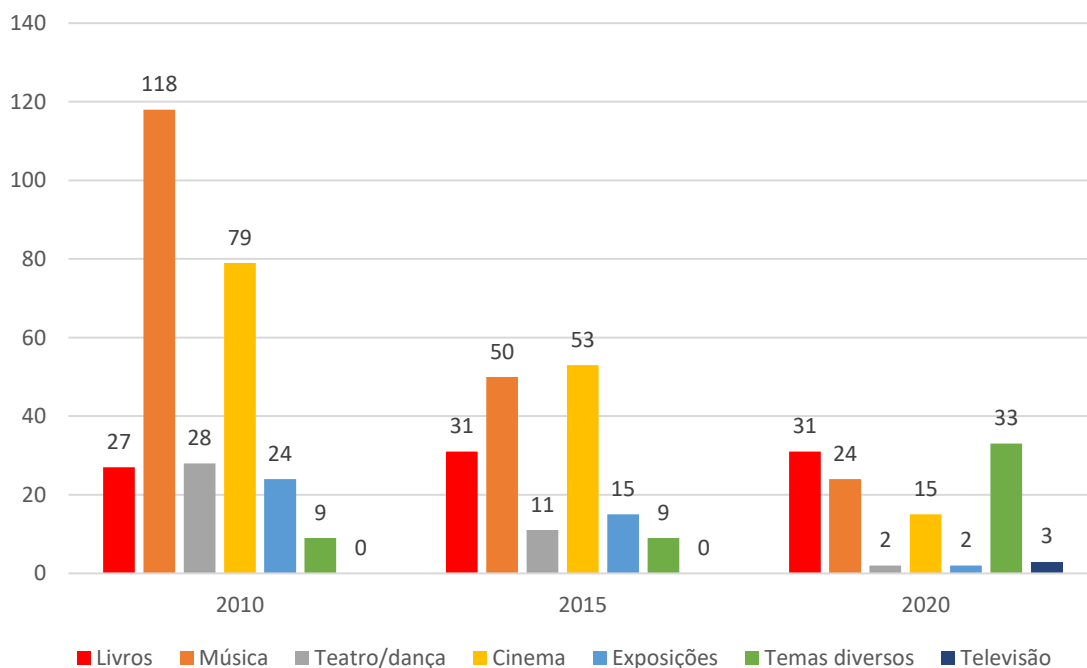


Gráfico 4| Temáticas do Ípsilon em valores absolutos

No caso do *Expresso*, em 2010, o seu suplemento era o *Actual*, mais ligado à cultura num sentido estrito, focando-se apenas na literatura, cinema, televisão, exposições e teatro e dança. A revista *E*, por sua vez, abarca um espectro de temas e abordagens mais alargado. Não só inclui a agenda e críticas de objetos culturais e artísticos da atualidade, no caderno Culturas (dentro da revista), como também aprofunda temas ligados à cultura, e ao universo dos livros, por exemplo, fora do caderno cultural. A *E* «tem uma parte de agenda, acompanha os lançamentos dos livros, dos discos, das peças, dos filmes, mas tem também sempre dois ou três temas em que tanto podemos pegar em algo que é de agenda e trabalhar um bocadinho mais, aprofundar, dar ao fôlego ao assunto. Mais do que um olhar crítico, é um olhar quase jornalístico sobre o assunto», que pode partir dos objetos culturais, confirmou Ricardo Marques⁴⁶, coordenador da revista. Sobre a presença de temáticas relacionadas com livros, esta aumentou na sua relação com o todo: em 2010, o suplemento do *Expresso* ainda era o *Actual*, as peças dedicadas aos livros representavam 26,2% do total de peças; em 2015, já com a revista *E*, correspondiam a 10,6% e em 2020 representavam 13,7% (gráficos 5, 6 e 7).

Gráfico 5

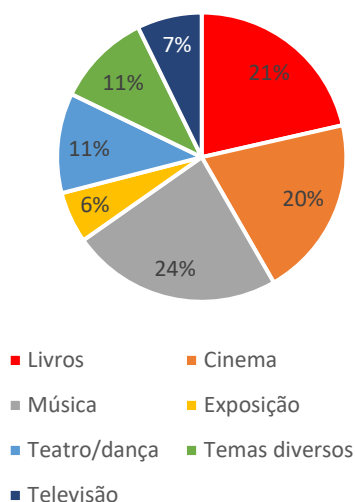


Gráfico 6

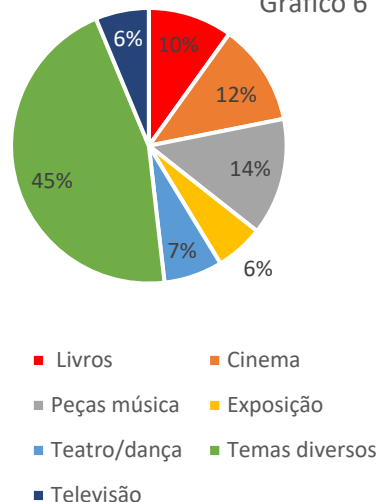


Gráfico 5 | Temáticas do Actual em 2010

⁴⁶ Entrevista realizada a 9 de fevereiro de 2022 por chamada telefónica.

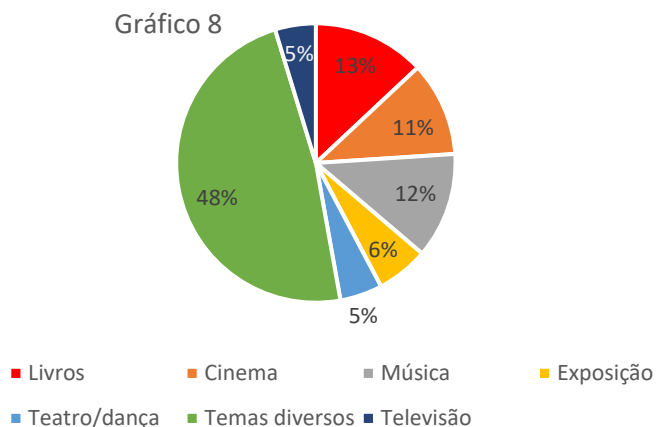


Gráfico 7| Temáticas do Actual em 2020

Já os valores absolutos do número total de peças relacionadas com os livros eram de 71 peças em 2010, 49 em 2015 e 69 em 2020 (gráfico 8).

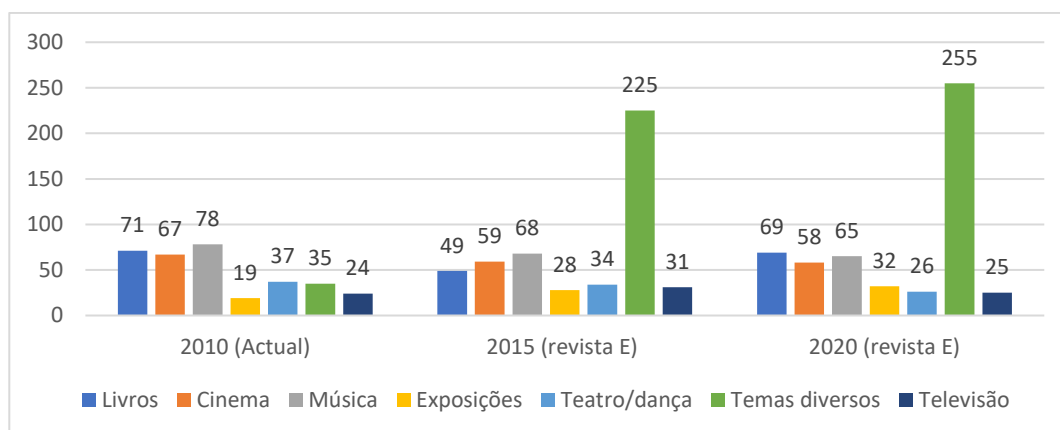


Gráfico 8| Valores absolutos das temáticas dos suplementos do Expresso em valores absolutos

O *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, o único título especializado em cultura em Portugal, tem resistido ao longo dos seus 42 anos de existência, assumindo desde o início a literatura como um dos focos principais, tal como o nome indica, confirmou José Carlos de Vasconcelos⁴⁷, diretor do jornal. Uma das principais bandeiras do jornal é a atenção especial e cobertura dada à literatura portuguesa e lusófona desde a sua

⁴⁷ Entrevista realizada a 9 de março de 2022 por videochamada.

fundação, estando prevista, aliás, no estatuto editorial. Para Luís Ricardo Duarte⁴⁸, jornalista da publicação, essa linha não foi abandonada e tem sido cumprida de forma mais ou menos consistente. «Tentamos ser os mais exaustivos possível no que aos autores de língua portuguesa diz respeito, quer através de recensões críticas, quer ainda através de colaborações diretas», refere o jornalista. Além do foco na literatura e na literatura em português, o jornal «é uma espécie quase de porta-voz oficioso na CPLP», salienta o seu diretor, e mantém a intenção de dar destaque também à cultura portuguesa e lusófona de forma mais geral. Por essa razão, José Carlos de Vasconcelos considera que o jornal «teve uma importância bastante grande para a cultura portuguesa, como se pode ver pelo acervo único que tem». O relevo concedido aos livros é perceptível comparando com o peso das restantes temáticas (podemos comparar a presença dos diferentes temas do jornal nos gráficos 9, 10 e 11).

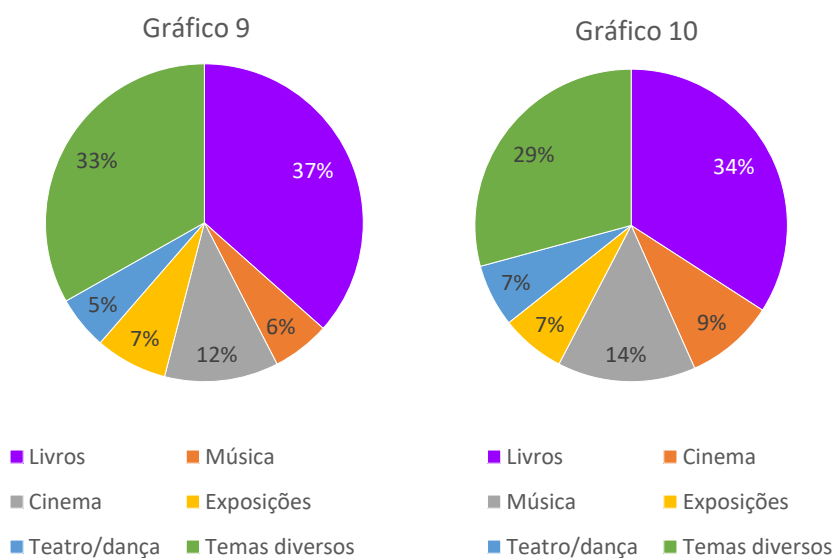


Gráfico 9 | Temáticas do JL em 2010

Gráfico 10 | Temáticas do JL em 2015

⁴⁸ Entrevista realizada a 23 de março de 2022 por videochamada.

Gráfico 11

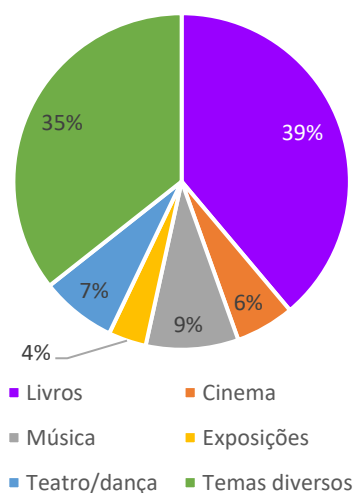


Gráfico 11 | Temáticas do JL em 2020

Olhando para os valores absolutos, os livros continuam a ter um destaque especial em relação às temáticas música, cinema, teatro e dança e exposições, tal como demonstra o gráfico 12.

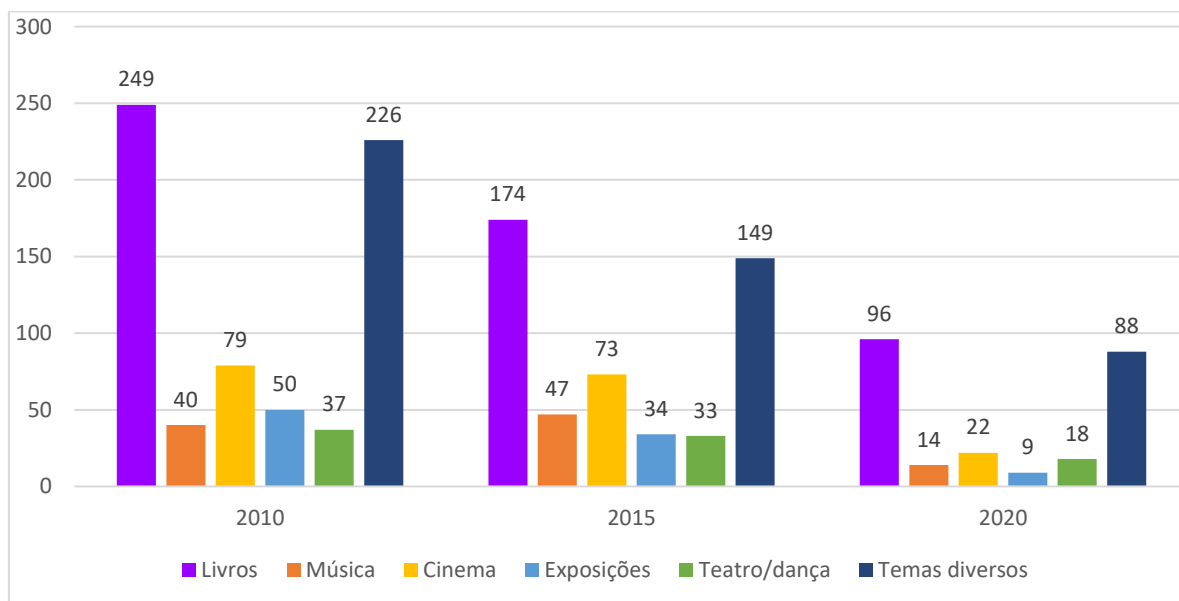


Gráfico 12 | Totalidade das peças do JL por temáticas

A revista *Ler*, por sua vez, é a única publicação jornalística portuguesa dedicada apenas ao universo dos livros. Dos quatro meios em análise, foi o que mais alterações sofreu na última década. Em 2010, a revista era mensal e seguia ainda uma lógica ligada à atualidade, incluindo os livros que tinham sido publicados e críticas dos mesmos. A partir de 2012, sensivelmente, a publicação muda a sua estratégia, afastando-se

intencionalmente da atualidade, da crítica e do paradigma jornalístico e passa a organizar-se em torno de temas: «Embora tenhamos atenção aos livros que são publicados na atualidade, é uma revista muito mais temática, mas sempre relacionada com livros e não apenas com literatura», explica o diretor da revista, Francisco José Viegas⁴⁹. Assim, a revista pretende «cruzar os livros com um panorama mais alargado, não só de reflexão sobre a atualidade, como ligação entre aquele autor e outros autores, sobre questões mais vastas, enquadrando um livro no seu tempo e numa abordagem mais um mais abrangente», esclarece Filipa Melo⁵⁰, jornalista e crítica literária e colaboradora da revista.

Em 2015, ano analisado no âmbito desta dissertação, a revista teve uma periodicidade trimestral e, em 2020, semestral. Para esta revista não identificámos as diferentes temáticas porque é especializada em literatura e nos livros e, por isso, há um foco assumido em relação às temáticas relacionadas. No entanto, salientamos o facto de o número total de peças da *Ler* ter diminuído de 2010 para 2015 (período entre o qual ocorreu a mudança na estratégia), de uma média de 107 peças para 67, e depois em 2020 registou uma média de 83 peças (gráfico 13).

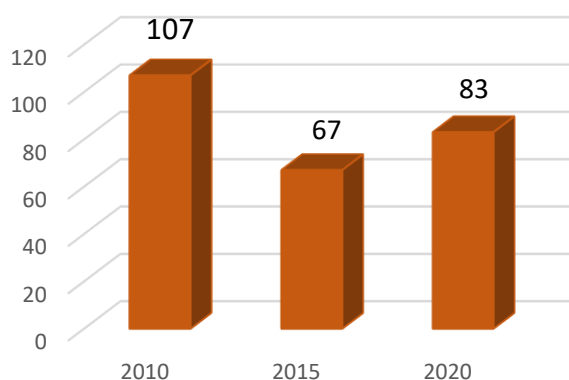


Gráfico 13 | Média de peças da *Ler*

Esta evolução do jornalismo cultural de literatura em Portugal decorreu lado a lado com mudanças na sociedade, no mercado editorial e setor dos média e jornalismo que se repercutiram na especialidade. Como vimos no primeiro capítulo, o desenvolvimento da tecnologia, sobretudo das tecnologias de comunicação, motivou mudanças estruturais em todos os setores da sociedade, até ao nível quotidiano. Com a

⁴⁹ Entrevista realizada a 15 de março de 2022 por videochamada.

⁵⁰ Entrevista realizada a 21 de abril de 2022 por videochamada.

internet, surgiram novas formas de produzir e de aceder a informações e o universo dos livros não foi exceção. Descentralizou-se o espaço da crítica e das discussões sobre livros, o que contribuiu em parte para o enfraquecimento da crítica. Além disso, não só a própria quantidade de informações sobre livros disponíveis disparou online, como também se publicam cada vez mais livros e estes têm uma vida muito mais curta: «em 1990, por exemplo, um livro para entrar no top de vendas tinha que ultrapassar os mil, dois mil exemplares vendidos. Hoje em dia, um livro com 200, 300 exemplares entra no top de vendas, o que significa que as condições estão diferentes», enquadra Francisco José Viegas. Em simultâneo, há menos leitores, como vimos com o estudo sobre os hábitos culturais portugueses e nível muito reduzido de leitores (Pais et al., 2022). Cenário semelhante atravessam o jornalismo e as publicações culturais. Com um público em encolhimento, têm-se esgotado os recursos financeiros e humanos e tem diminuído o espaço físico dos jornais e revistas – como examinaremos já no próximo ponto. Exemplo do encolhimento dos leitores dos jornais são as tiragens dos mesmos, como detetamos no gráfico 14. Nesta tendência o ano de 2020 foi exceção, uma vez que se registaram aumentos de tiragens em todos os jornais em análise, ficando de fora a *Ler*, que continuou a diminuir a sua circulação.

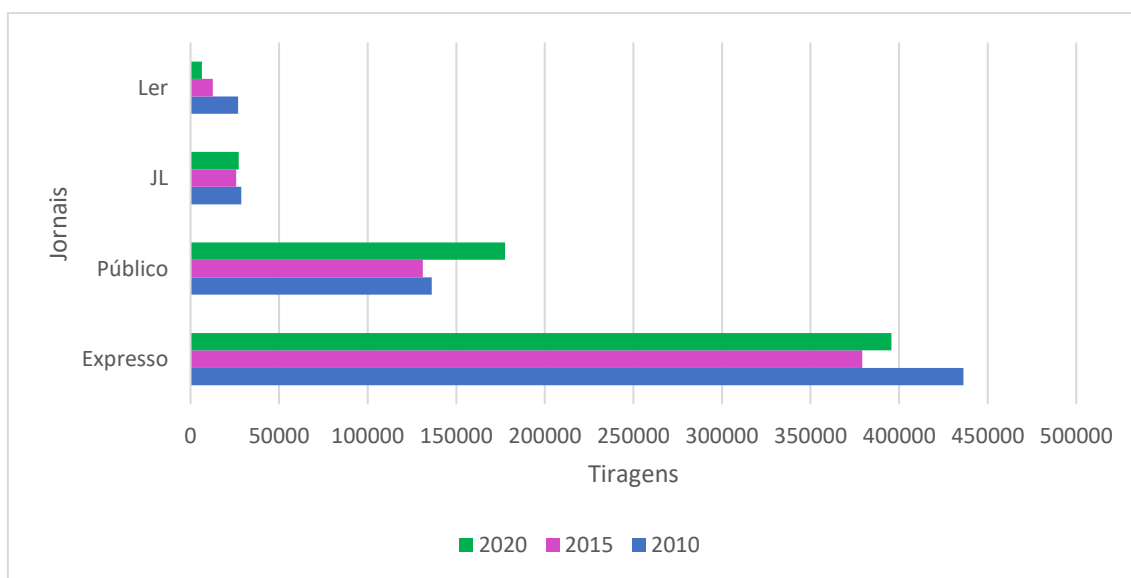


Gráfico 14| Totalidade das tiragens nos anos nos anos estudados (inclui circulação paga impressa e digital) (APCT, s.d.)

Perante um grande leque de publicações e constantes novidades editoriais, não é possível incluir e acompanhar todos os livros e autores nas publicações, realidade consensual entre os jornalistas, editores e diretores das publicações em análise. Assim

sendo, é inevitável que o trabalho seja o mesmo que há dez ou 20 anos. «Caímos aqui num ciclo vicioso que é, por um lado, há cada vez menos pessoas a escrever, mas, por outro, são sempre as mesmas pessoas. Portanto, os jornais vão arrastando um bocadinho as suas equipas, que são sempre as mesmas, e o espaço não é renovado. Não aparece gente nova para mostrar a sua força», afirma Vasco Câmara⁵¹. Também por isso «há menos intervenção no espaço crítico, [porque] os jornais não podem ter os críticos que querem ter, ou a quantidade de críticos que querem ter», continuou. Mas, apesar do retrato sombrio do setor dos jornais e revistas, Vasco Câmara salienta que «as pessoas percebem que sair no Ípsilon ainda é um espaço protegido. Aliás, o jornal, em termos de papel, o dia que vende mais é à sexta-feira (...). Porque as pessoas compram, porque há aquele espaço de cultura, isso ainda é valorizado».

3.2.1.1. Publicações mais reduzidas, com menos recursos

De acordo com a análise de conteúdo realizada, o jornalismo cultural de literatura sofreu alterações que acompanham as mudanças sentidas no meio jornalístico no seu todo: de 2010 a 2020 os jornais de forma geral diminuíram a sua dimensão física (gráfico 15) – com exceção da revista *Ler*, porque, embora esta publicação tenha alterado a sua periodicidade mensal, em 2010, para trimestral em 2015 e depois semestral em 2020, aumentou a média de páginas de 96 para 140, em 2015, e 136 em 2020. Relembramos, ainda, que o suplemento do jornal *Expresso* em 2010 era o *Actual* (com uma média de 54 páginas) e a revista *E* só surgiria em 2015, com uma média anual de 106 páginas, tendo descido em 2020 para uma média de 97 páginas.

⁵¹ Entrevista realizada a 3 de fevereiro por chamada telefónica.

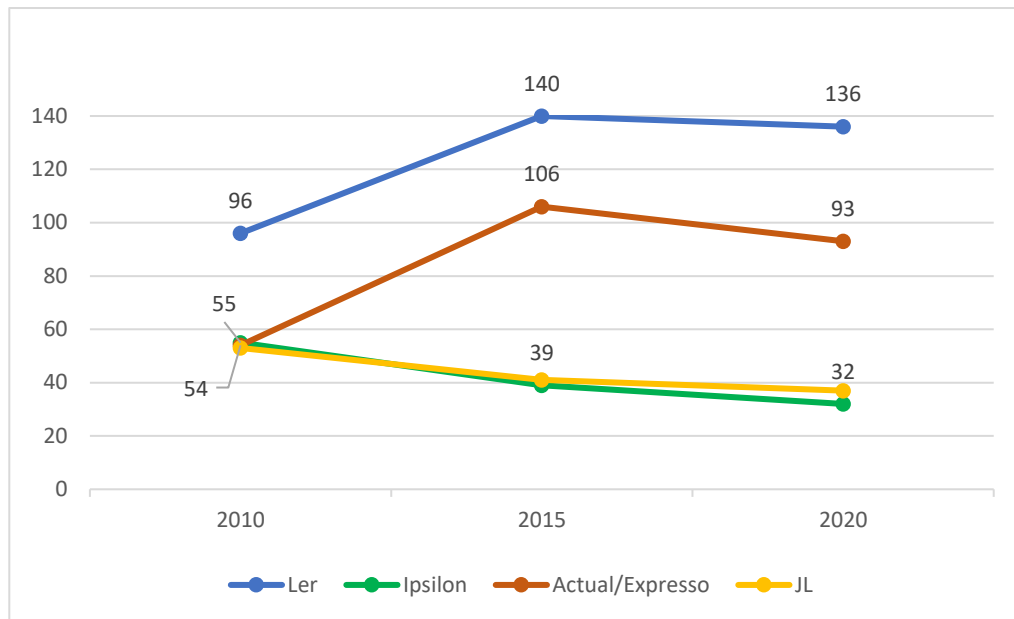


Gráfico 15| Média de páginas por ano por jornal

De forma geral, os jornalistas, editores e diretores entrevistados denotam uma diminuição do espaço dedicado à literatura e ao universo dos livros. Essa redução de espaço foi transversal às restantes áreas com presença fixa nas páginas das publicações (cinema, música, teatro e exposições) e, por isso, os livros e a literatura não foram especialmente prejudicados. Ainda assim, todos os entrevistados reconheceram que ter menos espaço implica deixar de fora livros e autores. A maioria dos jornalistas, diretores e editores mencionou haver alguma frustração em relação reduzido espaço para a literatura e os livros. «Obviamente tenho pena de não ter mais espaço porque mesmo com os poucos recursos se podia dar mais coisas, coisas maiores. (...) Sobretudo, gostaria de ter maior variedade e multiplicidade», afirma José Carlos de Vasconcelos, diretor do *JL*.

Um dos fatores apontados pelos entrevistados é o impacto das mudanças sentidas no setor jornalístico e no mercado editorial. Tal como sucede no jornalismo em geral, há cada vez menos leitores e as tiragens são cada vez mais reduzidas, tanto de jornais como de livros, lembra Francisco José Viegas. Consequentemente, também a publicidade tem vindo a reduzir em todos os órgãos de comunicação estudados, resultando em menos páginas nos jornais e menos recursos para manter os colaboradores – importa lembrar que os críticos são maioritariamente colaboradores externos.

Por outro lado, com a democratização da internet, cada vez mais se fala sobre livros na internet, dispersando o público de leitores. Publicam-se cada vez mais livros e, em Portugal, o aumento do mercado editorial contrasta com um público que lê cada vez menos livros, como vimos no ponto 1.1. Os próprios jornalistas apontam o fator sociológico e cultural como determinante na evolução do jornalismo cultural de literatura. Luciana Leiderfarb⁵², jornalista de cultura do *Expresso*, e Francisco José Viegas, por exemplo, consideram que não há tradições e hábitos de leitura. Nem no espaço público há lugar para livros – a partilha de Paulo Portas no seu comentário na TVI acaba por ser exceção. O desafio passa por criar hábitos nos mais novos que envolvam os livros. «O problema não está nos livros como um valor em si, porque os livros não são um valor em si, são aquilo que nós fazemos dele, a forma como os lemos, como usamos», explica Francisco José Viegas. Nesse cenário, ambos os jornalistas acreditam que os jornais têm tido um papel muito importante. «O nosso trabalho tem sido, de alguma maneira, com as nossas possibilidades, com os nossos instrumentos, fazer o que podemos para divulgar mais livros, falar de mais livros, manter no espaço público a própria ideia de leitura», complementa Francisco José Viegas.

Uma realidade com menos capacidades financeiras e menos credibilidade, «faz com que os jornais não sejam empresas poderosas, [que sejam] pouco possantes e, portanto, também não podem, não conseguem desenvolver e ter a melhor ambição e qualidade naquilo de produzem como tinham aqui há uns anos. Os jornais, numa dada altura, tinham um monopólio de informação, os jornais dominavam o que saía, dominavam, de certa maneira, a informação e o gosto, apontavam o gosto. Hoje, geralmente os jornais, acontece em algumas áreas dos jornais, são as últimas entidades a chegarem aos objetos», conclui Vasco Câmara, editor do *Ípsilon*.

A revista *Ler* é o exemplo de como a diminuição dos recursos afeta a periodicidade e como isso influencia o estilo e estratégia da publicação. Estas transformações forçaram a revista a alterar a sua estratégia editorial. Com menos recursos e sem conseguir competir com a atualidade – que constantemente se torna obsoleta e passou a ser também acompanhada em blogues e outros projetos digitais amadores –, criou um conceito que funcionasse ao longo de três meses, refere Francisco José Viegas. Atualmente, a revista não tem nenhum funcionário, vive de colaborações externas. Mas a redução dos colaboradores foi geral, dificultando também a variedade

⁵² Entrevista realizada a 16 de fevereiro de 2022 por videochamada.

de perspectivas. Inclusivamente, os escritores entrevistados admitem ter notado numa perda de qualidade dos trabalhos jornalísticos de forma geral.

3.2.1.2. Maior liberdade jornalística e menos crítica

Como vimos no ponto 2.2., o jornalismo cultural não obedece exatamente a todas as regras que orientam a profissão jornalística. No caso do jornalismo cultural de literatura, não só são utilizados outros géneros jornalísticos menos comuns noutras especialidades, como algumas regras fundamentais do jornalismo como a pirâmide invertida e a escrita clara e concisa não são seguidas à risca. Esta realidade encontrada nas publicações em estudo dificultou, de algum modo, a análise de conteúdo. A esmagadora maioria das peças é redigida de forma mais criativa, até literária, com um pendor muito autoral e subjetivo e com muitos recursos à intertextualidade. Por essa razão, foi uma tarefa hercúlea identificar os géneros jornalísticos utilizados – como se identifica uma notícia que não segue a estrutura da pirâmide invertida? –, sendo também frequentes os géneros híbridos (fusões de vários géneros), cuja categorização foi ainda mais complexa e quase impossível.

Ainda assim, foi possível observar tendências e padrões⁵³: de forma geral, todas as publicações em estudo assistiram a uma redução da presença dos principais géneros jornalísticos que marcaram as suas páginas entre 2010 e 2020. Começando pela revista *Ler*, verificamos através do gráfico 16 que a maior diferença sentida ao nível dos géneros jornalísticos foi a diminuição das breves e notas (de 265, em 2010, passaram para 123 em 2020), das crónicas e artigos de opinião (entre 2010 e 2020 reduziram de 92 para 11) e da perda da crítica: em 2020 já não foi identificada nenhuma crítica⁵⁴. A tendência de redução dos géneros foi geral, o que se pode explicar, como foi referido antes, pela mudança de estratégia da revista.

⁵³ Para efeitos da análise e interpretação dos dados através dos gráficos, foram tidos em conta os géneros com maior expressão em todos os órgãos de comunicação analisados.

⁵⁴ O desaparecimento da crítica será abordado no próximo ponto.

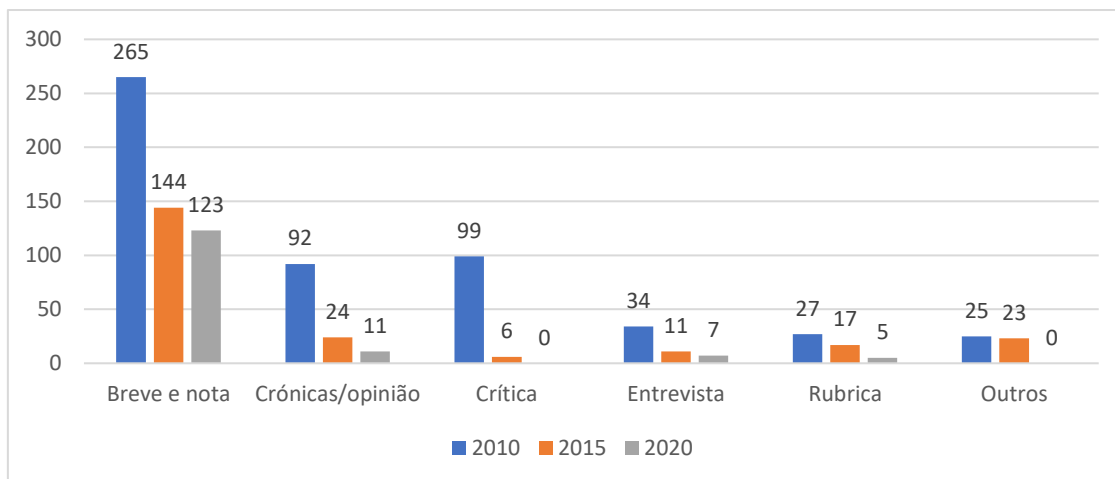


Gráfico 16| Evolução dos géneros jornalísticos na Ler

No *Ípsilon*, constatamos, no gráfico 17, uma ligeira mudança do paradigma estético para o paradigma jornalístico no que aos livros diz respeito. Com a diminuição da crítica ao longo dos anos, observamos, num sentido oposto, um ligeiro aumento de entrevistas, um aumento considerável de breve e notas de 2010 para 2020 – também a notícia aumentou de 2010 para 2015, embora a sua presença tenha voltado a cair em 2020.

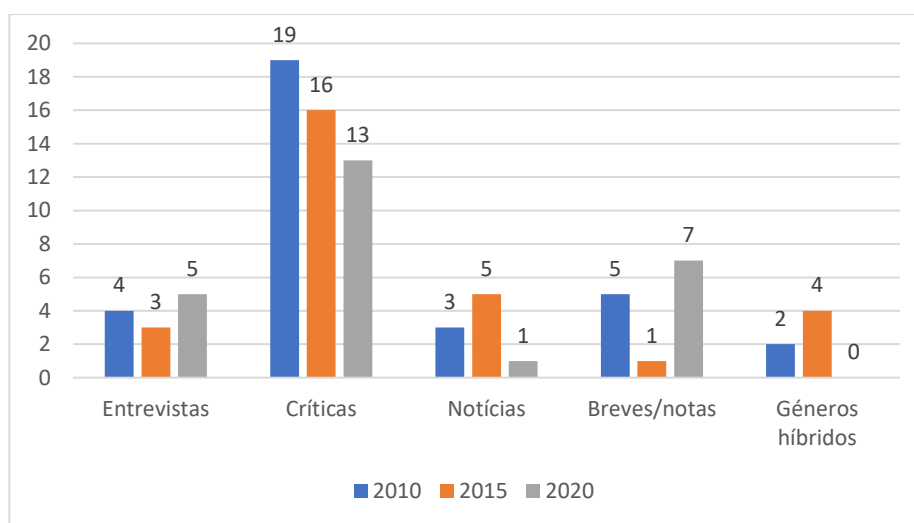


Gráfico 17| Evolução dos géneros jornalísticos no *Ípsilon*

Quanto ao *Expresso*, vimos no gráfico 16 que as maiores variações são sentidas do ano de 2010 para 2015 – quando se dá a passagem do suplemento *Actual* para a revista *E* –, especialmente no que diz respeito à crítica e às breves e notícias. Para o objetivo deste trabalho, interessa-nos sobretudo a diminuição de 23 valores da crítica de 2010 para 2015, e depois de 12 valores de 2010 para 2020. Uma vez que os restantes

géneros se mantêm relativamente estáveis, foi a crítica o género que mais perdeu na mudança dos suplementos.

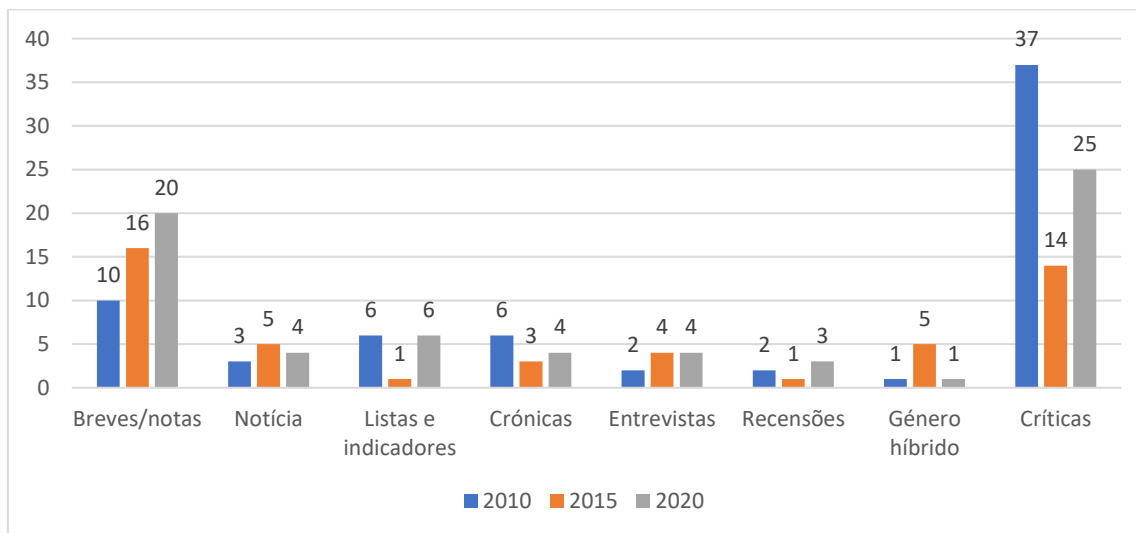


Gráfico 18| Evolução dos géneros jornalísticos nos suplementos do Expresso (Actual em 2010 e revista E a partir de 2015)

O *JL*, por sua vez, observamos no gráfico 19 que tem uma evolução descendente progressiva em todos os géneros, com exceção da recensão, que em 2020 voltou a subir 20 valores. As breves e notas foram os géneros com a maior redução (de 125 em 2010 desceram para 10 em 2020).

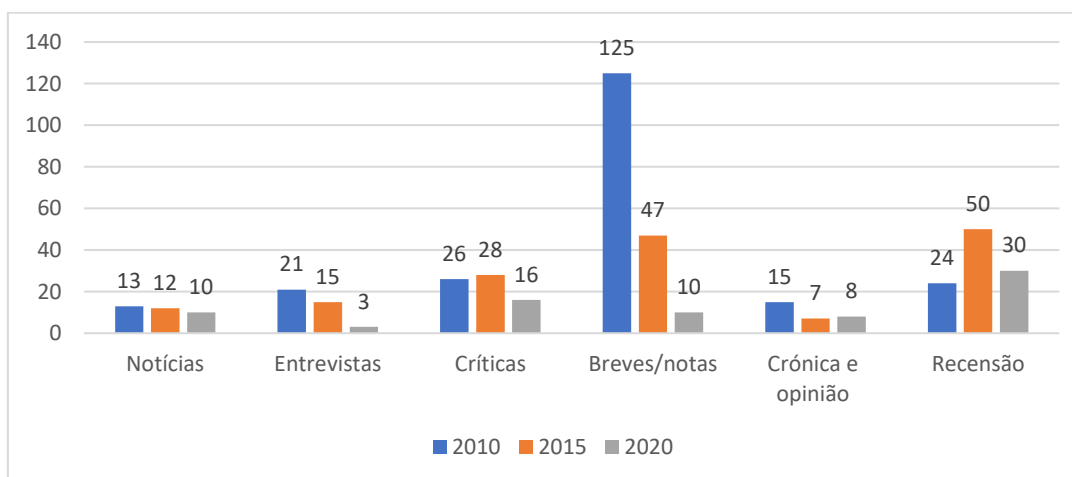


Gráfico 19| Evolução dos géneros jornalísticos no JL

Em relação aos motivos para os escritores serem abordados, verificamos no gráfico 20 que a publicação, reedição e revisão dos seus livros representam 40,6%, o que revela o peso da agenda nos critérios do jornalismo cultural de literatura. Seguem-se outros motivos, como textos redigidos pelos próprios escritores, nomeadamente crónicas e outras peças sobre escritores, sobre livros e escritores ou críticas (21,7%), a participação em eventos e projetos, como festivais, iniciativas de cariz literário e outros (13,7%). Os escritores também são mencionados em textos, nomeadamente conversas ou entrevistas, como referência literária (10,9%) ou são referenciados por outros motivos (6,3%); são mencionados em listas, como *best-sellers* (5,7%), ou merecem atenção por terem sido distinguidos com prémios (0,6%)⁵⁵ ou por outros motivos (0,6%).

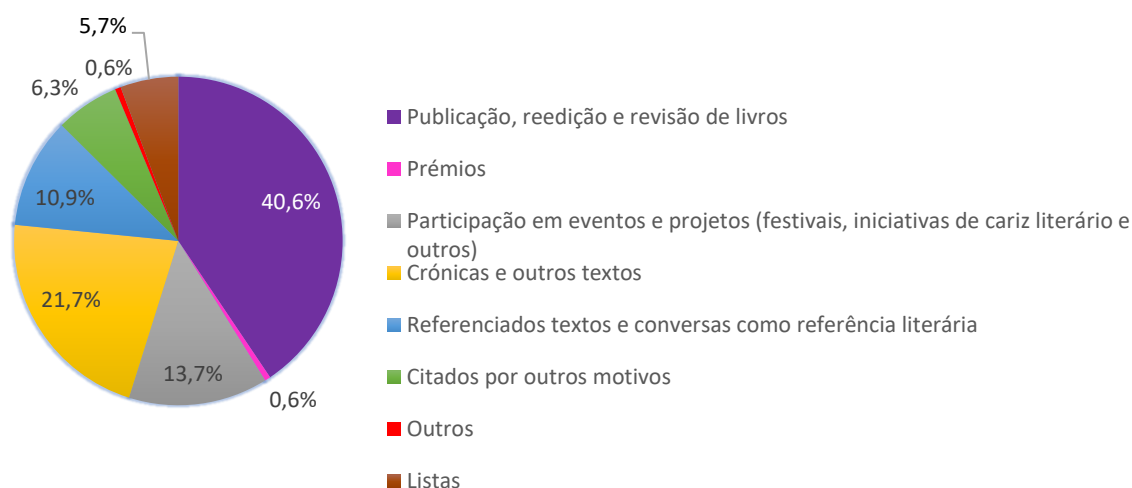


Gráfico 20 | Motivo pelo qual os escritores foram mencionados ou mereceram atenção pelas publicações em análise

- Perda de crítica

No caso do jornalismo cultural de literatura, houve uma redução da crítica nos quatro órgãos de comunicação observados. Contudo, os entrevistados notam que a perda de crítica de literatura é transversal a todas as áreas do jornalismo cultural. Sendo a

⁵⁵ Embora as distinções correspondam a uma percentagem reduzida, é preciso sublinhar que nunca estiveram em causa prémios de elevado prestígio internacional, como aconteceu no passado, quando José Saramago foi vencedor do Nobel da Literatura, em 1998.

crítica um género jornalístico que envolve a leitura dos livros, processo por si só mais moroso, ao qual se junta o tempo de escrita do texto, a remuneração baixa acaba por não compensar o trabalho do ponto de vista dos críticos e dos jornais, lembra Luís Ricardo Duarte. O principal fator apontado pelos jornalistas, editores e diretores é precisamente a falta de recursos financeiros para pagar aos críticos, juntando-se a falta de espaço. Perante este cenário, os entrevistados creem ser inevitável que a crítica fique de fora. A revista *Ler* não só foi a publicação onde mais se sentiu essa mudança, como aproveitou isso intencionalmente para reformular o seu estilo e estratégia

Para Vasco Câmara, a crítica de literatura ficou especialmente prejudicada: «No *Público*, a crítica de livros saiu, porque [os jornalistas] quiseram fazer outras coisas e essas [pessoas] não foram substituídas, quer em número como em termos da própria qualidade. O lugar qualitativo daquela pessoa não foi substituído, ou seja, não foi encontrado alguém com valor semelhante ou que fosse capaz de se afirmar naquele espaço». Além disso, segundo Luís Ricardo Duarte, uma das principais funções do jornalismo cultural foi posta em causa, de forma geral: «Fazer jornalismo é sempre hierarquizar informação e nem sempre há essa garantia de que os jornais façam esse trabalho na área dos livros e da literatura e dos lançamentos mais recentes».

Do ponto de vista dos escritores, é consensual entre todos os escritores que «a crítica literária tradicional está verdadeiramente na rua da amargura. Há cada vez menos críticos com formação, conhecimento e reconhecimento, e cada vez menos espaço para os livros nos jornais e revistas», resume Inês Pedrosa. Assim, não só o prestígio dos jornais e dos jornalistas de cultura diminuiu, mas também o dos críticos, realça Filipa Melo. «Os grandes nomes da crítica também praticamente desapareceram. Não há autoridades como há 20 anos, 30 anos, aquelas vozes autorizadas, pessoas que eram reconhecidas e que levavam os leitores a comprar os livros por indicação desses escritores», afirma o escritor José Eduardo Agualusa. Esta ideia é corroborada por Inês Pedrosa, que tem como referência incomparável e insubstituível no universo da crítica Eduardo Prado Coelho.

«Sinto muita falta de uma boa crítica literária porque a crítica literária não faz apenas a divulgação: a boa crítica literária ajuda o escritor também (...), porque dá indicações. (...) É um eco daquilo que fazemos», reconhece Agualusa. Alguns entrevistados encontram outros espaços críticos, de reflexão e também divulgação noutros locais, como as feiras do livro, outros eventos literários e em espaços online.

Tânia Ganho, por exemplo, encara com pena este cenário. Porém, entende ser um sinal dos tempos e acredita que a crítica está a passar para outros meios, nomeadamente a televisão, a rádio e podcasts ou mesmo nas redes sociais. A própria escritora segue recomendações ou sugestões de leitura. «Mais depressa compro um livro, porque vi no Instagram uma pessoa que eu sei que tem imensa qualidade literária, ou uma colega escritora, um colega que é jornalista, ou inclusivamente leitores que tem os *bookstagram*s. Se eu vir que alguém que já percebi que tem mais ao menos o mesmo estilo de gostos que eu (...), mais depressa vou comprar um livro que vi no Instagram ou no Facebook do que o livro que sai no *JL*. Isto é absolutamente politicamente incorreto, mas é um facto e creio que há mais pessoas como eu que fazem isso», confessa a escritora.

- Critérios que orientam temas a abordar e fontes

O jornalismo cultural de literatura continua a ser jornalismo e, tal como sucede com as restantes áreas, há critérios jornalísticos em comum. O primeiro e dos mais importantes que orientam a seleção de escritores ou obras a tratar, é a agenda, a novidade. No caso dos livros, a agenda é sobretudo composta pelas recentes edições a saírem no mercado. Depois, vários outros critérios regem a seleção. Por exemplo, «é um livro premiado ou o primeiro livro depois de um prémio são critérios que permitem fazer um trabalho diferente» e, por isso, poderá ser tratado, refere Luís Ricardo Duarte. Importa também o interesse da obra, do autor, do tema, da abordagem, perspectiva e substância do livro, tal como o interesse que possa ter no contexto da obra do artista, da atualidade. Pesa, também, o nome e estatuto do autor: se sair um livro do António Lobo Antunes, o *Ípsilon* vai falar independente de ser bom ou mau, mas se sair do Raul Minh'Alma já só vai falar se for bom», antecipa Isabel Coutinho. Se for um autor que já tenha sido abordado no suplemento, é provável que haja um seguimento do seu trabalho pelo menos no *Público*, segundo Isabel Coutinho e Vasco Câmara.

Além disso, se determinado autor, livro ou tema estiver a ser muito falado na imprensa internacional, por exemplo, poderá também motivar a sua cobertura nos jornais em análise. Um outro critério que se sobrepõe em todas as publicações em estudo é a qualidade, atributo que é mencionado de forma geral por todos os

entrevistados, seja ao nível da construção da obra, da sua originalidade, abordagem, do tema, etc. Na maioria, se não a totalidade dos critérios, pressupõe, em palavras de José Carlos de Vasconcelos, «uma apreciação que é subjetiva e é duvidosa».

Todos os entrevistados que trabalham no jornalismo cultural de literatura salientam a liberdade que os seus jornalistas e colaboradores têm para escolher os livros que entenderem. «Isso às vezes introduz um elemento de subjetividade e de cunho pessoal», refere Luís Ricardo Duarte e, no caso do *JL*, continua o jornalista, a equipa tenta «compensar utilizando outros critérios, vendo o que ainda não foi tratado e usar uma abordagem jornalística para o fazer» e equilibrar a seleção dos temas e artistas, ideia partilhada pelos colegas das outras publicações. De acordo com os entrevistados, são frequentes os debates e discussões com o objetivo de identificar a melhor escolha e abordagem. No caso da *E*, por exemplo, Luciana Leiderfarb refere apoiar-se nos critérios dos críticos, por serem especialistas e terem uma visão mais abrangente do meio literário. A jornalista sublinha ainda que tem «sempre o cuidado de lhes perguntar o que é que estão a ler e o que acham das opções».

No que diz respeito às fontes, nesta especialidade do jornalismo cultural, as principais fontes são as editoras, uma vez que partilham periodicamente com os jornais os livros que são publicados. Além disso, os jornalistas afirmam recorrer à imprensa internacional, revistas literárias, blogues de críticos, feiras e festivais literários internacionais. Também obtêm informação dos próprios escritores e outros contactos, nomeadamente professores universitários e instituições.

Questionados sobre eventuais pressões por parte das editoras e da agenda literária, nenhum dos entrevistados reconhece haver algum tipo de influência. Aliás, foi geral a ideia de que o meio literário e do jornalismo cultural de literatura não são mais promíscuos em relação a este tipo de influências do que outras áreas do jornalismo, como o político.

3.1.1.3. Mediação e intermediação de autores e obras portuguesas

Para responder à pergunta de partida deste trabalho, «que influência tem o jornalismo cultural de literatura na mediação e intermediação da literatura em português

na última década do século XXI?», argumentamos que mediação e intermediação também têm a ver com a presença e a visibilidade dada aos escritores.

Começando por olhar para onde se posicionam os autores portugueses nas publicações que falam sobre literatura, relembramos que o meio cultural tem uma forte influência do mundo anglo-saxónico e, num meio com uma forte presença mediática de autores estrangeiros, especialmente anglo-saxónicos (Riegert et al., 2018, p. 12; Kristensen & From, 2015b; A. Melo, 2002), facilmente ganham destaque em detrimento de autores portugueses, fenómeno presente em todos os órgãos em análise. Além do condicionamento do espaço, os livros e autores escolhidos são um espelho do mercado editorial: se são editados, em comparação, mais livros de língua inglesa, acabam por ter uma maior presença no jornalismo cultural, como salientam as jornalistas Luciana Leiderfarb e Isabel Coutinho. Acresce o facto de o nível consagração dos escritores nacionais e estrangeiros poder ser diferente: entre dois escritores que acabem de editar um livro em Portugal, um escritor que ganhou um prémio Pulitzer terá um peso maior do que um escritor português que ganhou prémio nacional, e essa diferença influencia a seleção dos escritores e livros, explica Leiderfarb. Nesse sentido, Vasco Câmara considera que «não devemos ser paternalistas em relação àquilo que é produção, entre aspas, nacional – acho que devemos seleccionar os livros como livros, independentemente de serem autores portugueses ou não».

Dos jornais e revista investigados, o *JL* é o único com um esforço assumido de dar destaque aos autores portugueses, intenção consolidada no seu estatuto editorial e «elemento diferenciador do jornal», segundo Luís Ricardo Duarte. No caso do *JL*, o jornalista reconhece que «devido ao privilégio dado, de certo modo, aos escritores lusófonos, houve menos capacidade de cobertura dessa área [de literatura de outras línguas] muito vasta quer do setor editorial, quer da literatura».

Além do desafio de abarcar escritores estrangeiros e escritores que escrevem em português, há também uma diferença da cobertura e de autores consagrados, por um lado, e de autores emergentes, por outro – e, como vimos no último ponto, o estatuto e o percurso dos autores pode ser o fator de desempate entre dois escritores. Olhando para a contabilização das referências e aparições dos escritores cuja presença estamos a investigar, a presença ou visibilidade editorial que é concedida aos escritores consagrados ultrapassa com larga vantagem a dos escritores emergentes, como podemos constatar no gráfico 21.

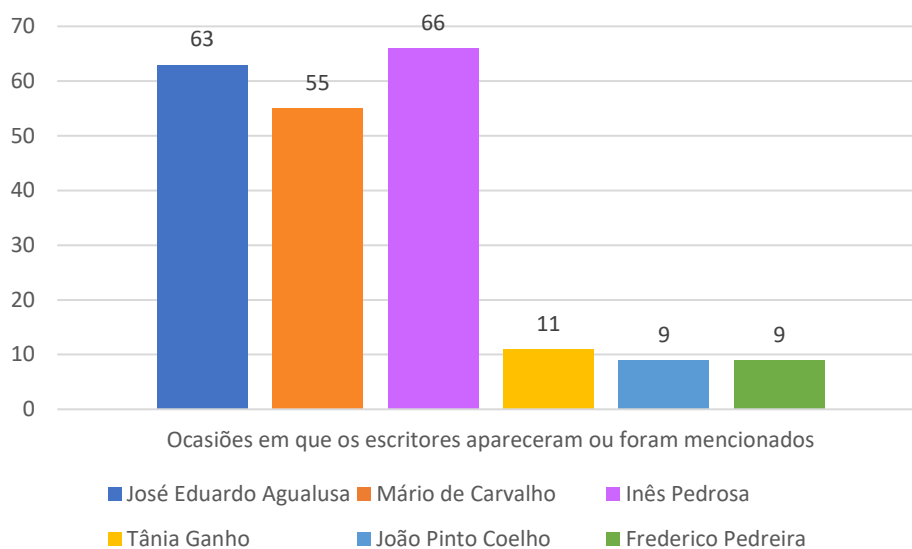


Gráfico 21| Número de ocasiões em que os escritores apareceram ou foram mencionados na totalidade dos anos em análise

Estes dados significam que os escritores emergentes ficam de fora ou são excluídos das opções editoriais mais vezes. Os consagrados acabam por ganhar vantagem nos textos que escrevem (são objetos do jornalismo cultural de literatura e em simultâneo seus produtores, construindo valor simbólico sobre o meio e si mesmos) e nas menções e referências feitas a seu respeito, como constatamos a partir do gráfico 22. Por outras palavras, o jornalismo cultural de literatura em Portugal tende a debruçar-se mais sobre nomes já estabelecidos.

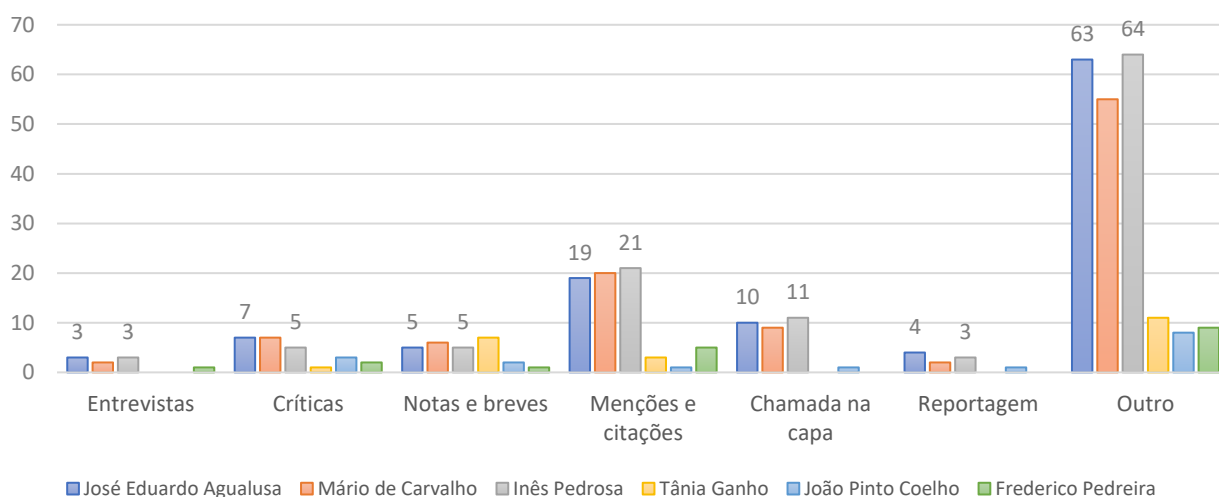


Gráfico 22| O tipo de textos por género ou tipos de menções a respeito dos escritores e respetivas obras

Há indícios de que os autores emergentes não passam totalmente despercebidos. Não sendo possível medir concretamente o impacto que órgãos de comunicação poderão ter ou não no trabalho e carreira dos escritores, nomeadamente através do eventual efeito dos textos e visibilidade nas vendas, inferimos o estado do papel de mediador e intermediário desta especialidade a partir das perspetivas dos próprios escritores e jornalistas.

O escritor João Pinto Coelho foi finalista do prémio Leya em 2014, «prémio que tem sempre uma grande divulgação», diz o autor, e logo no ano seguinte publica o livro finalista, *Perguntem a Sarah Gross*. As primeiras críticas «foram precisamente do *Expresso* e o *Público*, que serão provavelmente os mais reconhecidos em termos da imprensa escrita. O livro teve, nos dois casos, as cinco estrelas. Para um autor estreante, foi importantíssimo». Um dos empurrões para a divulgação do romance terá sido um trabalho realizado com a SIC e com o *Público*, em Auschwitz, espaço onde o romance se situa. Aliás, este trabalho mereceu uma capa no *Ípsilon* (figura 1), tendo sido a única capa que inclui um dos três escritores emergentes.



Importa referir, contudo, que a reportagem passou na SIC em horário nobre durante a semana. Como acredita João Pinto Coelho: «Teve um impacto muito forte, seguramente com um alcance muitíssimo maior do que teve as cinco estrelas do *Público* e das cinco estrelas do *Expresso*, não tenho dúvidas nenhuma sobre isso». Tal

visibilidade «refletiu-se imediatamente nas vendas do livro que não pararam depois dessa reportagem.»⁵⁶

Outro exemplo é o de Frederico Pedreira, poeta e prosador, cujos primeiros livros foram publicados em editoras mais pequenas – inclusivamente publicou em edição de autor. A primeira vez que um livro seu mereceu uma referência num órgão de comunicação foi em 2011, no jornal *Sol*. A partir daí, começou a ter mais atenção crítica e quando publica um livro de contos, em 2014, acabou por obter mais sucesso e atenção mediática. «E depois sou contactado por uma editora da Relógio D'Água para publicar um livro», recorda. Embora tenham feito chegar as suas obras à editora, crê que «a atenção crítica vai abrindo portas para outras editoras», dando lugar a melhores opções no mercado editorial.

Um dos maiores entraves para chegar às páginas sobre literatura poderá ser precisamente conseguir captar a atenção dos jornalistas de cultura e críticos. A primeira atenção mediática que Frederico Pedreira recebeu foi quando uma jornalista conhecida escreveu «uma nota simpática». «Acho que essas coisas têm influência», acredita. Inês Pedrosa reconhece que também terá sido favorecida por razões semelhantes: «Em termos de divulgação, o facto de ser jornalista e de trabalhar na área cultural há já nove anos, quando publiquei o romance, inicialmente, favoreceu-me, do ponto de vista da atenção mediática». Em simultâneo, considera que os média tradicionais são importantes no percurso do escritor, pois «as críticas ajudam também a interessar editoras estrangeiras, ou seja, a ter traduções».

Noutra perspetiva, os escritores consagrados escreveram vários textos durante o período analisado. Por exemplo, José Eduardo Agualusa e Inês Pedrosa tinham crónicas fixas na *Ler* em 2010; também Mário de Carvalho escrevia com relativa regularidade crónicas e outros textos. Além disso, aquando da publicação dos seus livros, eram amiúde publicados excertos (“pré-publicação”) das suas obras no *JL* e na *Ler*, o que não sucedeu com os escritores emergentes. Por outras palavras, os órgãos de comunicação

⁵⁶ O nosso trabalho não tem como objeto de estudo o jornalismo televisivo, ou a televisão de forma mais geral, mas foi mencionado em várias entrevistas o impacto que a televisão poderá ter na divulgação dos livros, uma tendência justificada pelo elevado número de telespectadores. Além do caso de João Pinto Coelho, Francisco José Viegas e Isabel Coutinho referiram o efeito que Paulo Portas causa quando partilha as suas leituras nos seus comentários ao domingo, em horário nobre, na TVI.

criam assim expectativas em torno dos livros, aumentando a curiosidade sobre os seus trabalhos (Kristensen, 2010).

Este tipo de presença mais regular, através da redação e publicação de textos da sua autoria «pode ajudar um pouco» e «as crónicas podem ajudar a criar leitores», afirma José Eduardo Agualusa. Não obstante, alerta de que poderá não trazer assim tantos leitores, porque não é uma influência direta.

Os últimos quatro exemplos indicam que os órgãos de comunicação podem ter exercido impacto na carreira dos artistas. Porém, isso não significa que a mediação e a intermediação sejam uniformes e cheguem homogeneamente a todos os escritores. Ou que os escritores queiram essa ponte entre si mesmos e o seu público. Por exemplo, a relação de Mário de Carvalho com os média «tem vindo a ser de afastamento e desconfiança». Já Tânia Ganho ficou mais afastada, mas não necessariamente por escolha. Os seus primeiros livros foram caindo no esquecimento, porque, nota, «o autor que escreve um primeiro romance, um segundo romance que não tenha um prémio passava absolutamente despercebido e hoje continua a acontecer muito isso, mas um bocadinho menos». Das vezes em que os seus livros mereceram atenção mediática, ficou «feliz da vida, porque isso continua a ter impacto para nós autores» e confere prestígio aos seus trabalhos. «Como escritora, quero é chegar a um público mais abrangente» e as redes sociais têm sido o principal meio de divulgação do seu trabalho, em particular do seu último livro, *Apneia*. Assim levanta a questão de o jornalismo cultural de literatura estar a falhar no seu papel principal de informar. «Há um desfasamento entre o que os órgãos de comunicação social andam a fazer e o formato. Porque o *JL* é uma publicação inteira dedicada, mas é um formato para determinado público, não é para o grande público. Tem toda a sua razão de ser e é uma publicação cultural com muitíssima qualidade. Falta-nos o equivalente, uma publicação inteira, por exemplo um suplemento literário – acabaram com os suplementos literários –, que seja verdadeiramente para o grande público. As pessoas querem saber o que se faz em literatura portuguesa, ter um pouco para todos os gostos: uma literatura mais acessível, uma literatura mais erudita», sugere.

Outros escritores admitiram recorrer às plataformas digitais para chegar ao seu público. Além de Tânia Ganho, também José Eduardo Agualusa afirma utilizar as redes sociais para divulgar os seus trabalhos e iniciativas em que está envolvido, sobretudo o Facebook. «Se colocar um anúncio do lançamento [de um livro], eu sei que vou ter mais

público colocando (...). O Facebook, o Instagram, as redes sociais funcionam, sem dúvida nenhuma funcionam. É o que funciona mais, mais do que a própria divulgação das editoras ou até do que os jornais. Eu tenho mais leitores do que o *Público* nas redes sociais. É um absurdo, mas é assim».

João Pinto Coelho também tem uma página pessoal online à qual recorre para divulgar as suas obras e projetos. O escritor está envolvido numa iniciativa que junta leitores e pessoas interessadas a uma viagem guiada à Polónia e a Auschwitz e percorre assim também a história do seu livro *Perguntem a Sarah Gross*. Durante a entrevista, João Pinto Coelho revelou que já tinham iniciado as vagas para uma segunda edição.

No que concerne à importância e prestígio das publicações e o impacto do seu trabalho, de forma geral, todos os jornalistas, editores e diretores admitem existir ainda algum prestígio associado às escolhas realizadas pelos seus colaboradores. Por outras palavras, se um escritor for mencionado nas publicações, significa que passou nos critérios das publicações e que terá alguma qualidade. O artista é, de algum modo, aprovado. Por exemplo, Isabel Coutinho explica que «em termos de consagração, em todas as áreas ser capa do *Ípsilon* é importante para um artista. Do *Ípsilon* ou do *Expresso*... Tens uma projeção e uma caução da equipa do *Ípsilon*, a dizer que aquele objeto é bom». Da mesma forma, também é mais ou menos consensual que o jornalismo cultural de literatura e a palavra dos críticos já tiveram mais impacto.

Conclusão

O atual trabalho de investigação foi iniciado com o objetivo de perceber «Que influência tem o jornalismo cultural de literatura na mediação e intermediação no panorama da literatura em português na última década do século XXI». Este objetivo orientador implicou, por um lado, compreender o jornalismo cultural de literatura em Portugal, as suas características e evolução na última década e, por outro, perceber se cumpria uma das suas principais funções: a de mediação e intermediação. Estes dois últimos aspetos interligam-se intimamente com os escritores a quem dão visibilidade editorial. Por essa razão, procurámos também saber qual o impacto que esta especialidade tem no panorama literário português.

Através dos anos em análise foi possível traçar um retrato do jornalismo cultural de literatura. Com a análise de conteúdo, verificámos uma evolução concreta: as publicações em estudo, de forma geral, encolheram fisicamente no número de páginas e de peças (a revista *Ler* não diminui em termos de média de páginas, mas diminui em peças e na sua periodicidade, o que por si só reflete as dificuldades que a revista enfrenta). No caso dos suplementos do *Expresso* e do *Público* e do *JL*, os livros aumentaram ligeiramente o seu peso em comparação com as restantes temáticas. Mas, ao invés de representar aumento de investimento na área dos livros, a análise sugere que foram as restantes áreas que diminuíram a sua presença, sobretudo a música e o cinema, no caso do *Expresso*, e que a redução de páginas e o volume total de peças. No caso do *JL*, embora os livros tenham tido uma forte presença das suas páginas na relação com os outros temas, diminuíram em valores absolutos. A *Ler* não só foi reduzindo a sua periodicidade (em 2020 foram publicados apenas dois números), como também sofreu um decréscimo no volume de peças.

Dos quatro órgãos de comunicação, foi a *Ler* a passar pela maior transformação editorial. Os motivos parecem ser mais relevantes para perceber a evolução do jornalismo cultural de literatura e para onde caminha esta especialidade. Com recursos cada mais reduzidos, em 2012, a revista optou por reformular a sua abordagem para não ter de competir com a atualidade. Sem recursos financeiros para ter funcionários próprios, a revista vai resistindo, mas sem ter recursos, por exemplo, para poder pagar a colaboradores e críticos.

Ao nível dos géneros jornalísticos, o que mais nos importa para a presente dissertação é perda de crítica, especialmente porque não se verificou uma predominância de géneros mais jornalísticos como a notícia a entrevista ou reportagem. Este aspeto foi confirmado tanto pela análise de conteúdo, como pelos jornalistas entrevistados. Ambos os parâmetros de análise, a dimensão formal e de conteúdo, correspondem às previsões sobre o presente e futuro do jornalismo cultural no seu todo, levantando questões sobre o destino da especialidade.

Foi, no entanto, através das entrevistas que conseguimos ir à raiz do problema e perceber realmente as dinâmicas que contribuíram para o estado do jornalismo cultural de literatura na atualidade. Como vimos no capítulo 1, há um contexto social, económico, cultural e tecnológico que pesa sobre as publicações culturais e, sobretudo, sobre as que se debruçam sobre livros. Num país sem hábitos de leitura sólidos, marcado ainda por resquícios da velha dicotomia entre cultura erudita e cultura popular, ou cultura alta e cultura baixa, lê-se cada vez menos livros e jornais e, sem leitores, não há jornais nem revistas.

Além da crítica que tem vindo a desaparecer e, com ela, um espaço crítico e de reflexão sobre e para o trabalho dos escritores, perdem-se recursos físicos (como a perda de espaço e de peças), financeiros e humanos para poder trazer abordagens diferentes e novas vozes. Sem nomes de referência, perde-se também parte da legitimidade, credibilidade e impacto destas publicações. Como referiu Vasco Câmara, dentro dos jornais não se renovam as vozes, porque não há meios para chamar outras.

A qualidade é um critério importante para a seleção dos temas e, sobretudo, dos escritores a abordar, o que subjaz um pendor subjetivo forte. Se as próprias equipas não se renovam, não se renovam os gostos dos jornais. Isto pode ter implicações, por exemplo, ao nível do trabalho dos escritores emergentes. Como vimos no gráfico 21, os escritores consagrados ganharam pelo menos cinco vezes mais visibilidade nas publicações do que os escritores emergentes. Estes valores mostram uma desigualdade acentuada ao nível das vozes da escrita. Um outro critério que contribuirá para esta realidade é o peso da agenda: o gráfico 20 revela que as publicações, reedições ou revisão de livros é o motivo que mais influencia a menção dos escritores. Se um escritor se profissionalizar, ou seja, se fizer da sua profissão a escrita – temos hoje vários exemplos, como o próprio José Eduardo Agualusa que tem praticamente publicado e reeditado livros consecutivamente nos últimos anos –, é comum publicar um livro todos

os anos e, naturalmente, conseguirá ter mais destaque do que escritores ainda numa fase inicial da sua carreira.

É verdade que o jornalismo cultural de literatura parece ter ajudado João Pinto Coelho e Frederico Pedreira a ganharem mais reconhecimento, no meio literário e entre o público, mas os mesmos escritores também reconhecem que o alcance dos jornais é limitado. Admitindo, como Tânia Ganho mencionou, que como escritora, quer é chegar a um público mais abrangente, parece natural a passagem dos escritores para os meios digitais. Se os escritores, inclusivamente os consagrados, já dependem mais das redes sociais para divulgar e mediar o seu trabalho, indica que o jornalismo cultural de literatura não está a cumprir as suas funções principais: divulgar (informar) e intermediar. Se considerarmos a questão da perda de crítica e do espaço de reflexão e de colaboradores, também fica posta em causa a função de mediação do jornalismo cultural de literatura, no sentido de pensar e refletir sobre a realidade e de dar um olhar singular sobre o mundo.

Importa referir, ainda assim, que há outros caminhos a seguir e públicos a encontrar. Um deles pode ser tentar responder verdadeiramente ao volume de livros publicados atualmente e orientar os leitores nessa imensidão. Outro caminho poderá inspirar-se no Encontro de Leitura do *Público*, em parceria com a *Folha de S. Paulo*: a iniciativa combina o dinamismo e a partilha permitidos pelo formato de clube e pelo digital (através da videochamada e da conversão da conversa para *podcast*, em alguns casos), garantindo ao mesmo tempo a mediação exercida pelos jornalistas, que moderam a conversa e selecionam os escritores a convidar.

Outras opções poderão incluir outros formatos digitais, como as próprias redes sociais e narrativas mais dinâmicas, interativas e imersivas. A popularização das páginas nas plataformas sociais sobre livros e a adesão a feiras e festivais literários demonstram precisamente interesse, apenas se deslocou para outros formatos. Este é o símbolo da mudança dos tempos e dos públicos. Se sabemos onde a maioria das pessoas está – online, provavelmente no seu *smartphone*, como discorreremos no ponto 1.1., ou em eventos coletivos, como feiras ou em clubes literários –, sabemos para onde poderemos ir. Embora não tenham sido o foco desta investigação, explorámos algumas opções que poderão ser o ponto de partida para projetos futuros tanto de investigação nesta área, como de comunicação de cultura e de jornalismo cultural de literatura. Como

disse Filipa Melo, «os livros sobrevivem sempre e encontram os seus leitores de todas as formas».

Bibliografia

- Adorno, T. (1987) A Indústria Cultural. In G. Cohn (Org.), *Comunicação e indústria cultural: leituras de análise de meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e “cultura de massas” nessa sociedade* (p. 287-295). T.A. Queiroz;
- Almeida, J. e Pinto, J. (1990). *A investigação nas Ciências Sociais* (4ª ed.). Editorial Presença;
- Andrade, L. (2009). *Pensamento e actualidade. As revistas no século XX*. <http://ric.slihi.pt/docs/Extras/0000000631.pdf>;
- Associação Portuguesa Para o Controlo de Tiragem e Circulação. (s.d.). Consultado a 18 de outubro de 2022 em <https://www.apct.pt/analise-simples>;
- Azevedo, C. (1999). *A Censura de Salazar e Marcelo Caetano*. Dom Quixote
- Ballester, G. (1999). *Sobre Literatura e Arte do Romance*, Difel;
- Baptista, C. (2014). Dez anos de jornalismo cultural em Portugal (2000-2010) – Traços e Tendências, In C. Baptista (Coord.), *Cultura na Primeira Página: O lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo – Caderno de Reflexões* (pp. 9-20), (1ª ed). Mariposa Azul;
- Bardin, L. (2021). *Análise de conteúdo*. Edições 70;
- Benjamin, W. (2006/2017). A obra de arte na época da sua possibilidade de reprodução técnica. In *A Modernidade* (pp. 207-241), Assírio & Alvim;
- Book Gang. (s.d.). Consultado a 12 de outubro de 2022 em <https://www.bookgang.pt/>;
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard College and Routledge. & Kegan Paul Ltd. <https://archive.org/details/distinctionsocia0000bour/page/n7/mode/2up>;
- Bourdieu, P. (1996). *As Regras da Arte – Gênese e Estrutura do Campo Literário*, Editorial Presença;
- Bourdieu, P. (1993/2020). *The field of cultural production*. Polity Press;

- Bourdieu, P. (2011). *O Poder Simbólico*. Edições 70;
- Bowness, A. (1989). *The conditions to success: how the modern artist rises to fame*. Thames & Hudson;
- Cadeias, A., & Simões, E. (1999). Alfabetização e escola em Portugal no século XX: Censos Nacionais e estudos de caso. *Análise Psicológica* 1(XVII), 163-194. <http://hdl.handle.net/10400.12/5867>;
- Cardoso, F. L. (2012). *Jornalistas-Escritores: a Necessidade da Palavra*. Minerva Coimbra;
- Cardoso, G., Costa, F. A., Coelho, A. R., & Ferreira, A. (2015). *Sociedade em Rede em Portugal: uma década de transição*. Almedina;
- Cardoso, G., & Baldi, V. (Coords.) (2020). *Pandemia e consumos mediáticos*. OberCom-Observatório da Comunicação. https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/10/Final_Pandemia_media_Geral.pdf;
- Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021 Portugal*. https://obercom.pt/wp-content/uploads/2021/06/DNR_PT_2021_final.pdf;
- Cardoso, J. A. (2020, 17 de abril). Netflix já vale mais do que uma petrolífera e espelha revolução no entretenimento. *Público*. <https://www.publico.pt/2020/04/17/culturaipsilon/noticia/netflix-ja-vale-petrolifera-espelha-revolucao-entretenimento-1912709>;
- Carmo, T. M. (2006). *Evolução portuguesa do jornalismo cultural*. https://www.janusonline.pt/arquivo/2006/2006_2_2_9.html;
- Coelho, A. R. (2021, agosto 5). Crítica literária agora é no TikTok. *Visão*, pp. 88-89;
- Coutinho, I. (2020, 31 de março). 24 horas de cultura vistas do sofá. *Público*. <https://www.publico.pt/2020/03/31/culturaipsilon/reportagem/24-horas-cultura-vistas-sofa-1910184>;
- Cruz, M. (2019, 20 de maio). Entrevista. Pedro Mexia: “A crítica é tanto mais importante quanto o género literário for minoritário”. *Comunidade, Cultura e Arte*.

<https://www.comunidadeculturaearte.com/entrevista-pedro-mexia-a-critica-e-tanto-mais-importante-quanto-o-genero-literario-for-minoritario/>;

Deuze, M. (2012). A life lived in media. *Digital Humanities Quarterly*, 6(1), 1–15. <http://www.digitalhumanities.org/dhq/vol/6/1/000110/000110.html#>;

Dias, D. (2021, 20 de janeiro). Netflix já tem mais de 200 milhões de subscritores (e pode agradecê-lo ao confinamento). *Público* <https://www.publico.pt/2021/01/20/culturaipilon/noticia/netflix-ja-200-milhoes-subscritores-agradecelo-confinamento-1947105>;

Dias, I. (2022, 16 de fevereiro). Os portugueses e a cultura. Estará o futuro no consumo online? *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/cultura/os-portugueses-e-a-cultura-estara-o-futuro-no-consumo-online-14592250.html>;

Duarte, M., (2021, 5 de março). Bem-me-quer, mal-me-quer: agarrados aos ecrãs à custa da pandemia. *Público*. <https://www.publico.pt/2021/03/05/culturaipilon/noticia/bemmequer-malmequer-agarrados-ecras-custa-pandemia-1953105>;

Eco, U. (2003). *Sobre Literatura*. Difel;

Eco, U. (2015). *Apocalípticos e integrados*. Trad. Helena Gubernais. Relógio D'Água;

Eide, M. (2017). The Culture of Service Journalism. In Nete Nørgaard Kristensen & Kristina Riegert (Eds), *Cultural Journalism in the Nordic Countries* (pp. 195-204). Nordicom. <https://core.ac.uk/download/pdf/269289687.pdf>;

European Commission. (2021). *E-Communications in the Single Market. Eurobarometer special 510*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2232>

Ferin, I. (2002). *Comunicação e culturas do quotidiano*. Quimera;

Faria, N. S. (2011), Jornalismo literário: um olhar histórico para o género e suas características. *Comunicação Pública*, Especial 01E. <https://doi.org/10.4000/cp.210>;

- Faro, J. S. (2012). Jornalismo e crítica da cultura: a urgência da nova identidade. *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos* 14(3): 192-198 setembro/dezembro. <https://doi.org/10.4013/fem.2012.143.02>;
- Faro, J. S. (2014). Nem tudo o que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. *Comunicação & Sociedade* 28(46). pp. 143-163. <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3871>;
- Fernández, A. (2004). La especialización periodística en el ámbito literário: vínculos epistemológicos desde la perspectiva de la estética de la recepción. In J. F. Moral (Coord.), *Periodismo especializado* (pp. 220-237). Ariel Comunicación;
- Freitas, S. H. (2002). *Jornalismo e literatura: inimigos ou amantes?* Peregrinação Publications;
- George, J. P. (2002). *O meio literário português (1960-1998) – prémios literários, escritores e acontecimentos*. Difel;
- George, J. P. (2020a, 28 de agosto). O Público e a Tinta-da-China, um estudo de caso: A Valsa de Matilde (1ª parte). *Sábado*. <https://www.sabado.pt/vida/detalhe/o-publico-e-a-tinta-da-china-um-estudo-de-caso-a-valsade-matilde-1-parte>;
- George, J. P. (2020b, 31 de agosto). O Público e a Tinta-da-China, um estudo de caso: Crítica da crítica e conclusões (4.ª parte). *Sábado*. <https://www.sabado.pt/vida/detalhe/o-publico-e-a-tinta-da-china-um-estudo-de-caso-critica-da-critica-e-conclusoes-4-parte>;
- Gonçalves, G. (1998). *Questionamento à volta de três noções: grande cultura, cultura popular, e cultura de massas*. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/goncalves-gisela-Questionamento.pdf>;
- Harris, E. A. (2021, 20 de março). How Crying on TikTok Sells Books. *New York Times*. <https://www.nytimes.com/2021/03/20/books/booktok-tiktok-video.html>;
- Harries, G. & Wahl-Jorgensen, K. (2007). The culture of arts journalists: Elitists, saviors or manic depressives?. *Journalism*, 8(6), 619–639. <https://doi.org/10.1177/1464884907083115>;
- Hartley, J. (2005). *Communication, Cultural and Media Studies: The Keys Concepts*. Routledge;

Hepp, A., Krotz, F. (2014). *Mediatized Worlds – Understanding Everyday Mediatization*. In A. Hepp, & F. Krotz (Eds.), *Mediatized worlds: Culture and society in a media age* (pp.1-15). Palgrave;

Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries* (3^a ed.). Sage Publishing;

Horkheimer, M., Adorno, A. & Noeri, G. (2002). *Dialectic of Enlightenment*. Stanford University Press.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1055340&site=ehost-live&scope=site>;

Jaakkola, M. (2012). *The Contested Autonomy of Arts and Journalism Change and continuity in the dual professionalism of cultural journalism*. [Dissertação de doutoramento, University of Tampere].
<https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/97272/978-951-44-9849-7.pdf?sequence=1>;

Janssen, S. & Verboord, M. (2015). Cultural Mediators and Gatekeepers. In *International Encyclopedia of the Social Sciences and Behavioral Sciences. Second Edition* (pp. 440–446). <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.10424-6>;

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
<https://www.hse.ru/data/2016/03/15/1127638366/Henry%20Jenkins%20Convergence%20culture%20where%20old%20and%20new%20media%20collide%20%202006.pdf>;

Habermas, J. (2012). *A transformação estrutural da esfera pública*. Fundação Calouste Gulbenkian;

Kristensen, N. N. (2010). Cultural journalism in the Danish printed press – a history of decline or increasing media institutional profiling? *Nordic Journal of Media Studies*, 8, 69-92. https://doi.org/10.1386/nl.8.69_1;

Kristensen, N. N. (2018). Churnalism, Cultural (Inter)Mediation and Sourcing. in *Cultural Journalism. Journalism Studies*, 19:14, 2168-2186.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1330666>;

- Kristensen, N. N & From, U. (2015a). From Ivory Tower to CrossMedia Personas, *Journalism Practice*, 9:6, 853-871, <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1051370>;
- Kristensen, N. N., & From, U. (2015b). *Cultural Journalism and Cultural Critique in a changing Media Landscape*. *Journalism Practice*, 9:6, 760-772, <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1051357>;
- Kristensen, N. N., & Riegert, K. (2021). *The Tensions of the Cultural News Beat*. *Journalism Practice*, 15:9, 1329-1343. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1971547>;
- Matellart, A. & Neveu, E. (2003). *Introdução aos Cultural Studies*. Porto Editora;
- Melo, A. (2002). *A globalização cultural*. Quimera;
- Melo, I. A. (2010). *Jornalismo Cultural: Pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura*. Recuperado de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>;
- Miranda, J. A. B. (2007). *Teoria da Cultura* (2ª ed.). Edições Sécuro XXI;
- Müller, M. S. (2021). “Subsetores de Arte e Cultura nos jornais Folha de São Paulo e Público (2018)”. In J. Lourenço, & P. Lopes (Eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural* (pp. 163-187). NIP-C@M & UAL. <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4756>;
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters institute digital news report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital News Report 2021 FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital%20News%20Report%202021%20FINAL.pdf);
- Pais, J., M., Magalhães, P., & Antunes, M. L. (Coords.). (2022). *Práticas Culturais dos Portugueses: Inquérito 2020*. Arquivo Português de Informação Social. <http://hdl.handle.net/10400.20/2109>;
- Piza, D. (2003). *Jornalismo Cultural*. Contexto. <https://www.editoracontexto.com.br/produto/jornalismo-cultural/1496725>;
- Pires, D. (1986). *Dicionário das revistas literárias portuguesas do século XX*. Contexto;

Pires, M. L. B. (2006), *Teorias da Cultura*. (2ª ed.). Universidade Católica Portuguesa, Lisboa;

Pires, P. (2020, 19 de maio). E os públicos da Cultura? Da fruição presencial e do lugar do digital. *Público*. <https://www.publico.pt/2020/05/19/culturaipilon/noticia/publicos-cultura-fruicao-presencial-lugar-digital-1917235>;

Pordata, (s.d.). *Taxa de analfabetismo segundo os Censos: total e por sexo*. <https://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+analfabetismo+segundo+os+Censos+total+e+por+sexo-2517>;

Queirós, L. M. (2020, 8 de maio). A poesia tornou-se um território de pequenas editoras. *Público*. <https://www.publico.pt/2020/05/08/culturaipilon/noticia/poesia-tornouse-territorio-editoras-1915269>;

Rocha, C. (1985). *Revistas Literárias do Século XX em Portugal*. Imprensa Nacional/ Casa da Moeda;

Riegert, K., Roosvall, A., & Widholm, A. (2018). Cultural journalism. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.796>;

Santos, M. L. B. (1992). A elite intelectual e a difusão do livro nos meados do século XIX. In *Análise Social*, XXVII, 116-117, 539-546. Imprensa de Ciências Sociais
<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223054354S1zSK1gt0Ms00NP2.pdf>;

Santos, R. (2007). *Indústrias Culturais, Imagens, Valores e Consumos*. Edições 70;

Sapiro, G. (2019). *Sociologia da literatura*. Editora Moinhos. <https://editoramoinhos.com.br/loja/sociologia-da-literatura/>;

Silva, D. S. (2012). *Cultura & Jornalismo Cultural – tendências e desafios no contexto das indústrias culturais e criativas*. Media XXI;

Silva, D. S. (2014). A nova dimensão performativa do jornalismo cultural – Contributos do roteiro e da review. In C. Baptista (Coord.), *Cultura na Primeira Página: O lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo – Caderno de Reflexões* (pp. 38-48), (1ª ed). Mariposa Azul;

Silva, D. S. (2021). *Innovation in european journalism. The case of cultural journalism*. ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/cqut-tyr4>;

Silva, M. T. (2014). O estilo informativo e as práticas discursivas do jornalismo da música). In C. Baptista (Coord.), *Cultura na Primeira Página: O lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo – Caderno de Reflexões* (pp. 51-64), (1ª ed). Mariposa Azul;

Sousa, J. P. (2008). *Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril de 1974*. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf>;

Steinmaurer, T. (2014). Mediatized Connectivity: Historical Traits of Telephony and Theoretical Considerations about a New Dispositive of Communication. In A. Hepp, & F. Krotz (Eds.), *Mediatized worlds: Culture and society in a media age* (pp. 91-106). Palgrave;

Strelow, A. (2014). *Jornalismo literário e cultural: Perspectiva histórica*. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-strelow-jornalismo.pdf>;

Unesco. (2002). Records of the General Conference, 31st session, Paris, 15 October to 3 November 2001, v. 1: Resolutions. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687>;

União Internacional de Telecomunicações. (2021, 30 de novembro). *2.9 billion people still offline: New data from ITU suggest ‘COVID connectivity boost’ – but world’s poorest being left far behind*. <https://www.itu.int/en/mediacentre/Pages/PR-2021-11-29-FactsFigures.aspx>;

Vala, J. (1990). A análise de conteúdo. In A. S, Silva, & P. J. Madureira (Orgs.), *Metodologia das ciências sociais* (pp. 101-128), (4ª ed.). Edições Afrontamento;

Verboord, M. (2010). The legitimacy of book critics in the age of the Internet and omnivorousness: Expert critics, Internet critics and peer critics in Flanders and the Netherlands. *European Sociological Review* 26(6), 623-637;

Vieira, H. (2014). O domínio do “autor” nos suplementos culturais: o Ípsilon e o Atual em 2020. In C. Baptista (Coord.), *Cultura na Primeira Página: O lugar da*

Cultura no Jornalismo Contemporâneo – Caderno de Reflexões (pp. 79-92), (1^a ed.). Mariposa Azul;

Williams, J. (2018). *Stand out of our light*. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/9781108453004>;

Williams, R. (1958/2017). *Culture and Society*. Penguin Random House;

Williams, R. (2014). Culture is ordinary. In J. McGuigan (Ed.), *Raymond Williams on culture & society – essential writings* (pp. 1-18). Sage Publishing.
https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/59594_McGuigan_Raymond_Williams.pdf;

Zaid, G. (2011). *So many books: reading and publishing in an age of abundance*. Paul Dry Books. <https://www.pauldrybooks.com/products/so-many-books>.

Anexos

Anexo 1. Peças onde os escritores são mencionados

As imagens foram depositadas digitalmente

Anexo 1.1 | Livro de José Eduardo Agualusa, *Milagrário Pessoal*, é mencionado no top 10 mais [vendas] no *Actual* nº 1981

Anexo 1.2 | Crítica do livro de José Eduardo Agualusa, *Milagrário Pessoal*, no *Actual* nº 1987

Anexo 1.3 | Crítica do livro de Mário de Carvalho, *A Arte de Morrer Longe*, no *Actual* nº 1959

Anexo 1.4 | Livro de Inês Pedrosa, *Os Íntimos*, é mencionado no top 10 [vendas], no *Actual* nº 1961

Anexo 1.5 | Crítica do livro de Inês Pedrosa, *Os Íntimos*, no *Actual* nº 1964

Anexo 1.6 | Livro de Inês Pedrosa, *Os Íntimos*, é mencionado nas escolhas do ano de Paulo Nogueira, no *Actual* nº 1992

Anexo 1.7 | José Eduardo Agualusa é mencionado, numa breve, sobre um vídeo colocado na net onde participa que apela à libertação de ativistas em Angola, na *E* nº 2230

Anexo 1.8 | Crítica do livro de José Eduardo Agualusa, *O Livro dos Camaleões*, na *E* nº 2230

Anexo 1.9 | Crítica livro de Mário de Carvalho, *A Paixão do Conde de Fróis*, na *E* nº 2248

Anexo 1.10 | Livro de João Pinto Coelho, *Perguntem a Sarah Gross* e *O Livro dos camaleões* de Agualusa, são mencionados como uns dos livros favoritos do ano de Luísa Mellid-Franco, na *E* nº 2251

Anexo 1.11 | Crítica ao livro *Perguntem a Sarah Gross*, de João Pinto Coelho, na *E* nº 2225

Anexo 1.12 | Crítica ao livro *Novelas Extravagantes* de Mário de Carvalho, na *E* nº 2225

Anexo 1.13 | Frederico Pedreira é mencionado a propósito na comemoração do centenário da revista Orpheu, para a qual foi convidado para debater sobre o tema, na *E* nº 2216

Anexo 1.14| Livros de Inês Pedrosa e de Frederico Pedreira são mencionados na *E* nº 2203

Anexo 1.15 | Inês Pedrosa é mencionada, juntamente com outros escritores, a propósito de uma iniciativa para ler em casa (no início da pandemia), na *E* nº 2474

Anexo 1.16 | Livro de Mário de Carvalho, *Epítome de Pecados e Tentações*, merece uma breve na *E* nº 2474

Anexo 1.17 | Livro *A Lição do Sonâmbulo*, de Frederico Pedreira merece uma breve na *E* nº 2482

Anexo 1.18 | Crítica do livro *Os Vivos e os Outros*, de José Eduardo Agualusa na *E* nº 2490

Anexo 1.19| Crítica ao livro de Tânia Ganho, *Apneia*, na *E* nº 2496

Anexo 1.20 | Crítica ao livro de João Pinto Coelho na *E* nº 2507

Anexo 1.21 | Entrevista a José Eduardo Agualusa na *E* nº 2501

Anexo 1.22 | Inês pedrosa é mencionada enquanto diretora da Casa Fernando Pessoa, a propósito da atribuição do prémio Ordem do Desassossego no *JL* nº 1028

Anexo 1.23 | Tânia Ganho e o seu primeiro romance, *A Lucidez do Amor*, merecem uma breve sinopse, enquadrados na lista de lançamentos de livros a propósito do festival literário Correntes d'Escrita no *JL* nº 1028

Anexo 1.24 | Tânia Ganho e Inês Pedrosa são referidas na lista de escritores que vão comparecer no festival literário no *JL* nº 1028

Anexo 1.25 | Inês Pedrosa é mencionada a propósito do festival Correntes D'Escritas no *JL* nº 1029

Anexo 1.26 | Tânia Ganho e o seu primeiro romance, *A Lucidez do Amor*, são mencionados no *JL* 1029

Anexo 1.27 | Inês Pedrosa é mencionada a propósito do festival *Corrente d'Escritas*, tal como Tânia Ganho e o seu romance, no *JL* nº 1029

Anexo 1.28 | Mário de Carvalho é capa no *JL* nº1032

Anexo 1.29 | Entrevista a Mário de Carvalho no *JL* nº1032

Anexo 1.30 | Crítica ao livro *A Arte de Morrer longe*, de Mário de Carvalho no *JL* nº1032

Anexo 1.31 | Crónica de Mário de Carvalho no *JL* nº1032

Anexo 1.32 | Entrevista a Inês Pedrosa e uma coluna de excerto de novo livro no *JL* nº1032

Anexo 1.33 | Livro *Os íntimos* de Inês Pedrosa merece uma breve no *JL* nº 1033

Anexo 1.34 | Entrevista a José Eduardo Agualusa no *JL* nº 1033

Anexo 1.35 | Entrevista a José Eduardo Agualusa tem chamada na capa do *JL* nº 1033

Anexo 1.36 | José Eduardo Agualusa é mencionado a propósito da participação num festival no *JL* nº 1033

Anexo 1.37 | Mário de Carvalho escreve um texto a propósito da conquista do prémio Fernando Namora no *JL* nº 1040

Anexo 1.38 | Mário de Carvalho tem chamada na capa no *JL* nº 1040

Anexo 1.39 | José Eduardo Agualusa é capa no *JL* nº 1042

Anexo 1.40 | Crítica ao livro *Milagrário Pessoal* de José Eduardo Agualusa, juntamente com pré-publicação de excerto do mesmo, no *V* nº 1042

Anexo 1.41 | Inês Pedrosa e Mário de Carvalho são capa no *JL* nº 1155

Anexo 1.42 | Texto sobre o primeiro livro de Mário de Carvalho, escrito pelo próprio, no *JL* nº 1155

Anexo 1.43 | Texto, escrito pela própria, sobre o primeiro livro de Inês Pedrosa, no *JL* nº 1155

Anexo 1.44 | Inês Pedrosa é mencionada sobre exposição sobre Agustina Bessa-Luís, no *JL* nº 1155

Anexo 1.45 | Inês Pedrosa merece uma chamada na primeira página, no *JL* nº 1158

Anexo 1.46 | Entrevista a Inês Pedrosa no *JL* nº 1158

Anexo 1.47 | Crítica ao livro *Desamparo* de Inês Pedrosa no *JL* nº 1158

Anexo 1.48 | Breve sobre reedição de *Fantasia para dois coronéis* de Mário de Carvalho no *JL* nº 1163

Anexo 1.49 | Primeiro Livro de João Pinto Coelho merece uma breve no *JL* nº 1165

Anexo 1.50 | Entrevista a José Eduardo Agualusa no *JL* nº 1168

Anexo 1.51 | Texto sobre Cristina Carvalho escrito por Mário de Carvalho no *JL* nº 1169

Anexo 1.52 | Menções à reedição de três livros de Mário de Carvalho no *JL* nº 1169

Anexo 1.53 | Menção das reedições de dois livros de Mário de Carvalho (*Contos da Sétima Esfera*) e de Inês Pedrosa (*Fado ou Dentro de Ti Ver o Mar*), no *JL* nº 1287

Anexo 1.54 | Mário de Carvalho tem uma chamada na capa no *JL* nº 1294

Anexo 1.55 | Conto inédito de Mário de Carvalho no *JL* nº 1294

Anexo 1.56 | Breve sobre prémio atribuído a Mário de Carvalho no *JL* nº 1298

Anexo 1.57 | Pré-publicação de excerto de novo livro de José Eduardo Agualusa no *JL* nº 1298

Anexo 1.58 | Pré-publicação de livro de contos de Mário de Carvalho no *JL* nº 1300

Anexo 1.59 | Entrevista a Frederico Pedreira no *JL* nº 1300

Anexo 1.60 | Breve sobre *Apneia*, de Tânia Ganho no *JL* nº 1302

Anexo 1.61 | Texto de Mário de Carvalho no *JL* nº 1311

Anexo 1.62 | Mário de Carvalho é mencionado na capa no *JL* nº 1311

Anexo 1.63 | Inês Pedrosa e o seu livro *Os Íntimos* são mencionados no *Ípsilon* de 26 de fevereiro de 2010

Anexo 1.64 | Inês Pedrosa volta a ser mencionada, enquanto diretora da Casa Fernando Pessoa, no numa breve, no contexto da atribuição da medalha da Ordem do

Desassossego a Cleonice Berardinelli e Maria Bethânia no *Ípsilon* de 26 de fevereiro de 2010

Anexo 1.65 | Crítica do livro de Mário de Carvalho *A Arte de Morrer Longe* no *Ípsilon* de 23 de abril de 2010

Anexo 1.66 | José Eduardo Agualusa é mencionado num texto sobre os Mind the Gap no *Ípsilon* de 23 de abril de 2010

Anexo 1.67 | Crítica ao livro de Inês Pedrosa, *Os Íntimos*, no *Ípsilon* de 14 de maio de 2010

Anexo 1.68 | José Eduardo Agualusa e o seu livro, *Milagrário Pessoal*, são mencionados numa crónica de Isabel Coutinho no *Ípsilon* de 25 de junho de 2010

Anexo 1.69 | Crítica ao *Milagrário Pessoal*, de José Eduardo Agualusa, no *Ípsilon* de 8 de outubro de 2010

Anexo 1.70 | Crítica livro de Mário de Carvalho, *Contos da Sétima Esfera*, no *Ípsilon* de 19 de outubro de 2010

Anexo 1.71 | Mário de Carvalho é mencionado numa entrevista a Alexandra Lucas Coelho no *Ípsilon* de 3 de abril de 2015

Anexo 1.72 | Inês Pedrosa e Agualusa são mencionados num artigo sobre o orgulho e o preconceito entre as literaturas portuguesa e brasileira no *Ípsilon* de 3 de abril de 2015

Anexo 1.73 | Crítica ao livro *Desamparo* de Inês Pedrosa no *Ípsilon* de 10 de abril de 2015

Anexo 1.74 | Crítica a livro de Frederico Pedreira no *Ípsilon* de 8 de maio de 2015

Anexo 1.75 | Mário de Carvalho é mencionado num artigo, a propósito de um prefácio escrito pelo autor no *Ípsilon* de 10 de julho de 2015

Anexo 1.76 | Livro de João Pinto Coelho, *Perguntem a Sarah Gross*, motiva uma peça de grande destaque no *Ípsilon* de 7 de agosto

Anexo 1.77 | Frederico Pedreira é mencionado, e o seu livro, como um dos livros de 2015, merecendo uma breve no *Ípsilon* de 18 de dezembro de 2015

Anexo 1.78 | Mário de Carvalho é mencionado numa crónica de Ana Cristina Leonardo no *Ípsilon* de 20 de março de 2020

Anexo 1.79 | Crítica a livro de Frederico Pedreira no *Ípsilon* de 22 de maio de 2020

Anexo 1.80 | Frederico Pedreira é mencionado numa reportagem sobre a poesia nas pequenas editoras no *Ípsilon* de 8 de maio de 2020

Anexo 1.81 | Crítica ao livro *Os vivos e os Outros* de José Eduardo Agualusa no *Ípsilon* de 24 de julho de 2020

Anexo 1.82 | Inês Pedrosa é referida numa entrevista a Isabel Stilwell no *Ípsilon* de 31 de julho de 2020

Anexo 1.83 | José Eduardo Agualusa assina uma crónica na *Ler* de dezembro de 2010

Anexo 1.84 | O livro *Milagrário Pessoal*, de José Eduardo Agualusa, aparece como sugestão dos «25 livros que não devemos esquecer» na *Ler* de dezembro de 2010

Anexo 1.85 | Inês Pedrosa escreve uma crónica na *Ler* de dezembro de 2010

Anexo 1.86 | Crónica de José Eduardo Agualusa na *Ler* de novembro de 2010

Anexo 1.87 | Crónica de Inês Pedrosa na *Ler* de novembro de 2010

Anexo 1.88 | José Eduardo Agualusa e *Milagrário Pessoal* aparecem na lista de *best-sellers* de ficção da Fnac na *Ler* de novembro de 2010

Anexo 1.89 | Mário de Carvalho e livro *Contos da sétima esfera* aparecem na lista de livros saídos na *Ler* de novembro de 2010

Anexo 1.90 | Crítica ao livro *Milagrário Pessoal*, de José Eduardo Agualusa, na *Ler* de outubro de 2010

Anexo 1.91 | Livro de Mário de Carvalho *A Arte de Morrer Longe* é mencionado no espaço do Provedor do Leitor, na *Ler* de outubro de 2010

Anexo 1.92 | Crónica de José Eduardo Agualusa na *Ler* de outubro de 2010

Anexo 1.93 | Crónica de Inês Pedrosa na *Ler* de outubro de 2010

Anexo 1.94 | José Eduardo Agualusa é mencionado na capa da *Ler* de outubro de 2010

Anexo 1.95 | Inês Pedrosa é capa da *Ler* de junho de 2010 e José Eduardo Agualusa tem uma chamada na mesma capa

Anexo 1.96 | Entrevista a Inês Pedrosa na *Ler* de junho de 2010

Anexo 1.97 | Inês pedrosa e *Os Íntimos* são referidos na lista de livros no top da Fnac na *Ler* de junho de 2010

Anexo 1.98 | Livro de José Eduardo Agualusa, *Um pai em nascimento* (livro de crónicas), aparece na lista de livros saídos na *Ler* de junho de 2010

Anexo 1.99 | Mário de Carvalho é mencionado pelo provedor do leitor na *Ler* de junho de 2010

Anexo 1.100 | Crónica de José Eduardo Agualusa na *Ler* de junho de 2010

Anexo 1.101 | Crónica de Inês Pedrosa na *Ler* de junho de 2010

Anexo 1.102 | Crítica ao *Os Íntimos* de Inês Pedrosa na *Ler* de maio de 2010

Anexo 1.103 | Crítica ao livro *A Arte de Morrer Longe* de Mário de Carvalho na *Ler* de maio de 2010

Anexo 1.104 | Entrevista a Mário de Carvalho na *Ler* de maio de 2010

Anexo 1.105 | Mário de Carvalho é capa da *Ler* de maio de 2010, onde também são mencionados José Eduardo Agualusa e Inês Pedrosa

Anexo 1.106 | Crónica de José Eduardo Agualusa na *Ler* de maio de 2010

Anexo 1.107 | Crónica de Inês Pedrosa na *Ler* de maio de 2010

Anexo 1.108 | Pré-publicação de excerto do livro *Os Íntimos* de Inês Pedrosa na *Ler* de abril de 2010

Anexo 1.109 | Pré-publicação de excerto do livro *A Arte de Morrer Longe* de Mário de Carvalho na *Ler* de abril de 2010

Anexo 1.110 | Breve sobre livro de Tânia Ganho na *Ler* de abril de 2010

Anexo 1.111 | Inês Pedrosa e José Eduardo Agualusa são citados na peça «As minhas 10 regras para escrever ficção», na *Ler* de abril de 2010

Anexo 1.112 | Tânia Ganho é mencionada a propósito da sua participação no festival Correntes d'Escritas na *Ler* de abril de 2010

Anexo 1.113 | José Eduardo Agualusa e Inês Pedrosa são mencionados na capa da *Ler* de abril de 2010

Anexo 1.114 | José Eduardo Agualusa assina crónica na *Ler* de abril de 2010

Anexo 1.115 | Crónica de Inês Pedrosa na *Ler* de abril de 2010

Anexo 1.116 | Breve sobre novo livro de Inês Pedrosa na *Ler* de setembro de 2015

Anexo 1.117 | José Eduardo Agualusa é citado duas vezes numa rubrica na *Ler* de junho de 2015

Anexo 1.118 | Breve sobre livro de Inês Pedrosa na *Ler* do inverno/verão de 2019/2020

Anexo 2. Entrevistas

As entrevistas foram depositadas digitalmente

Anexo 2.1 | Entrevista a Mário de Carvalho realizada por email

Anexo 2.2 | Entrevista a Inês Pedrosa realizada por email

Anexo 2.3 | Entrevista a José Eduardo Agualusa realizada a 25 de janeiro de 2022 por videochamada.

Anexo 2.4 | Entrevista a João Pinto Coelho realizada a 6 de dezembro de 2021 por videochamada

Anexo 2.5 | Entrevista a Frederico Pedreira realizada a 22 de junho de 2021 por videochamada.

Anexo 2.6 | Entrevista a Tânia Ganho realizada a 1 de agosto de 2022 por videochamada

Anexo 2.7| Entrevista a Isabel Coutinho realizada a 28 de janeiro de 2022 por videochamada

Anexo 2.8| Entrevista a Vasco Câmara realizada a 3 de fevereiro de 2022 por chamada telefónica.

Anexo 2.9| Entrevista a Ricardo Marques realizada a 9 de fevereiro de 2022 por chamada telefónica

Anexo 2.10| Entrevista a Luciana Leiderfarb realizada a 16 de fevereiro de 2022 por videochamada.

Anexo 2.11| Entrevista a José Carlos de Vasconcelos realizada a 9 de março de 2022 por videochamada

Anexo 2.12| Entrevista a Luís Ricardo Duarte realizada a 23 de março de 2022 por videochamada

Anexo 2.13| Entrevista a Francisco José Viegas realizada a 15 de março de 2022 por videochamada.

Anexo 2.14| Entrevista a Filipa Melo realizada a 21 de abril de 2022 por videochamada