

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Ana Jorge de Oliveira Teixeira

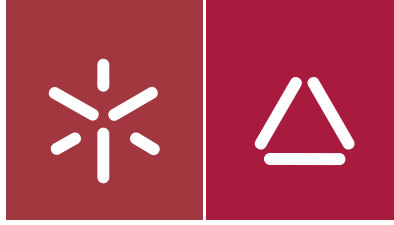
**Retratos do Jornalismo Cultural
do *Jornal de Notícias***

**Retratos do Jornalismo Cultural
do *Jornal de Notícias***

Ana Jorge de Oliveira Teixeira

UMinho | 2020

novembro de 2020



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Ana Jorge de Oliveira Teixeira

Retratos do Jornalismo Cultural
do *Jornal de Notícias*

Relatório de Estágio
Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de especialização em Informação e Jornalismo

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Felisbela Maria Carvalho Lopes

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição-NãoComercial-SemDerivações

CC BY-NC-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Agradecimentos

Começo por agradecer aos meus pais, pela máxima confiança que sempre depositaram (e depositam) em mim, por nunca me cortarem as asas e por me darem liberdade para voar e ir atrás dos meus sonhos.

À minha irmã gêmea porque em breve chegamos ao final de mais um capítulo da nossa história. Não tenho dúvidas que vamos continuar a escrever mais e felizes capítulos.

Ao Rodrigo, pelas doses extra de paciência, por saber acalmar as minhas inseguranças e por conseguir constantemente fazer-me sorrir.

Não podia deixar de agradecer a dois dos acasos mais bonitos da minha vida: a Ana e a Sofia. Sem vocês, os desafios teriam o dobro da dificuldade.

Aos meus amigos e companheiros da aventura que foi (e continua a ser) o Porto, o nosso abrigo e a nossa para sempre cidade casa e cidade coração.

À Catarina, à Sofia, à Marta e à Tatiana porque, desde pequenas, partilhamos os dissabores, as vitórias e os sonhos da nossa vida.

À minha orientadora, Professora Doutora Felisbela Lopes, pela motivação, exigência e conselhos durante o desenvolvimento deste trabalho.

À Helena Teixeira Da Silva e ao Miguel Conde Coutinho, por me terem acolhido no *Jornal de Notícias* e por me terem dado a oportunidade de embarcar na viagem que é fazer jornalismo.

A Braga, por me ter dado mais um desafio e por me dar mais uma prova de que é do mundo da comunicação que quero fazer parte.

Por último (e não menos importante e porque os clichés são sempre bonitos) agradeço ao futuro, que começa agora.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Retratos do Jornalismo Cultural do *Jornal de Notícias*

Resumo

Facilmente reconhecemos que é através da Cultura que percebemos o Mundo. Sem a Cultura, não assistiríamos a nenhum tipo de eventos: concertos, exposições, lançamentos de livros, peças de teatro e também não seríamos capazes de identificar nomes grandiosos do panorama cultural. No entanto, o papel do Jornalismo Cultural nos órgãos de comunicação social deve suscitar reflexão devido à pouca centralidade que reúne. Como qualquer outra área do Jornalismo, também o Cultural é fundamental. Este parece ser encarado como menos necessário e o aproveitamento que é feito do mesmo fica aquém das suas potencialidades. Os jornais limitam-se maioritariamente aos temas previamente calendarizados, optam por um jornalismo de mera divulgação, não vão para a rua procurar histórias para contar e não são capazes de reconhecer a importância da Cultura, tanto que são raras as vezes que é chamada à capa ou selecionada para a manchete do jornal. Deste modo, o presente relatório, realizado com base na minha experiência de estágio no *Jornal de Notícias*, pretende mostrar de que forma é que o *JN* mediatiza a Cultura. Assim sendo, foram analisadas as 216 aberturas da editoria selecionadas para a versão impressa durante o ano de 2019, sem contar com os meses de julho, agosto e fins de semana. De forma a encontrar respostas, tanto para a pergunta de partida, como para os objetivos desta investigação, foi realizada uma análise de conteúdo quantitativa aos temas de cada uma das aberturas de secção, à geografia dos acontecimentos, o número de vezes que Cultura foi chamada à capa e quantas vezes foi escolhida para ser o Primeiro Plano do jornal. Além disso, foi feita uma entrevista exploratória à editora-adjunta do Jornal de Notícias, Helena Teixeira da Silva, para melhor poder sustentar os resultados obtidos através da análise quantitativa. Os resultados conseguidos mostram a dependência ainda muito grande do *Jornal de Notícias* face à agenda imposta por agências de informação ou indústrias culturais, revelam uma concentração de artigos no norte do país, demonstram uma concentração dos temas música, cinema e literatura e revelam que a Cultura continua a ser minorizada em relação às outras secções do jornal, como se fosse encarada como o parente pobre do jornalismo.

Palavras-chave: Agenda, Cultura, Jornalismo Cultural, Mediatização

Portraits of Cultural Journalism of *Jornal de Notícias*

Abstract

We easily recognize that it is through Culture that we get to know the world. Without Culture, we would not be able to attend any kind of events: concerts, exhibitions, book launches, plays and we would also not be able to identify grand names in the cultural scene. However, the role of Cultural Journalism in the media should raise reflection due to the little centrality it gathers. Like any other area of Journalism, Cultural is also fundamental. This seems to be perceived as less necessary and the use that is made of it falls short of its potential. Newspapers are mostly limited to previously scheduled topics, opt for journalism of mere disclosure, do not go to the streets to look for stories to tell and are not able to recognize the importance of Culture, so much so that they are rarely called to the cover or selected for the headline of the newspaper. Thus, this report, and based on my experience of internship in *Jornal de Notícias*, intends to show how JN mediatizes Culture. Accordingly, the 216 openings of the publishing house selected for the printed version during 2019 were analyzed, not counting the months of July, August, and weekends. To find answers to both the starting question and the objectives of this research, a quantitative content analysis was carried out on the topics of each of the events, the number of times Culture was called to the cover and how many times it was chosen to be the newspaper's Foreground. In addition, an exploratory interview was conducted with the deputy editor of the *Jornal de Notícias*, Helena Teixeira da Silva, in order to better support the results obtained through quantitative analysis. The results achieved show the still very high dependence of *Jornal de Notícias* on the agenda imposed by information agencies or cultural industries, reveal a concentration of articles in the north of the country, demonstrate a concentration of music, cinema and literature and reveal that Culture continues to be diminished in relation to the other sections of the newspaper, as if it were regarded as the poor relative of journalism.

Keywords: Agenda, Culture, Cultural Journalism, Mediatization

Índice

Parte I – A experiência de estágio curricular no <i>Jornal de Notícias</i>	3
1. A empresa	3
2. O estágio: uma análise crítica e fundamentada	8
3. Motivos de reflexão a partir de uma experiência de estágio	12
3.1. Contacto com fontes de informação.....	12
3.2. As particularidades do jornalismo cultural	14
3.3. O jornalismo sentado continua a ocupar lugares	19
Parte II – Enquadramento teórico: reflexões à volta do Jornalismo Cultural	22
1. Pensando bem, o que é a cultura?.....	22
2. Uma viagem pelas origens do jornalismo cultural	27
3. Géneros jornalísticos na Cultura	28
3.1. Breve	30
3.2. Notícia	30
3.3. Reportagem	30
3.4. Crítica	31
3.5. Entrevista	32
4. Teorias de Agendamento.....	33
Parte III – Estudo empírico: A Cultura do <i>Jornal de Notícias</i>	37
1. Pergunta de partida.....	37
2. Objetivos.....	39
3. Metodologia	40
4. Leitura e interpretação de resultados.....	43
4.1. Temas.....	43
4.2. Geografia dos acontecimentos	45
4.3. Chamadas à capa	47
4.4. Primeiro Plano	48
4.5. O que revelam os dados?.....	48
Parte IV – Conclusões.....	54
Bibliografia	Erro! Marcador não definido.
Anexos	64
Apêndices	98

Índice de figuras

Figura 1: Definição temática para os dez meses de estudo.....	43
Figura 2: Os temas (em %) durante os dez meses analisados	44
Figura 3: Distribuição geográfica dos acontecimentos.....	45
Figura 4: Total de chamadas à capa	47
Figura 5: Total de Primeiros Planos.....	48

Índice de tabelas

Tabela 2: Total e percentagem para a geografia dos acontecimentos.....	46
--	----

“Cultura não é ler muito, nem saber muito; é conhecer muito.”

Fernando Pessoa

Introdução

“A cultura é um dos pilares em qualquer sociedade. (...) Sem cultura, uma sociedade vive com os olhos fechados. Vive fechada.”

(Aurora citado em Espassandim, R., 2020)

O que seria de nós, enquanto seres humanos se não existisse Cultura? O que seria de nós sem o fado de Amália Rodrigues, sem as inquietações de José Mário Branco ou sem os filmes de Manoel de Oliveira? Não teríamos o prazer de cantar a pulmões cheios Ornatos Violeta, não poderíamos decifrar as mensagens por detrás das letras de Pedro Abrunhosa e ficaríamos privados de viajar através das palavras de Fernando Pessoa, José Saramago, Afonso Cruz e tantas outras mentes brilhantes da literatura. Só me ocorre uma resposta: sem as mais variadas formas de expressar a arte, éramos seres humanos despidos de espírito crítico e, por isso, não me é possível imaginar a vida sem Cultura.

O presente relatório tem por base o estágio curricular de três meses, na secção de Cultura, do Jornal de Notícias, inserido no segundo ano de mestrado em Ciências da Comunicação, com especialização em Informação e Jornalismo. O estágio serviu de mote para um estudo sobre a forma como o *Jornal de Notícias* mediatiza a Cultura. Desta forma, constituem-se como objetivos da investigação perceber se a editoria Cultura do JN está subordinada à agenda de eventos e às indústrias culturais; compreender de que forma é que o jornal pode contrariar a agenda previamente calendarizada ou se chega a ir além da mesma; conhecer os temas que dominam as páginas culturais; apurar que espaço é afinal dado a esta secção e se será minorizada em comparação com as outras editorias; analisar quantas vezes é que Cultura foi chamada à capa ou foi o Primeiro Plano do jornal e, verificar, em relação à geografia dos acontecimentos, se há regiões mais noticiadas que outras. Para tal, foi recolhida uma amostra de 216 artigos que, neste estudo, correspondem às aberturas da secção ao longo do ano de 2019, excluindo os meses de julho, agosto e fins de semana.

Da primeira parte do relatório constam as experiências e reflexões no modo de se fazer Jornalismo Cultural, vivenciadas enquanto estagiária da editoria Cultura. Os três meses de estágio deram-me uma bagagem de aprendizagens, dificuldades, desafios e trabalhos enriquecedores que me tornaram uma profissional mais capaz e consciente. Este período foi uma oportunidade para refletir em questões como a prática ainda muito comum do jornalismo sentado, o contacto essencial com os vários tipos de

fontes de informação e pensar sobre quais são as especificidades do Jornalismo Cultural e o consequente aproveitamento, ou não, das suas potencialidades.

Numa segunda parte, está o enquadramento do tema para aprofundar alguns conceitos essenciais para a investigação como o que é a Cultura, o Jornalismo Cultural, como nasce e a sua evolução. Espaço ainda para um retrato das tendências do Jornalismo Cultural a nível internacional e a nível nacional e para abordar as teorias do agendamento, salientando agenda *setting*, agenda *building* e, por fim, a *tematização*.

A terceira parte do relatório diz respeito ao estudo empírico. Este inclui a apresentação da pergunta de partida, os objetivos, a metodologia, assim como a posterior leitura e interpretação dos resultados. Na quarta parte constará o resumo das principais conclusões retiradas depois de realizado o relatório e, num último momento, são apresentadas as referências bibliográficas e os apêndices.

Parte I – A experiência de estágio curricular no *Jornal de Notícias*

“Confunde-se jornalismo com comunicação. Comunicar toda a gente comunica. Agora fazer jornalismo é uma coisa completamente diferente.”

(Pacheco, N., 2018)

1. A empresa

O *Jornal de Notícias* foi fundado a 2 de junho de 1888 e “é um dos diários centenários que subsistiu às dificuldades do período revolucionário de 1974/1975 e que emergiu como diário líder das tiragens, após a sua inclusão no quadro da imprensa estatizada” (Lima, H. & Reis, A., I., 2013, p.699). Importa, então, fazer uma viagem no tempo.

Tudo começou por ação de um grupo de políticos ligados ao Partido Regenerador tanto que “no folheto de lançamento¹ procurava-se conquistar o apoio da opinião pública para promover a denúncia dos abusos poder político. A linha editorial partidária foi mantida na fase inicial do jornal, sendo constantes ataques contra o governo progressista” (Lima, H., 2017, p.28).

No início do século XX, o JN abandonou sua linha editorial e “introduziu um estilo popular e acessível a um público mais amplo do que aquele que era tradicionalmente constituído pelas elites políticas, sociais e intelectuais, o público dos jornais por excelência” (Lima, 2017, p.23). Até o preço de lançamento do jornal (10 reis) pode comprovar a linha popular do JN, ao contrário de muitos jornais da época que chegavam a custar 30 reis. Talvez por estes motivos o jornal afirma-se ²como sendo “próximo das pessoas e das suas causas, sem preconceitos quanto à pronúncia que marca a sua

¹ “Vai publicar-se na cidade do Porto um jornal periódico chamado Jornal de Notícias, para o qual temos a honra de solicitar o valioso auxilio de V.. O Novo jornal responde a uma necessidade urgentíssima e indiscutida da defesa e propugnação das ideias e acção política do nobre partido regenerador, hoje, mais que nunca, exaltado na sanção da opinião pública pela gestão patriótica dos negócios de estado e pela isenção integral que distinguiu a sua administração. Nascido da mais espontânea iniciativa, o novo órgão do jornalismo portuense, é por isso mesmo alheio a quaisquer interesses particulares que porventura prenderiam e desvirtuariam o fim que ele se propõe realizar. Pelo contrário, defenderá sem tergiversações, antes com a mais sincera devoção, os interesses e as regalias populares, sempre que hajam sido ofendidos, sempre que alguma lei gravosa para as classes que mais carecem, de protecção dos poderes públicos, para as classes que pelo seu labor mais árduo contribuem para o progredimento geral, as sobrecarregua de encargos exagerados, ou as ofenda com exigências anormais. Quer pelos seus proprietários, quer pela sua redacção, o jornal que temos a honra de recomendar a V. realiza por completo a aspiração de todos os que condenam a actual e deplorável administração do país. Rogamos pois a V. a fineza da sua assinatura, esperando que se digne dispensar ao novo jornal toda a sua prestante coadjuvação. Somos com consideração José Moreira Fonseca, José Guilherme Pacheco.” *Jornal de Notícias*, 2 de Junho de 1888

² Ver <https://www.globalmediagroup.pt/marcas/media/jornais/jornal-de-noticias/>

identidade, um jornal de territórios que fala para todo o país e para as comunidades espalhadas no Mundo”.

Situadas na Rua de D. Pedro, as primeiras instalações do jornal portuense reuniam a redação, a administração, a composição e a impressão. Quando o jornal saiu para a rua, dirigido por José Diogo Arroio, tinha quatro páginas de grande formato com seis colunas e a primeira começava por um artigo de carácter político. A segunda página incluía notícias de temáticas diversas e a terceira e quarta eram maioritariamente preenchidas com anúncios.

O jornal assumiu a defesa do Norte e do Porto em 1911, período em que transferiu as instalações para a Rua Elias Garcia. No ano de 1926, o JN instalou-se na Avenida dos Aliados, onde se manteve até 1970, ano em que se deslocou para um edifício novo na Rua Gonçalo Cristóvão, mudando-se agora para outro edifício devido à venda deste onde esteve durante tantos anos.

Desde o início da sua publicação que o JN se destaca pela imagem gráfica, que foi evoluindo ao longo dos anos a partir, por exemplo, da inclusão de elementos gráficos, separação das rubricas e melhor aproveitamento do texto. Além disso, a aposta na fotografia também contribuiu para melhorar o aspeto ilustrativo do jornal. Nos primeiros anos não havia fotografias na primeira página. Elas começam a aparecer, a título de exemplo, nas cheias do Douro, na Ribeira do Porto aquando a visita de D. Manuel II à cidade do Porto. O novo regime fez com que à primeira página do jornal chegassem fotografias de Teófilo Braga, Afonso Costa, António José de Almeida, Bernardino Machado, Basílio Teles e António Luís Gomes:

A tendência gráfica do jornal caracterizou-se sempre por uma certa qualidade, o que fez do JN um título de leitura agradável, com uma imagem atrativa, que se concatenava com o tom ligeiro do noticiário e que constituía outra das estratégias perfeitamente conseguidas na conquista do público do Porto e do Norte de Portugal. (Lima, H., 2012, p.43)

Ao longo da sua história, o JN passou por alguns períodos conturbados. Em 1914, durante a Primeira Guerra Mundial, deixou de ter edição às segundas-feiras. Durante a ditadura do Estado Novo, o *Jornal de Notícias* foi controlado pelo governo, ao ser propriedade da Empresa Nacional de Publicidade (ENP), detida pela Caixa Geral de Depósitos e, em 1951, chegou a ser considerado como órgão de oposição ao regime. Após a revolução de 1974, as vendas do JN dispararam e, em 1978, passou a ser o jornal de maior difusão no país.

Com o fecho dos seus concorrentes "O Comércio do Porto", a 30 de Julho de 2005, e "O Primeiro de Janeiro", no final de 2014, foi o terceiro dos três jornais centenários que fizeram parte da história da cidade e o único que sobreviveu às grandes transformações da imprensa no final do século XX.

A Global Media Group (antiga Controlinveste) é a detentora deste órgão de comunicação e é um dos maiores grupos de Media em Portugal, marcando presença nos setores da imprensa, rádio e Internet. Ao JN, juntam-se outros meios de comunicação social como o *Diário de Notícias*, *TSF* ou *O Jogo*. Atualmente, o JN conjuga o jornal impresso com o *site*, tendo feito algumas inovações, como é exemplo o JN Direto. Motor 24, Men's Health, Volta ao Mundo, Delas ou N-TV são outras das publicações que podem ser acompanhadas na página *online*. Registou, em 2018, cerca de 45 000 exemplares em circulação (APCT³, 2018):

(...) o JN é um dos títulos mais bem consolidados junto do público. Com expressividade nacional, tem conseguido fazer vingar os seus traços distintivos: a proximidade aos leitores e a atenção à realidade das diferentes regiões. Num tempo de abundância informativa, fazem-nos falta projetos que olhem para o que somos e para aquilo que construímos nos territórios que habitámos. (Lopes, F., 2018)

No dia 26 de julho de 1995, o *Jornal de Notícias* anunciava na edição impressa a criação do www.jnoticias.pt, a página do meio de comunicação na Internet, tornando-se assim no primeiro diário de informação generalista em Portugal a atualizar a informação na *Web*. "Hoje, pela primeira vez, os utilizadores podem consultar o JN eletrónico, no qual encontrarão notícias de primeira página e de desporto, além de fotografias e dados diversificados sobre o próprio jornal", podia ler-se na notícia, que dava conta da primeira edição *online* de um diário português. O seu sítio na Internet está organizado por secções (Últimas, Mais Vistas, JN Direto, Nacional, Local, Justiça, Mundo, Economia, Desporto, Pessoas, Inovação, Cultura e Opinião). Também a edição impressa segue uma ordem editorial: Primeiro Plano, Nacional, Justiça, Porto, Norte/Sul, Mundo, Opinião, Cultura, Pessoas, Desporto e Última.

Da secção de opinião fazem parte vários cronistas e autores de artigos de opinião regulares, tanto na edição impressa, como na página *online*. Entre eles, Felisbela Lopes, Manuel Serrão, Miguel Guedes e Joana Marques. Os editoriais (na primeira página do jornal) são escritos, normalmente, pelo diretor do jornal (Domingos de Andrade) ou pelos diretores adjuntos (Inês Cardoso, Manuel Molinos e Pedro Ivo

³ Ver <http://www.apct.pt/analise-simples>

Carvalho). Os jornalistas e chefes de redação como Rafael Barbosa, António José Gouveia, Vítor Santos ou Paula Ferreira contribuem também com regularidade para esta secção. Esta diversidade de nomes reflete o espaço dado pelo jornal para serem escritas e partilhadas opiniões diferentes. Destaque também para o “espaço do leitor”, na versão impressa do jornal, que é produzida através de cartas, *emails* e *posts* do público.

O *Jornal de Notícias* complementa ainda a sua oferta com vários suplementos. Da cultura até às viagens há espaço para abranger os gostos de todo o público. Às sextas-feiras é dia de *Evasões*, a revista semanal, chegar gratuitamente às páginas do jornal. Publica informação relativa a viagens, hotéis, gastronomia, vinhos, cultura, televisão e outros temas relacionados com lazer. Tal como afirma o seu Estatuto Editorial⁴, “o objetivo da *Evasões* é fornecer aos seus leitores sugestões para a orientação dos seus consumos de lazer”. Aos sábados, o jornal oferece o suplemento desportivo *Ataque*. *Notícias Magazine* é o nome de outros dos suplementos criados. Começou por ser a *Revista JN* mas mais tarde passou a chamar-se *Notícias Magazine*. Centra-se nos temas da atualidade que refletem os interesses dos leitores com uma atenção especial a temas de comportamento e educação. Desde 1973 que a revista é vendida juntamente com o jornal, todos os domingos. Há ainda um outro suplemento, apelidado de *Dinheiro Vivo*. É uma publicação de economia portuguesa, também disponível na edição impressa aos sábados. Em 2012, ganhou o prémio de Lançamento do Ano. Por último o suplemento *Urbano* também está incluído na edição de domingo. Os cinco suplementos podem ser consultados em jn.pt.

Em junho de 2014, a Controlinveste Conteúdos comunicou um despedimento coletivo de 140 colaboradores e rescisões amigáveis de contrato com mais 20, quatro meses depois da entrada de António Mosquito e Luíz Montez como acionistas do grupo. O Conselho de Administração da Controlinveste justifica a decisão, como se lê num artigo publicado pelo Jornal de Negócios, com "a evolução negativa do mercado dos media (...) e a acentuada quebra de receitas do sector", o que obrigou a empresa a tomar uma "decisão estratégica de redução de custos para garantir a sustentabilidade do negócio" (Faria, R., 2014).

Cinco anos depois, o empresário Kevin Ho, principal acionista da Global Media, em declarações à televisão de Macau, voltou a comunicar novos despedimentos no grupo. "Vamos despedir algumas

⁴ Ver <https://www.evasoes.pt/estatuto-editorial/>

peças", reconheceu o empresário chinês. "Não temos um número exacto, mas vai haver uma reestruturação que não é só despedir pessoas".

Até à data, pela direção do JN já passaram nomes como Aníbal de Moraes, Manuel Pacheco de Miranda, Manuel Tavares, Afonso Camões e Domingos de Andrade, diretor atual, que assumiu o cargo em 2018.

O *Jornal de Notícias* e a revista *Notícias Magazine* receberam três prémios "ÑH2018", que definem os melhores do *design* jornalístico em Portugal, Espanha e na América Latina. A *Notícias Magazine* foi selecionada para a categoria "*Best of Show*", com uma menção especial do júri, e conseguiu uma medalha de prata pelo redesenho na categoria de revistas e ainda uma medalha de ouro, no capítulo Fotografia e Reportagens, com o trabalho "Na saúde e na doença até que o cancro os separe", com texto de Filomena Abreu e fotografias de Leonel de Castro. Também *O Jogo* venceu como o melhor jornal entre os Populares e Desportivos.

Tal como todos os órgãos de comunicação social, também o *Jornal de Notícias* se rege pelos princípios descritos no Estatuto Editorial. "O estatuto editorial de um jornal consiste num conjunto de ideais pelos quais determinada publicação se rege e apresenta aos leitores os seus objetivos. O perfil editorial dos jornais é definido pela ênfase que os órgãos de comunicação social dão a determinados tópicos" (Bastos & Zago, citado em Araújo & Lopes, 2014a, p.88).

Desde a sua criação, o JN assume-se como uma "publicação periódica informativa e não doutrinária", independente do poder político e de grupos económicos sociais e religiosos. O jornal rege-se, por isso, "por critérios de pluralismo, isenção e apartidarismo, o que implica estilo e forma distanciados na abordagem de quaisquer temas." Preocupa-se com uma informação rigorosa, equilibrada e objetiva. O jornal respeita e prossegue a sua honrosa tradição de porta-voz dos interesses e dos direitos das camadas menos favorecidas da sociedade portuguesa, sem que tal orientação signifique transigência com práticas demagógicas ou sensacionalistas". Por último, "compromete-se a respeitar a legislação aplicável à atividade jornalística designadamente a Lei da Imprensa, bem como os princípios éticos e deontológicos da profissão" (Estatuto Editorial do *Jornal de Notícias*⁵).

Hoje, o jornal tem 131 anos e continua a ser um jornal nacional de referência:

O "Jornal de Notícias" procura ser há 131 anos um título dirigido ao país que somos: ao que está no centro das decisões e àquele que nos estrutura na vida de todos os dias a partir de lugares diversos. Hoje

⁵ Ver <https://www.jn.pt/estatuto-editorial.html>

quase nenhuma redação de expansão nacional consegue cumprir ambas as funções. O JN continua a perseguir a missão ímpar de dar aos seus leitores uma visão global do país e do Mundo. Não é empreitada fácil. (Lopes, F., 2019)

2. O estágio: uma análise crítica e fundamentada

A passagem pelo Jornal de Notícias, na secção de Cultura, fez-se de 3 de setembro a 30 de novembro. Foi um privilégio poder terminar o percurso académico neste órgão de comunicação, tendo sido mais uma prova de que é no mundo da comunicação que pretendo continuar a viajar. É-nos dada a possibilidade de viver o dia a dia de uma redação, assim como produzir conteúdos para a mesma. É ainda uma ferramenta dada ao discente para colocar em prática o conhecimento que foi adquirindo ao longo dos anos e para estabelecer um contacto direto com o mercado de trabalho.

Entre as várias opções, imperou aquilo que já era ambicionado desde o início do mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho: estagiar no Jornal de Notícias, assim como trabalhar em imprensa. E a escolha deste jornal por ser, desde sempre, um dos jornais de referência no panorama nacional. Mas não só. Por continuar a ser prova do que é fazer e lutar pelo bom jornalismo. Tal como afirma William Blake, “quando a imprensa não fala, o povo é que não fala. Não se cala a imprensa. Cala-se o povo”.

A orientadora atribuída foi a jornalista e editora-adjunta de Cultura, Helena Teixeira da Silva, que me acolheu desde o primeiro dia e que confiou em mim como se fizesse parte da equipa. Não obstante, o editor da secção, Miguel Conde Coutinho, também atribuía tarefas e, aos poucos, foi confiando cada vez mais em mim e no meu trabalho. A editoria de Cultura é composta por mais dois jornalistas, Catarina Ferreira e Sérgio Almeida, que sempre se revelaram dispostos a esclarecer qualquer dúvida. Apesar de estar a estagiar na secção Cultura, nunca foi um impedimento para explorar outras áreas, acabando por escrever para a editoria Grande Porto (*Anexo XXXIII*), Local⁶ (*Anexo XIX*), e para o suplemento Urbano⁷ (*Anexo XXXI*), com artigos propostos por mim ou a pedido dos jornalistas da secção.

O primeiro dia foi essencialmente para definir as regras, que passavam pelo cumprimento dos horários e pela importância de uma atitude positiva e vontade de trabalhar. Além disso, serviu para me inteirar do funcionamento do *backoffice*, do programa informático usado na redação, do acesso aos *takes* das

⁶ <https://www.jn.pt/local/noticias/porto/vila-nova-de-gaia/comunidades-ciganas-esperam-realojamento-ha-mais-de-20-anos-11398653.html>

⁷ <https://www.jn.pt/nacional/especial/miudos-e-graudos-a-descoberta-do-comboio-escondido-em-gaia-11537887.html>

agências de informação, assim como das contas e palavras passas para aceder ao *email* e programas. Uma das tarefas que me foi atribuída desde o primeiro dia foi a de escrever a “Televisão” (sempre na penúltima página da Cultura), que consistia em apresentar sugestões de filmes, séries, documentários ou programas relevantes para o leitor. Pontualmente, também era responsável pelo “Fora de Casa”, espaço para destacar programas culturais que estivessem a acontecer de norte a sul de Portugal.

Antes de se mergulhar no trabalho, era prática diária cada um pegar no jornal do dia e lê-lo. Todas as manhãs, nas reuniões entre editores, chefes de redação e diretores, assim como jornalistas, analisavam os jornais da concorrência para comparar os temas abordados pelos diferentes meios de comunicação social e temas que poderiam ter “escapado” ao JN, mas que tinha sido noticiado por outros órgãos. As restantes funções do dia a dia passaram pelo esforço em cumprir os prazos estabelecidos para entrega dos trabalhos pedidos e fazê-los, sempre, com rigor, vontade e imparcialidade. Desde o primeiro dia que também consultava outros órgãos de comunicação nacionais e internacionais, como o *The Guardian*, *New York Times*, *El País*, *BBC*, entre outros, para perceber se existiria material para poder propor artigos. Foi assim que escrevi, a título de exemplo, uma notícia sobre o novo álbum dos Coldplay⁸ (*Anexo XXII*) ou sobre a nomeação feita pelo *The Guardian* ao eleger Casa da Música⁹ como um dos melhores edifícios arquitetónicos do século XXI (*Anexo I*).

Os horários no mundo jornalístico são, quase sempre, imprevisíveis e incertos. Uma vez que nunca foi estabelecido um horário fixo, regi-me pelos adotados pela maioria dos jornalistas (das 10h às 18h ou das 10h30 às 18h30), completando oito horas diárias. O horário de saída nunca foi um impedimento para iniciar um outro trabalho ou terminar as tarefas do dia pois prevalecia o sentido do dever. Acima de tudo, conciliava os horários com os jornalistas da secção para poder ser acompanhada. Como aconselhado pela diretora-adjunta do JN, Inês Cardoso, aquando a entrevista para o estágio, experimentei os dois principais horários de trabalho no jornal - das 10h às 18h ou das 14h às 21h - de maneira a perceber a dinâmica da redação em horários laborais diferentes. Importa acrescentar que nunca coloquei entraves em ter de fazer algum trabalho à noite, durante a semana, ou ao fim-de-semana, se assim fosse necessário. Desta forma, pude acompanhar o primeiro dia da Festa do Outono, da Fundação de Serralves (*Anexo XVIII*), escrever sobre o projeto cultural Bichos do Mato, em São João da Madeira (*Anexo XXXII*) e estrear-me na escrita de artigos sobre concertos. Fiz a cobertura do concerto dos Ornato Violeta¹⁰ no Super Bock Arena – Pavilhão Rosa Mota (*Anexo XXIV*) e o concerto

⁸ <https://www.jn.pt/artes/coldplay-anunciam-album-duplo-para-novembro-11433130.html>

⁹ <https://www.jn.pt/artes/the-guardian-distingue-casa-da-musica-na-melhor-arquitetura-do-sec-xxi-11338429.html>

¹⁰ <https://www.jn.pt/artes/ornatos-violeta-um-amor-que-nao-deixa-mentir-11472919.html>

do Pedro Abrunhosa¹¹ no Coliseu Porto Ageas (*Anexo XXVII*).

Na secção de cultura do Jornal de Notícias, os estagiários saem sempre sozinhos, não sendo acompanhados por um jornalista profissional. A exceção acontecia quando acompanhados por um fotógrafo, responsável pelo registo fotográfico. Por isso, desde cedo, tive que ser autónoma, uma mais-valia imprescindível no mundo profissional. A prova de fogo chegou ao final da primeira semana no jornal quando saí pela primeira vez para acompanhar a visita de Marcelo Rebelo de Sousa, Presidente da República, que inaugurava a sexta edição da Feira do Livro do Porto (*Anexo XI*). Assim que era proposto um artigo, começava por fazer uma pesquisa para me documentar sobre aquilo que iria escrever. De seguida, estabelecia contactos, caso o trabalho assim o exigisse. Os contactos eram, muitas vezes, cedidos pelos jornalistas que sempre se mostraram disponíveis para os facultar. Tentei não esperar que a iniciativa de atribuir trabalho partisse só dos editores mas também executei muita coisa por vontade própria. Quando concluídos os trabalhos, pedia que me atribuíssem mais tarefas ou sugeria temas que pudessem ser aproveitadas para a escrita de artigos.

Todos os artigos destinados a sair na versão impressa eram escritos no programa informático Millenium. Este programa permite aos editores desenhar a página e estipular o espaço de cada peça. Por isso, quando os conteúdos eram destinados à edição impressa, era estabelecido um limite de caracteres que devia ser cumprido com o máximo rigor. No entanto, havia casos em que os editores preferiam que os mesmos fossem escritos no *Microsoft Word* e depois enviados para o *email*. Quando os conteúdos eram para publicar no *site*, o artigo escrevia-se no *backoffice*. Assim que concluía qualquer trabalho, dirigia-me aos editores responsáveis, para o mesmo poder ser revisto (algumas vezes em conjunto com o editor). Este método ajudava a perceber, logo no momento, o que podia ser melhorado, o que estava bem feito e falhas que não podiam voltar a ser cometidas.

Ao longo dos três meses, foram publicados 61 artigos. Apesar de o estágio não ter sido marcado pela publicação de artigos em quantidade, preocupei-me em dar o meu melhor e escrevê-los todos a pensar na qualidade de cada um. Sempre que um trabalho era destinado a ser publicado tanto na versão impressa, como no *site*, era pedido que adaptasse o texto para que não ficasse exatamente igual nos dois lados. Considero que por ter estagiado numa secção mais pequena, com menos páginas e que conta com a colaboração de alguns correspondentes e freelancer, não havia a possibilidade de escrever tanto quanto o que esperava. No entanto, é importante referir que saí do *Jornal de Notícias* com o sentimento de dever cumprido e com a certeza de que me desafiei todos os dias e que pude

¹¹ <https://www.in.pt/artes/coliseu-esgotou-duas-noites-seguidas-para-ouvir-pedro-abrunhosa-11524801.html>

crescer enquanto a profissional que ambiciono tornar-me.

Salientar que durante uma das tardes, foi-me pedido para que saísse em trabalho para entrevistar os atores James Purefoy, Dominic West e o especialista em vinho Joe Fattorini, a propósito das filmagens em Portugal para a terceira temporada da série “*The Wine Show*”. Acabou por ser um trabalho sem sucesso, uma vez que chegada ao local referido no *email* não encontrei ninguém que soubesse a que me estava a referir. Só quando consegui entrar em contacto com a assessora de imprensa responsável é que chegamos à conclusão que estava no sítio errado por falha de comunicação: a morada deveria encaminhar-nos até ao Douro mas como o endereço não vinha com essa indicação, o trabalho foi marcado pela Agenda do jornal para Vila Nova de Gaia, pois havia um local com o mesmo nome. Apesar disto, considerei a saída importante porque cumpri o meu dever: fiz pesquisa antecipada sobre a série, preparei as perguntas e fui até ao local para tentar chegar a fontes que estivessem informadas sobre o sucedido.

Estagiar no JN foi, desde o início, um desafio que quis enfrentar e cumprir com sucesso. A partir do momento em que se entra na redação, o peso da responsabilidade é maior. É uma responsabilidade acrescida sentir que se tem a missão de informar um público sobre um determinado assunto. Espera-se de um jornalista que esclareça, informe ou até ensine os leitores. E esta responsabilidade não se aprende nem se consegue ensinar numa sala de aula. Este peso que senti durante todo o estágio, espero poder continuar a sentir enquanto estiver a exercer a profissão. Enquanto estagiária, estou ciente que as dificuldades e o erro (como em qualquer outra profissão) irão fazer parte do percurso e por isso os olhos críticos estiveram sempre alerta. Ao longo dos três meses, foram vários os desafios e os receios que foram enfrentados. Entre eles, vencer a timidez, não ter receio de fazer perguntas, esclarecer dúvidas e apresentar sugestões.

Durante o período de estágio aprendi como é essencial encurtar informação e ser direta. Como me disse muitas vezes Miguel Conde Coutinho, “escrever é cortar palavras”. Aprendi, com o tempo, a tornar os títulos mais apelativos e contar cada nova história de maneira diferente da última. Não posso deixar de enumerar os desafios que me obrigaram a sair da zona de conforto. O objetivo? Explorar novas áreas de interesse e entrar num campo desconhecido. Assim, em conjunto com outra estagiária do JN, Rosária Gonçalves, avançamos com a proposta do artigo sobre a comunidade cigana, em Grijó, que continua à espera do realojamento prometido há mais de 20 anos. Este trabalho exigiu algumas semanas de trabalho e que arregaçássemos as mangas à procura de respostas, algumas delas que acabaram por não chegar. Além disso, o tema em questão exigiu várias visitas até à comunidade e ao

centro em que recebem apoio, para que pudessem confiar em nós. Acima de tudo, foi crucial realizarmos este artigo isento de imparcialidade, com o objetivo final de informar baseando-nos somente nos factos que nos chegaram às mãos. O artigo “Comunidades ciganas esperam realojamento há mais de 20 anos”¹² acabou por ser abertura da secção Local, no dia 12 de outubro de 2019 (*Anexo XIX*).

Um outro artigo realizado para Cultura, intitulado “Felgueiras quer ser a primeira aldeia das artes em Portugal” (*Anexo XX*), também foi abertura de secção a 19 de outubro de 2019. O facto de poder escrever um artigo que abre a secção, assim como poder ver os meus trabalhos assinados, foi sem dúvida gratificante pois é um reconhecimento do trabalho produzido. O estágio também me permitiu escrever um dos géneros jornalísticos que mais gosto, a reportagem. A meu ver, é uma oportunidade que poucos jornalistas agarram para poderem sair da redação. Há cada vez mais profissionais que preferem fazer as entrevistas por telemóvel. Por outro lado, diminui o número de jornalistas que vão à procura de novas histórias para contar e que estão predispostos a fazer um trabalho que implique mais investigação. A comodidade da cadeira ganha peso e há assuntos que podem ficar por contar. Tive ainda o privilégio de poder estrear-me em novos géneros como o ensaio de imprensa e ver publicado o artigo “Uma reflexão sobre o mundo ocidental” relativo à peça “Porque permaneces na prisão se a porta está aberta?” (*Anexo XXX*).

3. Motivos de reflexão a partir de uma experiência de estágio

3.1. Contacto com fontes de informação

Toda a comunicação humana tem uma fonte, ou seja, uma pessoa ou um grupo de pessoas com um objectivo para despoletar o processo comunicativo, objectivo esse que tem de ser expresso em forma de mensagem (Berlo, 2003, p.30). Assim, a notícia em Jornalismo resulta da relação entre as fontes e os jornalistas: “a fonte de informação e o jornalista constituem o par que joga e trava uma disputa quanto ao significado do acontecimento a noticiar” (Santos, R., 2006, p.17). A relação entre os dois é complexa, daí que Herbert Gans (1979) a tenha definido da seguinte forma: “A relação entre as fontes e o jornalismo assemelha-se a uma dança, pois as fontes procuram acesso aos jornalistas, e os jornalistas procuram acesso às fontes” (p.116).

É essencial a presença de fontes de informação, uma vez que sustentam, dão força e credibilizam a notícia. Assim, Santos (2006) define a notícia como uma construção social em torno de dois agentes: a

¹² <https://www.jn.pt/local/noticias/porto/vila-nova-de-gaia/comunidades-ciganas-esperam-realojamento-ha-mais-de-20-anos-11398653.html>

fonte de informação e o jornalista. O primeiro tem interesses na promoção e divulgação de alguns factos, enquanto os jornalistas divulgam informação sobre os acontecimentos. Desta forma, as notícias têm “como objetivo desocultar as vantagens próprias e não reveladas das fontes” (p.26).

Ao longo dos três meses de estágio, pude experimentar diferentes modos de contacto com as fontes. Contactei fontes oficiais, sendo que algumas nunca chegaram a responder. Creio que a experiência mais marcante durante o estágio – ao envolver fontes – foi o trabalho mencionado acima sobre a comunidade cigana em Grijó. Uma vez que precisávamos de respostas, tentamos entrar em contacto com várias entidades oficiais: algumas foram bastante acessíveis e deram-nos a informação pretendida, outras pediram que contactássemos por *email* e nunca chegaram a responder, mesmo quando voltávamos a ligar para pressionar. Considero que, no mesmo caso, também foi importante quando algumas das fontes contactadas não autorizaram a sua identificação. A fonte tem o direito de autorizar a sua identificação ou impedi-la, assim como pode autorizar a divulgação da informação que presta ou impedi-la. O primeiro impedimento configura uma situação de exigência de anonimato. O segundo de *off the record*. Quando a fonte autoriza a sua identificação e a divulgação da informação prestada há informação aberta, *on the record*.

O contacto entre jornalistas e fontes também pode ser feito através de comunicados de assessorias de imprensa, *press releases*, *takes* de agências noticiosas, entrevistas presenciais, por telemóvel, *email* ou o próprio cidadão comum. Quando as fontes são assessorias de imprensa, é necessário um cuidado maior na escrita do artigo e na forma como filtramos a informação mais relevante. Isto porque as fontes têm interesse em vender o seu produto e muitas vezes a informação chega-nos em forma de propaganda/publicidade. É função do jornalista cingir o artigo aos factos e não floreá-lo. Na maioria dos casos, o profissional limita-se a escrever o trabalho somente baseando-se na informação recebida nos comunicados ou *press releases* sem entrevistas que pudessem completar o artigo. Uma das razões que pode explicar esta opção é a falta de tempo para este tipo de artigos em prol de outros que exigem mais pesquisa.

Na maioria das vezes, e tendo por base o estágio, o contacto pessoal com a fonte só acontecia quando saía da redação para fazer uma entrevista. Não há dúvidas que o contacto direto deve ser privilegiado. O jornalista consegue chegar mais facilmente ao entrevistado, cria uma relação mais próxima e de confiança com ele. Além disso, somos capazes de absorver pormenores que poderão enriquecer a peça e tal não acontece nas entrevistas por telemóvel ou por *email*. Tive a oportunidade de estar em ambas as posições e apesar de a nossa tarefa ser simplificada, se for feita à distância, é mais

enriquecedora quando podemos estar cara a cara com a fonte. Importa ainda sublinhar que é fundamental a realização de entrevistas pelo simples motivo de que há uma maior riqueza informativa do texto. Por exemplo, o artigo “Vozes penduradas pelo Porto” (*Anexo XXI*), só é mais completo pois foi realizada uma entrevista ao curador da exposição, Miguel von Hafe Pérez. Esta entrevista permitiu “colorir” o artigo com citações ditas pelo mesmo e que dão mais credibilidade ao texto pelo simples facto de ser ele quem tem um maior entendimento sobre o tema. O mesmo aconteceu com o artigo “Descobrir ‘Um século e Tanto’ de histórias” (*Anexo XXIII*) com entrevista ao diretor do museu. Também o artigo “Uma exposição para dar imagem à palavra” (*Anexo XXIX*) está mais rico uma vez que pude entrevistar o cineasta e dramaturgo francês Eugène Green assim como António Preto, diretor da Casa do Cinema Manoel Oliveira.

Não podia deixar de enumerar algumas situações caricatas que aconteceram com algumas das fontes quando estavam constantemente a insistir para saber quando o trabalho ia ser publicado ou quando pediam se podia enviar o artigo para ver se tinha algum tipo de erro. Uma vez que não foi o meu primeiro estágio curricular, já ia preparada para que situações deste género pudessem acontecer.

Enquanto estagiária também me fui apercebendo que é essencial ao longo do percurso profissional estabelecer uma rede de contactos e que tê-la facilita muitas vezes o trabalho do jornalista. Também estou ciente de que só com o tempo é que esta relação de confiança entre jornalistas e as fontes se vai estabelecendo. Por isso, muitas vezes os contactos foram sendo facultados pelos jornalistas. Não obstante, foi interessante perceber que mesmo sendo estagiária me cruzei com as mesmas fontes para trabalhos diferentes e que o contacto já foi, por esse motivo, mais fácil de estabelecer.

3.2. As particularidades do jornalismo cultural

O Jornalismo Cultural assume a mesma relevância que as outras editorias? É dado o mesmo espaço de publicação? Quantas vezes é chamada à capa ou quantas vezes faz parte do primeiro plano do jornal? Durante os três meses como estagiária no *Jornal de Notícias* foram algumas das questões que me fizeram refletir.

Citado por Ígor Lopes (2010), András Szantó admite que o Jornalismo Cultural tem pouco prestígio: “é a especialização jornalística de mais baixo status na maioria das redações e fico triste em reconhecer isso. (...) Nos Estados Unidos, na maioria dos jornais, esse é um campo de prestígio relativamente baixo” (p. 51). Também o jornalista Humberto Werneck aponta que o jornalismo cultural “deve ter em mente as novas tendências sobre o mundo das artes” (citado em Lopes, I., p.51).

Podendo não ser a intenção do Jornal de Notícias, a verdade é que a Cultura é a antepenúltima secção do jornal e a que tem menos páginas por edição, quase como se fosse o “parente pobre” do jornalismo. Maria de Fátima Ribeiro (2008) já realçava esta tendência: “é lícito dizer que a Cultura é uma área jornalística secundária. E, não é só secundária por lhe serem atribuídas as últimas páginas. Também são poucas, para não dizer raras, as vezes em que lhe é dedicado o primeiro plano” (p.22). Desta forma, é pertinente assinalar que, durante o período de estágio no JN, a Cultura foi “chamada” à capa apenas 22 vezes e foi “Primeiro Plano” somente duas vezes (no dia 9 de setembro com o artigo “Festivais rendem 91 milhões em 8 meses a patrocinadores” e a 20 de novembro com o artigo “O que a gente faz é uma gota no grande caminho da Humanidade”). Consequentemente, esta aparente pouca importância que é dada à Cultura limita o trabalho produzido pelos jornalistas da secção que se vêm obrigados a anular a possibilidade de estenderem os seus artigos além dos caracteres estipulados na edição. Na tentativa de dar o máximo de notícias possível, dá-se prioridade a artigos mais curtos, à exceção daqueles que abrem a editoria.

As páginas de Cultura do *Jornal de Notícias* não diferem muito de dia para dia e não é prática comum ultrapassar as cinco páginas (sendo que a última é para a meteorologia, o horóscopo, as palavras cruzadas e o *sudoku*). A primeira página é dedicada à abertura da secção (são raras as vezes em que ultrapassa uma página) e é, desta forma, o artigo com mais espaço da editoria. A segunda página normalmente inclui breves e outras peças/artigos nunca muito extensos. A terceira e quarta página são sempre iguais: a quarta diz respeito à Televisão e a terceira ao Fora de Casa e às Sugestões (que incluem Cinema, Palco, Restaurante, Vinho, Artes plásticas e Música). É importante ainda realçar o espaço requisitado pela publicidade que muitas vezes obriga a alterar o rumo de toda a edição quando há um anúncio que tem de entrar à última hora e que, coincidência ou não, a grande maioria das vezes acaba por ir parar à Cultura reduzindo ainda mais o pouco espaço que ocupa no jornal.

A propósito deste cenário, Sérgio Luís Gadini (2002) é outro dos autores que refere que a Cultura “não recebe o mesmo espaço em todas as edições da amostra” (p.19). O autor aponta vários motivos que podem explicar esta tendência:

Dentre os vários motivos – além das matérias factuais, datadas, dias com mais outros com menos eventos noticiáveis, lançamentos, aberturas de exposições, trocas de cartaz etc -, destaca-se o agendamento, a cobertura de acontecimentos e também de pseudo-acontecimentos que fazem com que em várias ocasiões a presença de ‘figuras’ públicas (seja por iniciativa de um prestigiado grupo com ligações políticas relevantes, inaugurações setorializadas, lançamento de projeto ou debate público) tende a ‘catapultar’

determinados eventos ou situações (nem sempre acontecimentos, portanto, mas muito mais pseudo-acontecimentos) do campo cultural para as páginas de outras editorias. (p.19)

Em “*Reflexões sobre o jornalismo cultural*” (2012), J. S. Faro afirma não ser “difícil encontrar veículos onde as matérias culturais são vistas como secundárias e meramente acessórias das demais editorias” (p.11). Para ele, “o resultado é o pior possível porque ergue-se em torno do gênero um conjunto de avaliações que o segregam no quadro geral da imprensa, discriminando-o. Nessa visão o Jornalismo Cultural é algo secundário e meramente acessório na imprensa em geral” (p.12).

Durante a passagem pelo *Jornal de Notícias* foi possível concluir que o Jornalismo Cultural se apresenta muito dependente da agenda cultural. Uma tendência que tem sido apontada por vários autores já há alguns anos. Na opinião de André Fonseca¹³ (2006):

O jornalismo cultural nos últimos anos tornou-se quase sinónimo de agenda cultural. Os cadernos e secções de cultura de jornais e revistas dedicam-se a criticar burocraticamente filmes, espectáculos e CDs, divulgar grandes eventos supostamente culturais e criar pautas baseadas em releases de assessorias de imprensa. O espaço para análise e reflexão é cada vez menor, e o comprometimento dos grandes veículos com anunciantes e parceiros podam a independência e a imparcialidade do que se publica.

Dora Santos Silva (2009) considera que a maioria dos artigos diz respeito a “actos programados” como estreias cinematográficas, lançamentos de exposições ou peças de teatro. A autora considera, por isso, que a Cultura “é subordinada ao puro acto da informação e/ou divulgação, sem espaço para crítica ou interpretação” (p.99). Nas palavras de Debora Lopez e Marcelo Freire (s/d) este é um jornalismo “sem reflexão ou preocupação com as consequências e imbricamentos” que “reduz o jornalismo cultural, transportando-o para aquém de seu conceito fundamental” (p.9). Na mesma linha de pensamento segue Daniel Piza ao afirmar que o Jornalismo Cultural continua “submisso” ao cronograma de eventos:

Lemos muito sobre discos, filmes, livros e outros produtos no momento de sua chegada ao mercado – e, cada vez mais, antes mesmo de sua chegada, havendo casos em que a obra é anunciada (e, pois, qualificada) com diversos meses de antecedência. No entanto, raramente lemos sobre esses produtos depois que eles tiveram uma “carreira”, pequena que seja, e assim deixamos de refletir sobre o que significaram para o público de fato. (Piza, D., 2003, p.51)

¹³ Ver <https://www.culturaemercado.com.br/site/o-verdadeiro-jornalismo-cultural/>

O que pode fazer um jornal para ir além da agenda previamente calendarizada? Segundo Melo (s/d) é essencial procurar contrariar a limitação temática “aos lançamentos de CDs, livros e exposições de artistas consagrados para poder, enfim, compreender o sentido forte de cultura, explorando mais as implicações das obras na sociedade do que, propriamente, reduzir-se a uma agenda de eventos. Falta mais análise e interpretação” (p.4). Teresa Maia e Carmo (2006) critica a presença de um “jornalismo cultural pobre e pouco entusiasmante” assim como a “promiscuidade crescente entre os espaços de puro jornalismo – informação, opinião – e da promoção” (p.4). Para Carmo uma das soluções passa pela especialização dos profissionais em cultura e “culpa” o “agressivo marketing das indústrias culturais (grandes distribuidoras de cinema, editoras de discos e livros, promotores de espectáculos)” que determinam “as secções de cultura transformadas em canais de divulgação da sua agenda, conferindo um espaço progressivamente menor à crítica especializada e ao ensaio” (p.4).

Num texto publicado na página “Cultura e Mercado”, Julio Daio Borges¹⁴ (2006) diz que o jornalista cultural deve assumir o papel de mediador entre a indústria cultural e o leitor:

Quanto maior o alcance de um veículo, maior a pressão das assessorias de imprensa, que supostamente deveriam fazer a mediação entre a indústria cultural e os jornalistas. O jornalista cultural deveria então, como se diz, separar o joio do trigo – informar e, mais do que isso, formar o leitor, através de sua bagagem e de seu julgamento crítico. Infelizmente, porém, predomina hoje o jornalismo de agenda.

Neste sentido, Nuno Pacheco, fundador e antigo diretor do Público, numa entrevista à TSF, defendia que é essencial que se pratique um jornalismo que olhe para “a cultura a sério e não como mero entretenimento ou mero conteúdo”. O jornalista acrescenta que se “tem que perceber onde estão os valores, ir atrás deles, tentar perceber o que é novo e andar sobretudo sempre um pouco à frente daquilo que é a realidade, tentar ir um pouco mais além”. Considero que o Jornalismo Cultural tem a possibilidade de se destacar, pois apresenta características que mais nenhuma editoria revela. Em primeiro lugar, é importante referir o seu carácter reflexivo, ou seja, é um tipo de jornalismo que se caracteriza pela análise crítica, uma vez que não é suficiente informar. Tal como afirma Isabelle Anchieta de Melo (s/d), “é, portanto, a sua reflexividade que distingue, efetivamente, o jornalismo cultural de outras editorias”.

Ou seja, enquanto o caderno de Economia, de Cidades, de Política irá noticiar as práticas, o jornalismo cultural irá fazer uma reflexão sobre essas práticas em suas críticas e crônicas, o que

¹⁴ Ver: <https://www.culturaemercado.com.br/site/o-verdadeiro-jornalismo-cultural/>

fica claro quando observamos os gêneros textuais consagrados nessa editoria que são a crítica, a resenha e a crônica. Todas marcadas pela opinião e pelo posicionamento reflexivo sobre as práticas sociais. (p.6)

A esta característica acrescenta-se ainda a função democrática do Jornalismo Cultural: é essencial democratizar o conhecimento, isto é, levá-lo até ao maior número de pessoas apostando numa linguagem simples e acessível. A este propósito, Daniel Piza afirma:

Um jornalista cultural é (...) um elemento de extrema importância em qualquer media, por dois motivos: 'cria um vínculo afectivo com o leitor', que nem a secção desportiva é capaz de criar, e desempenha um papel imprescindível na circulação de 'sangue cultural' porque reflecte sobre o que se faz e o que se consome. (citado em Silva, D., 2012, p.82)

Mas as particularidades deste jornalismo não ficam por aqui. “O jornalismo cultural deve ainda suportar-se numa função poética, para que seja transmitida ao público não apenas a informação, mas as sensações que uma determinada obra artística passam” (Abreu, A., 2014, p.23). Há uma necessidade de explorar as obras artísticas e não apenas divulgá-las. Na minha opinião, o *Jornal de Notícias* “cumpre” estas características, uma vez que, por exemplo, os artigos que chegam às páginas do jornal ou ao *site* podem ser facilmente compreendidos pela grande maioria dos leitores. Além disso, e apesar de não ser em grande quantidade, também apostam na componente crítica, essencialmente visível nos artigos que sejam sobre peças de teatro, exposições ou concertos. Tenho noção de que, enquanto estagiária de Cultura, tive a possibilidade de ter mais liberdade de escrita por ser uma editoria que o permite, sem que torne os trabalhos imparciais. Foi essencial durante o meu percurso no JN soltar-me de uma escrita mais “rígida” e permitir-me brincar com as palavras e tentar passar emoções aos leitores, como se eles próprios estivessem também no local onde a história aconteceu.

Durante a escrita do concerto dos Ornatos Violeta, a título de exemplo, foi-me dito pela jornalista Helena Teixeira da Silva para que “escrevesse com o coração”, para falar das canções, das letras, dos temas que o público sabia de cor e sobre aquilo que me tivesse emocionado. Só desta forma é possível captar a atenção do leitor sobre aquilo que estamos a escrever. O mesmo acabou por acontecer mais tarde ao cobrir o concerto de Pedro Abrunhosa no Coliseu do Porto ou no ensaio de imprensa da peça “Porque Permaneces na Prisão se a Porta Está Aberta?”, sempre com a preocupação de reparar em pormenores que mais tarde pudessem enriquecer o texto e a ligação com o leitor. Desta forma, é

possível afirmar que o Jornalismo Cultural do *Jornal de Notícias* é dotado do género crítico e que se demarca pelo posicionamento reflexivo e formativo.

Outra característica bastante relevante para qualquer tipo de jornalismo é o contacto com as fontes. Não é possível negar a força que, sobretudo, as fontes humanas imprimem a qualquer trabalho jornalístico. Desta forma, e para que se pratique um bom jornalismo cultural, é essencial que se fale com pessoas, que se explore ao máximo pormenores para que se possa enriquecer o artigo e torná-lo mais apelativo para quem o lê. É de ressaltar que as fontes humanas não são mais importantes que as restantes fontes, uma vez que é através delas que muitas vezes obtemos informação, mesmo que acabem por não ser citadas. A presença das fontes, além de nos darem informações, “são um dos aspectos capazes de indicar a presença de uma maior pluralidade de olhares sobre os assuntos tematizados pelos diários portugueses” (Gadini, S., 2002, p.33). No entanto, e como já mencionado anteriormente, o Jornalismo Cultural do JN ainda se deixa guiar muito, como afirma novamente Gadini, “pela lógica da ‘divulgação’ dos produtos de que fala/tematiza/agenda, diferenciando-se de uma característica indispensável em outras editorias que é a pluralidade ou imprescindibilidade de contemplar direta e mesmo explicitamente várias vozes potencialmente interessadas no assunto pautado” (p.33). Segundo este autor, “a pluralidade das vozes no discurso do jornalismo cultural (quando acontece) ocorre, na maioria dos casos, de forma indireta ou de modo muito rápido, sem maiores espaços para uma apreciação e polémica sobre os assuntos abordados em tais matérias” (p.35).

3.3.0 jornalismo sentado continua a ocupar lugares

O percurso enquanto estagiária do *Jornal de Notícias* permitiu-me ainda refletir sobre a “prática” crescente do “jornalismo sentado”. Apesar de ter estagiado numa editoria que mais implica sair da redação, o conforto da cadeira continua a ganhar peso nas redações e evita-se cada vez mais optar por trabalhos mais aprofundados. Tal como afirma o jornalista Ricardo Kotscho, o “lugar do repórter é na rua”. O termo “jornalismo sentado” é, citando Erik Neveu (2001):

Um jornalismo mais orientado para o tratamento de uma informação que não é recolhida pelo próprio jornalista, opondo-se, por isso, ao *journaliste debout* ou jornalista de pé, cuja principal função é a recolha de informações através do contacto direto com as fontes. (p.7)

A verdade é que enfrentamos uma altura em que os jornalistas passam cada vez mais tempo na redação e menos na rua (onde deveriam estar). Assistimos, portanto, a um “jornalismo sentado” em oposição a um “jornalismo em pé” empenhado em estabelecer contacto direto com as fontes, através de entrevistas ou reportagens. Nas palavras de Ana Tulha (2012) “na origem da mudança – que reduz os jornalistas ao papel quase exclusivo de seleccionar e hierarquizar a informação” está a redução do número de trabalhadores, dos orçamentos ou o aumento da oferta de fontes de informação (p. 9). Num artigo publicado por Igor Waltz (s/d), em que cita um dos editores do jornal O Dia, outros dos motivos que justificam esta mudança é o volume da produção noticiosa e as facilidades de recurso da internet que colocam em perigo a qualidade da notícia:

[Um ponto negativo das novas gerações] é que o texto piorou. A criatividade deu uma quedinha também. Acho que isso se deve à facilidade, né? Facilidade de obtenção de informação, porque a reprodução automática da informação é uma coisa que o jornalista jovem precisa tomar cuidado. Porque é fácil. Você tem a ilusão de que pode produzir muitas notícias, mas na verdade você está apenas reproduzindo. Você não tem o tempo, e a preocupação, e o cuidado de contestar aquilo. Acho que o nível de contestação diminuiu, e o nível de desconfiança do jornalista diminuiu em 14 relação à fonte da notícia. E isso é muito ruim, isso pode destruir a carreira de um jornalista. (p.13)

Para a presidente do Sindicato dos Jornalistas, Sofia Branco, o jornalista “precisa de outra vida, de ver aquilo que o rodeia, de ter tempo para passear numa cidade, conversar com pessoas ou entrar nos cafés. Isso não acontece, tornou-se um jornalismo muito sentado nas redações e ao telefone” (Gonçalves, M., 2018).

Como já mencionado anteriormente, estagiar na secção de Cultura permitiu-me fazer vários trabalhos fora das quatro paredes da redação. E se é importante que isto aconteça em todas as secções do jornal, nesta em especial considero fundamental existir contacto direto com fontes. Uma vez que muitos dos trabalhos redigidos relatam, a título de exemplo, concertos, peças de teatro ou entrevistas com artistas, se não existisse este contacto, o artigo perdia qualidade, pois há muitos pormenores que se conseguem através do contacto pessoal. Se o lugar do jornalista é na rua, considero não haver outra forma para redigir a maioria dos artigos nesta editoria, a não ser sair da redação, assistir a concertos, a ensaios ou conferências de imprensa, preparar entrevistas presenciais ou conhecer exposições. Felizmente, o meu estágio permitiu-me, por várias vezes, escapar à prática do jornalismo sentado e ir até ao local procurar a história para contar aos leitores. Não havia outra forma de fazer chegar à página do jornal ou até ao site do JN um artigo sobre o concerto do Pedro Abrunhosa, dos Ornatos Violeta, a

visita à Festa do Outono em Serralves, assim como trabalhos sobre várias exposições na cidade do Porto (como a “Imagem da Palavra” de Eugène Green, “Ver as vozes dos artistas” com curadoria de Miguel von Hafe Pérez ou “Um Século e Tanto” para celebrar 130 anos de histórias da *National Geographic*) ou até mesmo o trabalho sobre o fenómeno de *escape rooms* que só fez sentido porque acompanhei de perto os jogos em várias salas da cidade. Além disso, é uma oportunidade para escapulir-se à tendência de reescrever informações enviadas por agências noticiosas ou que chegam às caixas de correio dos editores e jornalistas através de *press releases*.

No entanto, ainda durante o estágio, foram vários os casos de trabalhos realizados a partir de comunicados de imprensa ou *press releases* enviado por agências noticiosas. Através deles, surgiram, como exemplo, os artigos sobre a Festa branca em Braga, a Festa do Avante, Revenge of the 90's ou a estreia em Portugal da artista Taylor Swift. Importa ainda enumerar os trabalhos que não implicaram o contacto presencial com as fontes, explicado por fatores como a indisponibilidade dos entrevistados ou a distância dos mesmos (caso por exemplo de Francisco Camacho e de David Carreira em que as entrevistas acabaram por ser realizadas por telemóvel) ou pela “relevância” da notícia que não justificava deslocações, como por exemplo a breve sobre a comemoração dos 20 anos de carreira do comediante Fernando Rocha, em que bastava colocar algumas perguntas à fonte não sendo necessária a deslocação ou o artigo sobre a angariação de fundos para o Órgão da Lapa, em que bastava colocar algumas perguntas à fonte, não sendo necessária a deslocação. Os custos associados às deslocações para trabalhos fora da redação também podem explicar, por vezes, a preferência pelas entrevistas por telemóvel mesmo que, conseqüentemente, se esteja a privilegiar o jornalismo sentado e a reduzir a qualidade do artigo. Sem contacto direto há muitos pormenores interessantes que o jornalista acaba por perder que poderiam enriquecer o trabalho final.

Parte II – Enquadramento teórico: reflexões à volta do Jornalismo Cultural

“A cultura é o caudal de saberes que as pessoas adquirem para ter um melhor conhecimento sobre o mundo.”

(Pastoriza, F., 2006, p.9)

No Estado da Arte do presente trabalho, a sustentação científica faz-se através de dois capítulos. Trataremos, pois, do conceito de cultura e Jornalismo Cultural numa primeira parte, que também inclui uma contextualização do Jornalismo Cultural a nível internacional e a nível nacional, assim como os géneros jornalísticos na Cultura. O segundo capítulo vai abordar as teorias de agendamento como agenda *setting*, agenda *building* e tematização.

1. Pensando bem, o que é a cultura?

As definições apresentadas para este conceito multiplicam-se e são vários os autores que a discutem. O Dicionário de Jornalismo, do jornalista português Fernando Cascais (2001), define a Cultura da seguinte forma:

(...) uma maneira colectiva de pensar e sentir, um conjunto de costumes, instituições e obras que constituem a herança social de uma comunidade ou grupo de comunidades. Esta é uma definição extensiva, outras são mais restritivas (circunscrevendo-a ao que correntemente se denomina alta cultura ou à chamada cultura popular, de características etnográficas). No entanto, o conceito envolve uma memória colectiva que possibilita a comunicação entre os membros da sociedade. A comunicação surge sempre associada à cultura: a cultura é entendida como um processo de comunicação ou a comunicação é uma manifestação da cultura. Profundamente afectada pelo processo de comercialização, que gerou a chamada cultura de massas, a aceleração do processo de globalização gerou as indústrias culturais, associadas ao lazer, ao entretenimento, ao consumo de massa. Media e cultura sempre se associaram, tanto sociologicamente como industrialmente. (p. 64)

A verdade é que aquilo que “se entende por arte vem ganhando diversos significados ao longo da história” (Siqueira, D. & Siqueira, E., 2007, p.3). Na Antiguidade, arte e técnica formavam uma unidade: “Por serem saberes técnicos ligados aos ofícios, as artes não eram valorizadas pelos cidadãos gregos que as considerava, uma atividade inferior” (Siqueira, D. & Siqueira, E., 2007, p.3). Algumas das primeiras tentativas de definir o termo cultura chegaram de antropólogos evolucionistas como Tylor, Morgan ou Frazer. Na segunda metade do século XVI, este conceito chegou a ser “empregado

para designar o desenvolvimento de uma faculdade humana da mesma forma que se cultivava o solo” (p.5).

O sociólogo John Brookshire Thompson e a professora Isabel Ferin defendem que, no século XVII, “a cultura adquire um novo significado, afastando-se da noção obtida no período clássico” (citados em Covas, D., 2017, p.29). Segundo Thompson (1990), “cultura deixou de estar unicamente relacionada com o cultivo da terra e da mente e passou a ser sinónimo e, em alguns casos, contraste, de civilização” (p. 167). Para Ferin (2009), “cultura deixou de estar relacionada à ação que o homem realiza – quer sobre o meio, quer sobre si mesmo – no sentido de aperfeiçoar as suas qualidades” (p. 35).

A partir deste momento, em que se separa o conceito de arte como “um campo do saber separado dos demais, as obras de arte feitas para fruição do espectador – em formato de coreografia, livro, pintura, espetáculo, partitura – foram apreciadas por grupos sociais restritos: eram somente dirigidas a um público específico” (Siqueira, D. & Siqueira, E., 2007, p.4). Já no século XVIII, com a consolidação do Iluminismo, começou a pensar-se levar as obras de arte até a uma audiência maior. Nas palavras de Franco Crespi (1997), a cultura passou de uma relação com a “formação de espírito” tendo em vista uma conceção associada “a um conjunto de representações, modelos, comportamentos, regras e valores” (citado em Covas, D., 2017, p.29).

Como é possível concluir, as visões e ideias sobre o termo cultura vão sofrendo alterações mediante a passagem do tempo, levando o filósofo e escritor Johann Gottfried von Herder a afirmar que “nada poderia ser mais indeterminado do que a palavra cultura”. Se viajarmos até ao século XIX, percebemos que preponderava uma noção de cultura “clássica” ligada ao erudito e às artes superiores. Nesta altura – e com a emergência da sociedade de massas - articulavam-se duas conceções, uma emergente do pensamento marxista e outra liberal, com diferentes opiniões sobre a cultura de massas. Destaque para Adorno e Horkheimer, da Escola de Frankfurt, que, ao criarem o conceito de indústria cultural, puseram um ponto final na separação entre as esferas de arte superior e inferior (Adorno, T., 1991, p.98).

Relevante são também os *Cultural Studies*, que terminaram com a distinção entre cultura de elite e cultura popular e que, ao não limitarem a cultura à produção artística, incluíram “todas as expressões e valores de um povo” (Silva, D., 2009, p. 92). Até então preponderava uma cultura erudita que se opunha à já referida cultura de massa e cultura popular. “O calcanhar de Aquiles está em considerar

como cultura apenas a estética burguesa, entendida como cultura erudita, pertencente à classe letrada, proporcionada no sistema educacional” (Basso, E., 2006, p.6) o que dava a entender que a cultura era, portanto, inatingível para a maioria das pessoas. A este propósito, Daniel Piza (2003) também concluiu, ao transcrever uma pesquisa realizada pela Secretaria Municipal de Cultura de Belo Horizonte, que “2/3 dos entrevistados não considera cultura um filme de Spielberg”. Este resultado corrobora novamente a ideia de que “a maioria das pessoas associa ‘cultura’ a algo inatingível, exclusivo dos que lêem muitos livros e acumulam muitas informações, algo sério, complicado, sem a leveza de um filme-passatempo” (citado em Basso, E., 2006, p.6).

Para Edgar Morin (1999), cultura é uma “palavra mito que tem a pretensão de conter em si completa salvação: verdade, sabedoria, bem-viver, liberdade, criatividade...” (p.75). Segundo o teórico, a palavra apresenta dois sentidos: antropológico – que de um lado se opõe à natureza e engloba, portanto, tudo o que não depende do conhecimento inato e, por outro lado, tudo o que é dotado de sentido; o etnográfico – que reagrupa crenças, ritos, normas, valores, modelos de comportamento que se perpetuam de geração em geração; e o das humanidades clássicas e no gosto literário-artístico (Morin, E., 1999, pp.75-76).

Com o avançar do tempo, começou a admitir-se o papel fundamental dos meios de comunicação social na cultura. Para Mark Poster (1995), “os media sustentam, na sua essência, uma transformação profunda da identidade cultural, ao reconfigurarem os tradicionais mecanismos de expressão (palavras, sons e imagens) fragmentando-se esta em formas significativamente diferentes umas das outras, opostas ao conceito de identidade na modernidade” (citado em Silva, D., 2009, p. 92).

O século XX reuniu condições para a criação de uma indústria cultural onde as obras passam a produtos culturais e começam a ser reproduzidas em larga escala. Os artistas deixam de estar dependentes dos antigos mecenas mas, conseqüentemente, tornam-se dependentes do “‘mercado’ de arte e, no caso das artes cênicas, especialmente no da dança, de patrocínios – de governos ou de empresas” (Siqueira, D. & Siqueira, E., 2007, p.4). O que leva Dora Santos Silva (2009) a afirmar que a partir de 1980 a Cultura começou a ser indissociável das indústrias culturais e, nos finais dos anos 90, das indústrias criativas, no seio das quais o jornalismo cultural sofreu grandes alterações (p.92).

Uma das definições mais recentes chega-nos pela Unesco, na Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (2002), em que a Cultura deve ser considerada 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 maneiras de viver juntos, os sistemas de valores, as tradições e as crenças”. O crítico e literário Alfredo Bosi (2003) segue a mesma linha de pensamento e define Cultura como “conjunto de modos de ser, viver, pensar e falar de uma dada formação social” (p.319).

Dora Santos Silva (2012) destaca os pontos de vista do historiador António José Saraiva e do poeta modernista Stearns Eliot em relação ao que para eles é Cultura. Na ótica de António José Saraiva, a Cultura pode ser definida em três vertentes. Uma delas é a etnológica que tem a ver com as ações que caracterizam uma determinada comunidade. A vertente artística, por sua vez, engloba tudo aquilo que é entendido como arte e, por último, o lado “extenso” está relacionado com tudo o que é criado pelos humanos e que contrasta com o natural. A visão do historiador português vai ao encontro da interpretação de Eliot, que defende que a Cultura deve ser abordada pela vertente individual, do grupo e da sociedade, todas elas interligadas.

Tal como o conceito de Cultura foi evoluindo ao longo dos anos, também a visão de Jornalismo Cultural se foi alterando. “Tem-se convencionado como Jornalismo Cultural uma especialização que nasce das necessidades da imprensa em atender a um público segmentado e de tratar de temas com maior profundidade, assim como acontecem nas demais secções do jornalismo como política, economia, esportes e outras” (Basso, E., 2006, p.2). Para Sérgio Luiz Gadini (2002), jornalismo cultural está ligado às “notícias, factos e situações que envolvem projetos, obras e iniciativas de preservação ou recuperação de espaços do património histórico e cultural do país” (p.31). Jorge Rivera (2003) também apresenta uma definição para Jornalismo Cultural:

(...) Uma zona muito complexa e heterogénea de meios, géneros e produtos que abordam com objetivos criativos, reprodutivos e informativos os terrenos das belas-artes, as ‘belas-letras’, as correntes de pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspetos que têm a ver com produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar a sua origem e o seu destino. (p.19)

Não devemos esquecer que o Jornalismo Cultural é muito mais que os temas habitualmente designados como as sete artes ou a cultura erudita:

Se por jornalismo cultural fosse entendida apenas a produção de artes, ele deveria chamar-se simplesmente jornalismo de artes. A visão desse campo tem-se ajustado ao longo do tempo a uma visão mais integradora, tematizando, além das belas letras e das belas artes, os modos de vida, os

sistemas de valores, as tradições e as crenças. Desta forma, tende a superar o prisma da dicotomia entre os campos da produção simbólica, de elite, popular e de massa, evidenciando a difusão (papel do jornalista cultural) e a análise crítica das culturas (papel do crítico de cultura). (Basso, E., 2008 p. 69)

Alias, também Piza (2003) partilha uma visão semelhante “sobre a temática na qual se debruça o Jornalismo Cultural, dizendo que a tendência da mesma, principalmente a partir dos anos 90, tem sido ampliada para além dos assuntos que não fazem parte das chamadas sete artes” (citado em Basso, E., 2006, p.6), incluído tópicos como a moda, a gastronomia ou o design.

Na prática, o Jornalismo Cultural deve reger-se pelos deveres do jornalismo em geral. Contudo, há algumas particularidades a ter em conta. As autoras Isabelle Anchieta de Melo (s/d, p.5) e Dora Santos Silva (2012, p.73) realçam a importância de democratizar o conhecimento para que chegue ao máximo de pessoas possível, optando por uma linguagem simples e acessível e realçam a força de artigos com uma componente crítica e reflexiva, com capacidade de exploração, não limitados à divulgação.

Assim, outro aspeto importante a ter em conta é o de não cair no erro de confundir Jornalismo Cultural com Jornalismo de divulgação. Dora Santos Silva (2012) justifica esta premissa: “se a cultura é um reflexo da sociedade, o jornalismo cultural contextualiza e informa sobre o acontecimento cultural” (p. 136). A mesma autora vinca também a importância de não associar este tipo de jornalismo a mero entretenimento:

Mediatizar a cultura é muito mais do que cobrir entretenimento. Os jornalistas culturais têm também de se aperceber de que a cultura é uma indústria e portanto também deve ser abordada do ponto de vista económico e político (e não apenas na vertente da criação artística ou do entretenimento). Por sua vez, há também que cobrir os assuntos variados de um ponto de vista cultural. (Silva, D., 2009, p.105)

Desta forma é um jornalismo “simples, sem ser simplório”. Na perspectiva de Isabelle Anchieta de Melo (s/d), o “jornalista cultural deve explorar toda a riqueza do fato ou pessoa em questão sem perder de vista a capacidade de dar comunicabilidade à representação simbólica dele ou dela” (p.9).

2. Uma viagem pelas origens do Jornalismo Cultural

A origem do Jornalismo Cultural é apontada por Peter Burke (2004) por volta do século XVIII, em França, com os panfletos literários e as revistas dirigidas ao público feminino. “Os primeiros impressos que indicam a cobertura das obras culturais datam de 1665 e 1684 e são representados pelos jornais *The Transactions of the Royal Society of London* e *News of Republic of Letters*” (Melo, I., A., s/d, p.1). Mais tarde, em 1711, surge a revista diária *The Spectator*, um dos exemplos mais marcante do Jornalismo Cultural. Pelas mãos dos ensaístas ingleses Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1719) o objetivo era “trazer a filosofia para fora das instituições acadêmicas para ser tratada em clubes e assembléias, em mesas de chá e café. O jornal cobria desde questões morais e estéticas até a última moda em luvas” (Briggs, A. & Burke, P., 2004, p.77). Desta forma, uma das funções intrínsecas que nasce com o Jornalismo Cultural é a de “mediar o conhecimento e aproximá-lo do maior número de pessoas” (Melo, I., s/d, p.5), contrariando a tendência de restringir a cultura a uma determinada elite.

Do outro lado do oceano Atlântico, no Brasil, o Jornalismo Cultural nasce representado por Machado de Assis (1839-1908) e José Veríssimo (1857-1916). É no ano de 1928 que este tipo de jornalismo ganha mais expressão com a fundação da revista *O Cruzeiro*. O projeto contou com colaborações de nomes como José Lins do Rego, Vinícius de Moraes, Manuel Bandeira, Rachel de Queiroz e Mário de Andrade. “O desenvolvimento do capitalismo industrial e concomitante inscrição da imprensa como fórum de mediação privilegiado na passagem do século XIX para o XX dão origem às primeiras publicações especializadas na área cultural” (Carmo, T., 2006, p.6). São exemplos o aparecimento de revistas como a *New Yorker*, em 1925, a *Interview* ou *Playboy* com ensaios sobre cultura contemporânea. Por outro lado, Sérgio Gadini defende o “efetivo crescimento” do Jornalismo Cultural no Brasil no ano de 1930:

Como se sabe, esse processo só vai acontecer no Brasil – ainda que de forma lenta, devido ao alto índice de analfabetismo, baixa concentração urbana, dentre outros fatores – a partir do século XIX, tendo como marco a vinda da família real em 1808. Na prática, em termos urbanos e públicos, só vai ser possível falar em consumo e crítica cultural algumas décadas mais tarde. Ou, para ser mais exato, a partir das últimas décadas daquele século. E, de modo mais significativo, a partir dos anos 1930. (citado em Lopez, D. & Freire, M., s/d, p.4)

Em Portugal, a primeira referência cultural foi a *Gazeta Literária* ou *Notícias Exatas dos Principais Escritos Modernos*, editada no Porto em 1761. Ao longo dos séculos XIX e XX foram várias as revistas

de Cultura e pensamento que se multiplicaram na sociedade portuguesa. Foi durante o período da ditadura que, ironicamente, cresceram tertúlias, cineclubes e movimentos literários difundidos em publicações como *O Tempo* e o *Modo* ou a *Vértice*. As páginas dos jornais foram, nesta altura, estruturas fundamentais para o “refúgio do combate político, com prosas lapidares assinadas por vultos da literatura portuguesa” (Carmo, T., 2006, p.6). A oferta existente centrava-se na revista *Flama* e no *Século Ilustrado*. Segundo Carmo (2006) e “em consequência do 25 de Abril de 1974, dá-se a explosão das manifestações culturais até aí reprimidas, naquilo que configurou o nascimento das indústrias culturais no país” (p.2). Nos anos 80 do século XX assistiu-se a “uma tendência de segmentação e especialização cada vez maiores” (Carmo, T., 2006, p.6) que fez com que começassem a aparecer os primeiros jornais e revistas dedicados apenas à cultura.

O *Se7e* e o *Blitz* eram nesta altura os dois únicos semanários dedicados à cultura e aos espetáculos. Mas não só. Os dois jornais emblemáticos foram responsáveis por criarem tendências e vanguardas premiadas anualmente nos *Se7es* de Ouro e nos Prémios *Blitz*. Do semanário *Se7e* chegava o primeiro cartaz com todas as informações detalhadas sobre o que estava acontecer a nível cultural em Portugal. Ficou conhecido como o “Roteiro” e “dava a uma camada jovem ávida de informação especializada linhas de leitura e acompanhamento da actualidade” (Carmo, T., 2006, pp.2-3). Por sua vez, o *Blitz* dedicava-se a acompanhar “a cena alternativa que ia nascendo” especialmente na área da música.

Para discutir o Jornalismo Cultural em Portugal, Arsénio Mota defende que foi a partir do 25 de abril que os temas relacionados com Cultura ganharam espaço nos meios de comunicação social:

Surgiu o chamado jornalismo cultural em ligação estreita com o desenvolvimento da indústria cultural, nestes últimos 12 anos. Encontravam mercado crescente os seus produtos e os *mass media*, arregaçavam as mangas, apropriaram-se dessa nova fatia de espaço público. A expansão da instituição escolar, concretizada no saldo educativo, e o ascenso das perspectivas de promoção social em mais amplas camadas populacionais ampliaram os auditórios em torno da televisão e da rádio, dos espetáculos (de cinema, teatro, música, etc) e das exposições, dos variados festivais, congressos e encontros, da edição e comércio de livros, discos, vídeos etc. (citado em Gadini, S., 2002, p.11)

3. Géneros jornalísticos na Cultura

O conceito de género terá nascido na Grécia Antiga com Platão quando, no livro II da República, criou uma divisão de poesia. Aristóteles prosseguiu com os estudos e foi o responsável pela “primeira reflexão aprofundada sobre a existência de géneros” (Seixas, L., 2009, p.17). Segundo a mesma

autora, tanto Platão como Aristóteles, são as principais referências “para qualquer classificação ou sistematização de géneros” (p.17). A opinião é corroborada pelo jornalista Felipe Pena:

A definição de géneros vem da Grécia Antiga, há quase três mil anos, com a classificação proposta por Platão, baseada nas relações entre literatura e realidade dividindo o discurso em mimético, expositivo ou misto. E foi nessa área que a teoria dos géneros adquiriu coerência, seja como agrupamento de obras por convenções estéticas ou como normatizadora das relações entre autor, obra e leitor. (citado em Ígor, L., 2010, p.72)

No Jornalismo, Pena defende que foi o editor inglês Samuel Buckeley, nos inícios do século XVIII, o primeiro a tentar classificar quando separou o conteúdo do jornal *Daily Courant* em *news* (notícias) e *comments* (comentários). Segundo Jorge Pedro Sousa (2001), os “géneros jornalísticos correspondem a determinados modelos de interpretação e apropriação da realidade através de linguagens” (p.231). Para Paula Cristina Lopes (s/d), no “jornalismo habitam várias formas discursivas. (...) Nos meios de comunicação social, os factos/acontecimentos são ‘enquadrados’ a partir de modelos funcionais-argumentativos da linguagem” (p.8). De forma sucinta, “os géneros jornalísticos ‘ordenam’ o material informativo, produzem discursos sociais mais ou menos diferenciados. Funcionam como categorias básicas intrinsecamente ligadas à expressão da mensagem jornalística, à sua forma e estrutura” (Lopes, P., C., s/d, p.8). Na opinião de Ígor Lopes (2010), os “géneros nada mais são do que meras classificações que rotulam o tipo de texto a ser escrito e o tamanho que ele pode ocupar” (p.69).

Relativamente ao Jornalismo Cultural, o jornalista Fábio Gomes apresenta dois géneros de texto: os informativos e opinativos. Os primeiros trabalham “sobre a matéria prima da informação cultural. Eles retratam os objetivos de um evento cultural (...) levam ao leitor muito do que ele não sabe em relação a esse mesmo evento” e o género opinativo “trabalha com vozes que se destacam no meio cultural, como artistas, críticos, ensaístas” (Gomes, F., citado em Lopes, I., 2010, p.71). Fernando Cascais partilha a mesma visão: “os géneros podem subdividir-se em informativos e opinativos, de acordo com o seu objectivo prioritário” (citado em Lopes, I., p.71). Do primeiro grupo faz parte a notícia, a reportagem e a entrevista. No segundo grupo está o editorial, o artigo de opinião, a crónica e a crítica. Os géneros enumerados abaixo foram os que, entre o período de setembro a novembro, se produziram em maioria para a editoria Cultura do Jornal de Notícias.

3.1. Breve

A secção de Cultura do *Jornal de Notícias* “reserva”, a maioria dos dias, um espaço da paginação para as breves. Tal como afirma Ígor Lopes (2010), é uma opção para os “jornais que têm pouco espaço para publicar uma notícia completa, mais aprofundada, ou para o assessor de imprensa que tem uma pequena informação para passar às redacções” (p.77).

A breve deve ser redigida tendo em conta as regras da pirâmide invertida, “o modelo mais conhecido e talvez ainda o mais comum de redacção de notícias, particularmente de notícias breves (...)” (Sousa, J., P., 2001, p. 317): começar por introduzir a informação mais importante e terminar com a menos relevante. “Geralmente composta de pouquíssimas linhas, a nota é escrita de maneira objetiva, com o intuito de informar sobre um show, lançamento ou qualquer outro movimento cultural” (Ramos, citado em Lopes, I., 2010, p.77). De acordo com Marques de Melo (2010) a breve “corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração” (p.86).

3.2. Notícia

A notícia “é tudo aquilo de novo que importa ser informado ao público” (Lopes, I., 2010, p. 73). É composta por um lead e, à semelhança da breve, deve seguir a lógica da pirâmide invertida: começar com a informação mais importante e terminar com a informação menos relevante. Quanto ao lead, deve responder às questões O quê?, Quem?, Como?, Quando?, Onde? e Porquê?. A notícia “trabalha sempre em cima de acontecimentos que chamam a atenção de um certo público” (p.73). Além disso é o “resultado de um trabalho de interpretação por parte de editores, jornalistas e gatekeepers, que elegem o que deve ser ou não noticiado” (p.75).

Resumindo, a notícia é “um pequeno enunciado reportativo, um discurso sobre um acontecimento recente (ou, pelo menos, de que só no presente se tenha conhecimento), vários acontecimentos ou desenvolvimentos de acontecimentos” (Sousa, J., 2001, p.231). Como género básico do jornalismo, é essencial que traga informação nova e de interesse geral.

3.3. Reportagem

Thaís Jorge (2008) esclarece a etimologia da palavra reportagem:

Reportar vem do inglês, via francês. To report (em inglês significa reportar= narrar, contar. Daí teria surgido o termo reportage (francês)= reportagem. É entendido com o resultado de busca de informação, cobertura, atividade de coleta de informações, trabalho de preparar e redigir a informação. Conjunto de

jornalistas encarregado do setor informativo do jornal: a reportagem ou o reportariado. Produto específico resultante do trabalho de reportar determinados fatos, com a pretensão de aprofundar o assunto e provocar o debate. (citado em Lopes, I. 2010, pp. 79-80)

A reportagem é vista como o género nobre, o género jornalístico por excelência e é fundamental que conte uma história ao leitor. Citando João Pedro Sousa (2001), “o principal objectivo de uma reportagem é informar com profundidade e exaustividade, contando uma história. No meio jornalístico ouve-se frequentemente a expressão ‘uma reportagem é uma notícia vista à lupa’. Mas, neste género, procura-se ainda que o leitor ‘viva’ o acontecimento” (p.259).

Realizar uma reportagem implica ação: um jornalista está “em serviço de reportagem quando ele se encontra no exterior do jornal a cobrir determinados acontecimentos” (Sousa, J., P., 2001, p.260). O mesmo autor sublinha que “o acontecimento deve ser o coração da reportagem, o foco da reportagem, mas é usual notar-se a intervenção do jornalista sobre o discurso” (pp.259-260). Segundo Piza (2003), “o repórter cultural apenas tem a ganhar se possui, além de domínio do assunto e criatividade na abordagem, persistência na apuração e imparcialidade no relato. (...) Seu objetivo central (Reportagem) é levar uma novidade ao leitor”.

3.4. Crítica

Descrita como um dos géneros mais apreciados do Jornalismo Cultural, a crítica “é considerada uma vertente nobre do jornalismo sobre as artes” (Lopes, I., 2010, p.97) e tem como função fazer chegar ao público uma análise fundamentada sobre um produto ou evento cultural. Para o jornalista Daniel Piza é essencial que um “bom texto crítico” apresente as características “de um bom texto jornalístico como a clareza, coerência e agilidade” (p.98). Além disso, é fundamental que o texto respeite outros parâmetros:

(...) informar ao leitor o que é a obra ou o tema em debate, resumindo a sua história, as suas linhas gerais, quem é o autor, etc. (...). O texto deve analisar a obra de modo sintético, mas sutil, esclarecendo o peso relativo de qualidades e defeitos, evitando o tom de balanço contábil ou a mera atribuição de adjetivos. Mas há um quarto requisito, mais comum nos grandes críticos, que é a capacidade de ir além do objeto analisado, de usá-lo para uma leitura de algum aspecto da realidade, de ser ele mesmo, o crítico, um autor, um intérprete do mundo. (Piza, citado em Lopes, I., 2010, pp.98-99)

Jannes Leenhardt sustenta que a crítica é uma combinação de três elementos: a pessoa do crítico, a particularidade dos objetos culturais com sua autonomia e o público potencial da obra. Este género jornalístico “(...) através do olhar de seu autor, exerce um papel de mediação entre a obra de arte e o público, ou seja, é através dela que muitas pessoas têm o primeiro contato com determinados produtos culturais ou mesmo com certos artistas” (citado em Cardoso, E., 2007, p.303).

3.5. Entrevista

Em “Elementos do Jornalismo”, Jorge Pedro Sousa (2001) afirma que a entrevista “enquanto género jornalístico, corresponde à transposição das perguntas e respostas feitas durante a entrevista, enquanto técnica de obtenção de informações, para um determinado modelo de enunciação” (p.235). No entanto, só podemos considerá-la como “género jornalístico autónomo quando é apresentada isoladamente ou como parte importante de uma peça jornalística” (p.235). A verdade é que o jornalista nem sempre usa este género jornalístico para divulgar as informações que recebeu quando contacta presencialmente com as fontes e é bastante comum encontrarmos elementos de entrevista em notícias ou reportagens.

Sousa declara que a maioria das entrevistas serve “para revelar a personalidade de um actor social ou para dar a conhecer o seu ponto de vista sobre uma realidade” (p.236) e que a entrevista, enquanto género, “corresponde à transposição das perguntas e respostas feitas durante a entrevista, enquanto técnica de obtenção de informações, para um determinado modelo de enunciação (p. 235). O mesmo autor sublinha a importância das entrevistas presenciais e assevera que tanto entrevistas por telemóvel como por *email* só devem ser aceites quando a distância ou a falta de tempo assim o justificarem (p.238).

Para a realização de uma entrevista, é fundamental que o jornalista se prepare antecipadamente. É importante que o profissional em causa faça uma pesquisa intensa sobre o entrevistado, o tema a abordar e que defina aquilo que quer saber/perguntar. O jornalista deve “saber conquistar a confiança do entrevistado, ser simpático (por exemplo, tecendo um comentário elogioso para com o entrevistado) e saber escutar. A verdade é que “um bom entrevistador consegue levar o entrevistado a sentir-se importante e a ter a noção de que as suas informações são cruciais” (Sousa, J., P., 2001, p.238).

4. Teorias de Agendamento

A ideia de que os média influenciam a opinião pública remonta ao estudo do colunista Walter Lippman (1922). No seu livro *Public Opinion* afirmava que as pessoas não reagem de forma direta aos factos do mundo real, mas sim de acordo com uma determinada interpretação do mesmo. Nessa altura, Lippman já admitia a possibilidade de relação de influências entre a agenda mediática e a agenda pública. “O autor reconhece a importância da padronização de rotinas e práticas para produção da notícia, mas sublinha a insuficiência destas para garantir a cobertura dos múltiplos fatos sócio históricos, engendrados nas sociedades complexas” (Carvalho, C., 2016, pp.19-20). Tal como afirma Bourdieu (1997), o campo jornalístico é um campo de forças que se confrontam e geram tensão. “O autor refere-se ao campo do jornalismo como um espaço de produção e reprodução da realidade social, sujeito a estrangimentos económicos, de tempo e de espaço” (Araújo, R., 2012, p.17). Além disso, está “dependente das forças externas e exerce influência sobre a realidade social – é estruturado por campos exteriores e estruturante de outros campos sociais” (p.17).

Entretanto foram vários os estudos que cresceram sobre as teorias do agendamento para tentar responder quem é, afinal, responsável por determinar a agenda jornalística. Um dos primeiros modelos que estudou a possibilidade dos média determinarem a agenda do público ficou conhecido como *agenda setting*. A hipótese defende o seguinte:

(...) em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (Shaw, citado em Wolf, M., 1995, p.130)

A hipótese foi formulada no final dos anos 60 pelas mãos dos professores norte-americanos Maxwell McCombs e Donald Shaw, quando divulgaram os resultados de um estudo realizado em 1968. O objetivo? Procurar que tipo de efeitos os meios de comunicação de massa provocam no público. Anos antes, esta hipótese de uma possível relação causal entre a agenda mediática e a agenda pública tinha sido avançada por Walter Lippmann ao argumentar que os “*mass média* são a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens desses acontecimentos em nossa mente. Sem usar a expressão *agenda-setting*, Lippmann escreveu acerca daquilo que hoje chamamos de processo de

agenda-setting da agenda pública” (Traquina, N., 2001, p.18). Quarenta anos depois, o conceito de agendamento foi avançado por Cohen:

A imprensa pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre o que pensar. O mundo parece diferente a pessoas diferentes, dependendo do mapa que lhes é desenhado pelos redatores, editores e diretores do jornal que lêem. (Cohen, citado em Traquina, 2001, p. 19)

Mas, afinal, como é que os média influenciam a agenda e opinião pública? Os meios de comunicação têm o poder de estabilizar opiniões e fontes dominantes, “contribuindo para a construção social da realidade. Como? Os autores apontam a tematização, categorização e hierarquização: “os *mídia* dizem o que ou em quem pensar; como pensar; e atribuem valor aos factos e às fontes, estabelecendo uma hierarquia” (Araújo, R., 2012, p.19). A ideia principal de Cohen foi sofrendo alterações à medida que nasciam outras pesquisas sobre o tema. Iyengar, Peters e Kinder (1982/1991) concluem que “os espectadores expostos às notícias dedicadas a um problema em particular ficam mais convencidos da sua importância. Os programas das redes noticiosas parecem possuir uma poderosa capacidade de moldar a agenda pública” (Traquina, citado em Negrão, J., 2005, p. 75).

O agendamento é consideravelmente mais que a clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias também nos dizem como pensar nisso. Tanto a seleção de objetos que despertam a atenção como a seleção de enquadramentos para pensar esses objetos são poderosos papéis de agendamento. [Assim] o clássico somatório de Bernard Cohen (1963) do agendamento – os *mídia* podem não nos dizer o que pensar, mas são incrivelmente bem sucedidos ao dizer-nos em que pensar – foi virado pelo avesso. Novas investigações, explorando as conseqüências do agendamento do enquadramento dos *mídia*, sugerem que os *mídia* não só nos dizem em que pensar, mas também como pensar nisso, e conseqüentemente o que pensar. (Traquina, citado em Negrão, J., 2005, p. 75)

A relação intrínseca entre este tipo de agendamento e a construção do acontecimento é chamada de tematização, termo que “exprime transformação e o desenvolvimento de um certo número de acontecimentos e factos distintos, num único âmbito de relevância, que é precisamente tematizado” (Wolf, M., 1995, p. 163). “Tematizar um problema significa, de facto, colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe o relevo adequado, salientar a sua centralidade e o seu significado em relação ao fluxo normal da informação não-tematizada” (Wolf, M., 1995, p. 163).

Há certos temas que provêm de condições que atingem directamente quase todos da mesma maneira [...]. Um tipo diferente de temas relaciona-se com as situações cujos efeitos são

experimentados selectivamente [...]. Por fim, existem os temas cujos efeitos são geralmente bastante longínquos de quase todos [...]. Estas três categorias possuem limiares de perceptibilidade bastante diferentes e o carácter da influência exercida pelos mass media varia proporcionalmente. (Lang, citado em Wolf, M., 1995, p. 163)

A tematização tem como função “seleccionar posteriormente [...] os grandes temas sobre os quais há que concentrar a atenção do público e mobilizá-la para a tomada de decisões. Importa ressaltar que os temas não são todos igualmente importantes:

Nem todos os temas ou acontecimentos são susceptíveis de tematização: são-no apenas aqueles que revelam uma importância político-social. Por isso, os mass media tematizam dentro de limites que esses temas e esses acontecimentos não definem, num território que não delimitam, que apenas reconhecem e alqueivam. (Wolf, M., 1995, p.164)

Enquanto efeito de *agenda setting*, a tematização acaba por tornar-se uma opção limitada pela selecção dos assuntos que podem ser tematizados, uma vez que, habitualmente, é “possível pensar-se num efeito de *agenda-setting* a propósito de qualquer série de assuntos, contanto que seja extensivamente coberta pelos *mass media*, a tematização (com conseqüente *agenda-setting*) só deveria ser possível em domínios já providos de uma relevância «institucional» própria”. A tematização é um desenvolvimento que o *agenda setting* “se prepara para explorar, isto é, o problema de como nasce um tema dentro dos mecanismos complexos da informação de massa, de quais são as suas forças, os processos e as condições que limitam ou realçam a sua evidência social” (Wolf, M., 1995, p.164).

No entanto, esta teoria pode não ser suficiente para explicar como é que existem assuntos ou fontes de informação que entram na agenda mediática e outros não. Há um outro processo que ajuda a perceber que outras variáveis podem influenciar no processo de construção da notícia. É o caso do *agenda building* “que estuda as razões pelas quais alguns assuntos ou fontes são introduzidas na agenda mediática e outros não”. Estas duas teorias, apesar de serem diferentes, não deixam de ser complementares. Enquanto o processo de *agenda building* se relaciona com a formação de uma agenda mediática, o processo de *agenda setting* “tem que ver com a formação de uma agenda pública, ou seja a forma como os *media* dão atenção a determinados assuntos influencia a importância percebida pelo público desses assuntos” (Araújo, R. & Lopes, F., 2014b, p.750). Matthew Nisbet descreve o *agenda building* como o “processo através do qual organizações mediáticas e jornalistas apresentam, enfatizam, e/ou seleccionam determinados eventos, assuntos ou fontes para cobrir, em detrimento de outros”.

Como já referido, são muitos os fatores que podem influenciar durante o processo de construção da notícia. A título de exemplo, e citando Rita Araújo e Felisbela Lopes, a “crescente organização e profissionalização das fontes de informação” faz com que estas “tenham um papel cada vez mais ativo na produção das notícias” (Araújo, R. & Lopes, F., 2014b, p. 749). Também Neveu afirma que “as fontes organizadas têm grande poder na marcação da agenda mediática. (...) dispõem de um conhecimento preciso dos métodos de trabalho dos jornalistas, que lhes permite antecipar as suas limitações e expectativas (citado em Araújo, R. & Lopes, F., 2014b, p.749-50). Na mesma linha de pensamento, Berkowitz atesta que as fontes se podem afirmar como “partes dominantes na construção da agenda mediática, ao adaptar a informação que possuem às necessidades dos media (citado em Araújo, R. & Lopes, F., 2014b, p.750), motivo que pode sustentar a força exercida pelas atividades de relações públicas para influenciar a agenda mediática.

A diferença entre estes dois tipos de agendamento é ainda um pouco controversa. Alguns autores tentam aligeirar a distinção, como Berkowitz (1992), que introduziu termos como “*policy agenda setting*” e “*policy agenda building*” explicando que o primeiro se refere a estudos que investiguem apenas a ligação *media* - políticos e o segundo para quando, num estudo, o foco não é apenas a agenda política mas também questões abrangentes onde os *mass media* não passam de um indicador do sentimento público. Dearing e Rogers (1996) apresentam uma definição distinta e dizem que *agenda building* “inclui os estudos que oferecem uma explicação do porquê de informação sobre certos assuntos, e não outros, estar disponível ao público numa democracia” (p.2) enquanto os estudos em *agenda setting* ou são “estudos de hierarquia transversal sobre a agenda pública num determinado espaço de tempo” ou “estudos longitudinais, em que se investiga a subida e queda de um ou alguns assuntos ao longo de um espaço de tempo” (pp.41–42). No geral, *agenda setting* aplica-se apenas aos efeitos da agenda mediática, na sociedade e na agenda política e *agenda building* implica uma relação mais complexa de influência recíproca entre os referidos elementos, em que estes influenciam também a própria política pública.

No fundo, é possível concluir que os “enquadramentos dados pelos *media* determinam aquilo que vemos e a forma como vemos, seleccionando certos aspectos da realidade ou salientando-os” (Araújo, R., 2012, p.19).

Parte III – Estudo empírico: A Cultura do *Jornal de Notícias*

“Sabemos todos o mesmo. Vemos todos o mesmo. Essa uniformidade pode ser claustrofóbica. O jornalismo cultural pode fazer a diferença, deve mostrar-nos a diferença.”

(Câmara, V., citado em Lopes, I., 2010, p.59)

1. Pergunta de partida

Foi durante o estágio no JN, assim como ao longo dos anos de licenciatura e mestrado, que pude ir refletindo sobre o panorama do Jornalismo Cultural em Portugal. Sobretudo durante a experiência enquanto estagiária no *Jornal de Notícias* fui-me apercebendo, por diversas vezes, da forma como esta editoria é “empurrada” para o fim do jornal, como é inesperadamente assoberbada pela publicidade ficando ainda com menos espaço para publicações ou sobre a dificuldade em que, por vezes, é fugir dos temas previamente calendarizados. Há tantas histórias para contar mas ainda prevalece ou se está muito dependente do conteúdo enviado por assessorias, agências de comunicação ou de temáticas “impostas” por agendas ou indústrias culturais. Acresce ainda a crise económica que o meio de comunicação enfrenta e que obriga a cortes: há cada vez menos profissionais a trabalhar nesta área, parece haver cada vez menos espaço para a investigação e para a crítica, limitando este jornalismo à mera informação e divulgação dos factos.

Já pudemos perceber no enquadramento teórico do presente trabalho que nem todos os temas são possíveis de serem tematizados e que, naturalmente, há uns que atraem mais o olhar do leitor do que outros. Quais serão as temáticas mais lidas pelo público do JN? Há tentativas para introduzir novos horizontes no público? Já foi também discutido a força que as agências e as indústrias culturais exercem sobretudo nesta editoria. Terá o *Jornal de Notícias* uma agenda “própria”? Será que o meio de comunicação social tem uma preocupação por não se deixar “render” a estas forças? Para Tognolli, “no mundo dos bens culturais, poucos jornalistas ainda se arriscam em buscar algo novo fora do mundo mainstream das assessorias, que vendem lixo cultural como caricaturas de arte superior” (citado em Lopes, I., 2010, p.55). Importante também será entender qual a relevância dada à Cultura. Terá destaque na capa? Será muitas vezes chamada para fazer Primeiro Plano do jornal? Colocadas todas estas questões, afigura-se relevante apresentar a pergunta de partida do relatório e tentar encontrar algumas respostas para a mesma: De que modo o *Jornal de Notícias* mediatiza a Cultura?

Estabelecida a pergunta de partida, segue-se a definição dos objetivos e da metodologia que funcionarão como suporte ao estudo empírico.

2. Objetivos

Além da pergunta de partida, foram também definidos objetivos para este estudo:

- ✓ Saber se a Cultura do *Jornal de Notícias* está subordinada à agenda de eventos e às indústrias culturais.
- ✓ Perceber até que ponto o jornal vai além da agenda que está previamente calendarizada.
- ✓ Apurar o que pode fazer o órgão de comunicação social para contrariar a agenda.
- ✓ Compreender quais são os temas que dominam as páginas culturais do Jornal de Notícias, assim como quais são os assuntos mais frequentemente pautados pelo jornal.
- ✓ Entender que espaço é dado a esta editoria e avaliar se é minorizada em relação às restantes.
- ✓ Saber quantas vezes é que Cultura foi chamada à capa do jornal.
- ✓ Apurar quantas vezes foi Primeiro Plano do jornal.
- ✓ Analisar, em relação à geografia dos acontecimentos, quais as regiões que são mais noticiadas e avaliar o porquê.
- ✓ Verificar se estamos presente uma informação saturada numa região em particular ou se está distribuída equitativamente pelo território nacional.

3. Metodologia

Para conseguir responder à pergunta de partida, assim como aos objetivos propostos neste relatório, optei, num primeiro momento, por uma análise de conteúdo quantitativa dos dados. Tal como afirma Bill Gillham (2000), a análise de conteúdo funciona como um “método quantitativo para analisar o conteúdo de jornais” (p. 68). Uma vez que o grande objeto de estudo recai sobre a análise do conteúdo noticioso das aberturas de secção de Cultura, pareceu-me que este processo seria a melhor escolha:

Com este método, ao invés de entrevistar o leitor sobre os seus hábitos de leitura, utiliza-se o processo inverso, ou seja, analisar aquilo que é oferecido ao leitor, assumindo que aquilo que o leitor lê no jornal da sua escolha reflete as suas atitudes e valores em relação ao facto noticiado (...) Outra vantagem deste tipo de pesquisa é o facto de trabalhar com valores essencialmente quantificáveis, definidos por categorias estabelecidas e comprovadas em estudos similares. Desta forma, a coleta de dados é baseada na mensuração de textos e as conclusões expressas em forma numérica, o que facilita o cruzamento de informações e a elaboração de tabelas e gráficos explicativos, além de permitir com facilidade a reavaliação e comprovação de todo o projeto ou parte dele. (Melo, M., citado em Sousa, J., P., 2006, p. 663)

A investigação foi, desta forma, dividida em quatro categorias de análise: temas, geografia do acontecimento, chamada à capa e Primeiro Plano. Em primeiro lugar foram recolhidos os temas de todas as aberturas de secção da editoria Cultura, do ano de 2019, excluindo os meses de julho e agosto, assim como fins de semana. As categorias temáticas para esta variável foram as seguintes: Música, Cinema, Literatura, Dança, Teatro, Vários, Televisão, Museu, Arquitetura, Artes plásticas, Programação, Património, Pintura, Língua, Circo, Exposição, Design, Séries, Tecnologia, Galerias de arte, Concurso, Centro de arte, Protocolo artístico, Festa, Média, Restauro, Arte pública, Monumento, Política, Cineconcertos, Associativismo, Protesto e Seguros.

O segundo momento passou por recolher a geografia do acontecimento de cada uma das aberturas consoante a seguinte divisão:

- ✓ Nacional:
 - Norte
 - Centro
 - Grande Lisboa
 - Alentejo

- Algarve
- Ilhas
- ✓ Nacional global
- ✓ Internacional:
 - Europa
 - América
 - África
 - Ásia
 - Oceânia
- ✓ Internacional global

A terceira variável diz respeito ao número de vezes em que a Cultura foi chamada à capa. Por último, analisa-se o número de vezes em que foi Primeiro Plano do *Jornal de Notícias* durante os dez meses de estudo.

Deste modo, estamos perante uma análise total às 216 primeiras páginas de Cultura para tentar perceber de que modo, afinal, o JN mediatiza esta editoria. Depois de recolhidos, estes dados foram analisados e colocados em gráficos para uma visualização quantitativa dos resultados.

Apesar de neste trabalho predominar uma análise quantitativa dos dados, também foi utilizada uma análise de conteúdo qualitativa. Assim, outra das ferramentas utilizada foi a entrevista exploratória, de forma a melhor sustentar os resultados obtidos após a análise quantitativa dos dados. Na perspetiva de Quivy & Campenhout (1998), as “entrevistas exploratórias devem ajudar a constituir a problemática de investigação”, a “descobrir os aspectos a ter em conta”, assim como se constituem úteis para “alargar ou rectificar o campo de investigação” (p.69). A função principal deste tipo de entrevistas passa por “revelar determinados aspectos do fenómeno estudado em que o investigador não teria espontaneamente pensado por si mesmo e, assim, completar as pistas de trabalho sugeridas pelas suas leituras” (1998, p.69).

A entrevista presencial realizada para o efeito foi com a jornalista e editora-adjunta de Cultura do *Jornal de Notícias*, Helena Teixeira da Silva. A escolha recaiu nesta jornalista por considerar ser uma profissional com contributo pertinente para dar à análise da matéria em estudo. Desta forma, o método que me pareceu mais indicado foi a entrevista semidiretiva por “não ser inteiramente aberta nem encaminhada por um grande número de perguntas precisas” (Quivy, R. & Campenhout, L. 1998,

p.192). Neste tipo de entrevistas, é comum que o investigador siga uma série de perguntas-guia, onde deve deixar o entrevistado falar abertamente (Quivy, R. & Campenhout, L., 1998). As perguntas realizadas centraram-se essencialmente no panorama do Jornalismo Cultural do *Jornal de Notícias*, os constrangimentos associados à produção deste tipo de conteúdos e o que está nas mãos dos profissionais para se começarem a fazer sentir mudanças significativas nesta editoria. Antes de passar à exposição e sustentação dos resultados, é importante referir que todas as conclusões retiradas com o presente estudo não devem ser generalizadas, uma vez que baseei-me única e exclusivamente na análise à Cultura do *Jornal de Notícias*.

4. Leitura e interpretação de resultados

Apresentadas as ferramentas metodológicas para alcançar o propósito final deste estudo – o de compreender como é que o *Jornal de Notícias* mediatiza a Cultura – seguem-se, nas próximas páginas, os resultados conseguidos a partir das técnicas de recolhas selecionadas, assim como as opiniões retiradas da entrevista exploratória¹⁵ realizada a 3 de novembro de 2020, com a editora adjunta da Cultura do *Jornal de Notícias*, Helena Teixeira da Silva.

4.1. Temas

O primeiro ponto da análise passou pela recolha dos temas escolhidos para as aberturas de secção durante o ano de 2019. O objetivo é perceber quais são os temas que ocupam mais espaço nas aberturas da secção e verificar se existe concentração dos mesmos assuntos ou se há diversidade temática por parte do jornal.

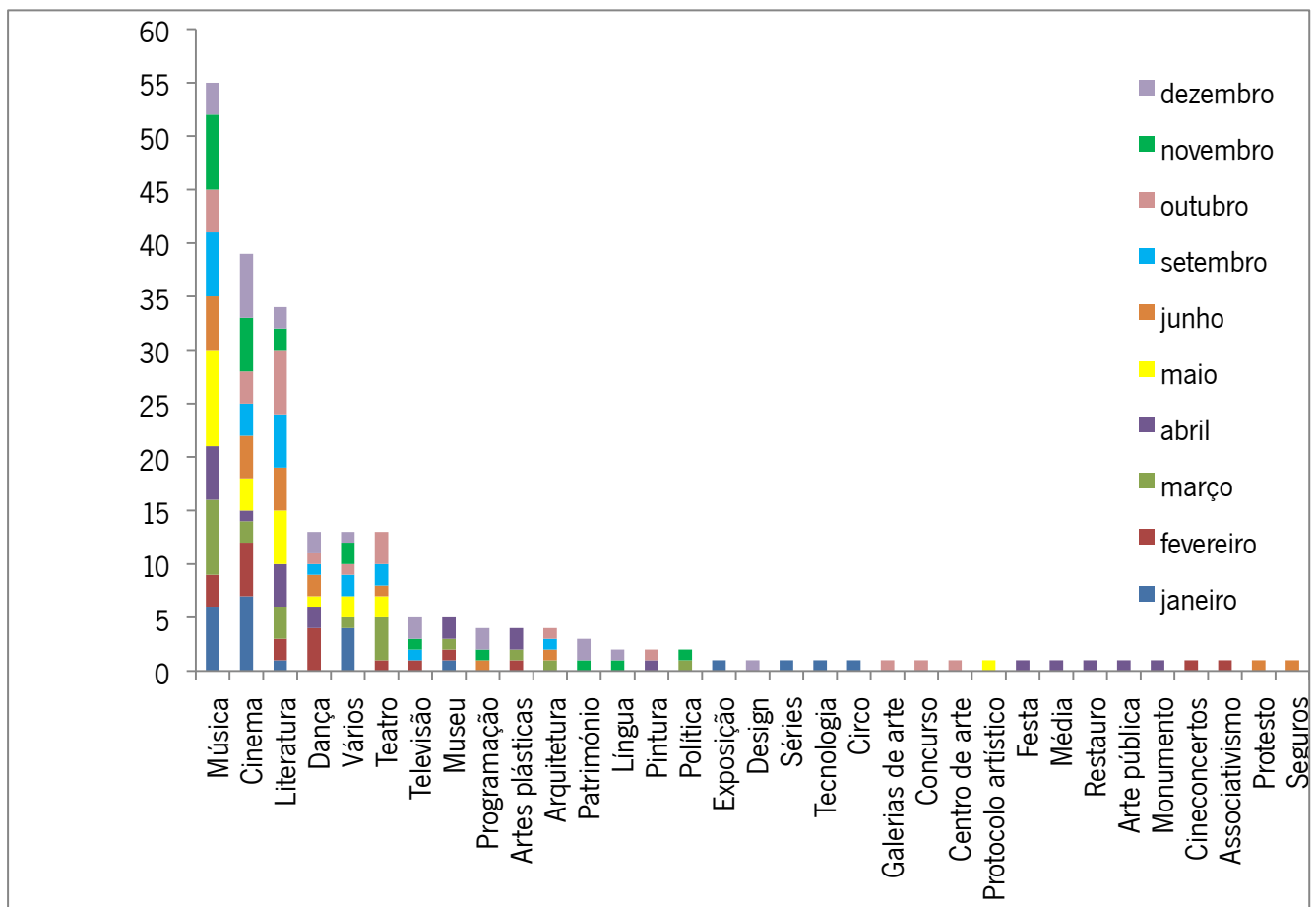


Figura 1: Definição temática para os dez meses de estudo

¹⁵ Ver apêndice I

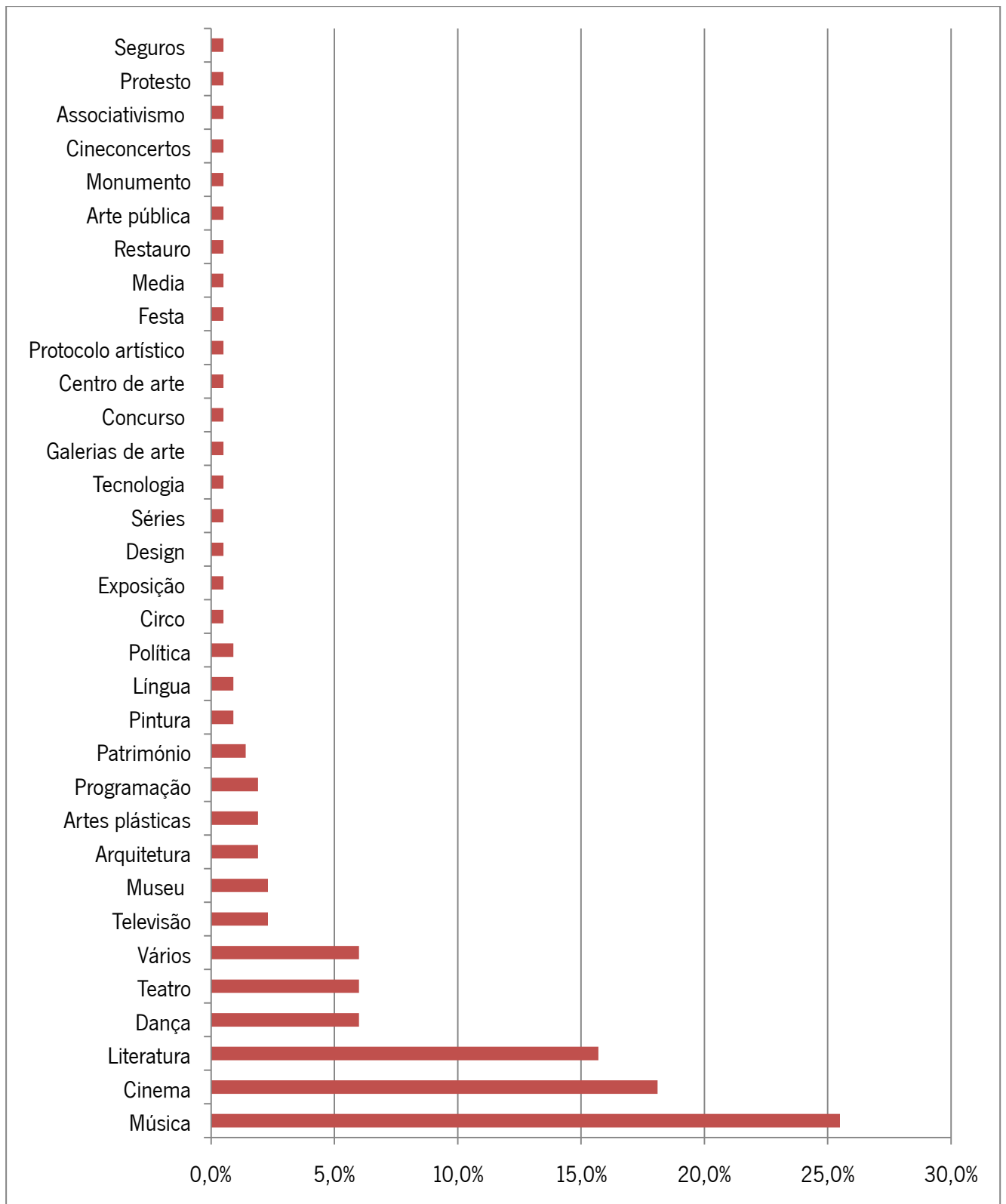


Figura 2: Os temas (em %) durante os dez meses analisados

Depois de analisados os temas de todas as aberturas da secção de Cultura do ano de 2019, rapidamente se percebe que há uma concentração dos temas Música, Cinema e Literatura (com 55, 39 e 34 dias, respetivamente). É possível concluir que estes três temas, durante os 216 dias analisados, são abertura de secção 128 vezes (o que corresponde a mais de metade do total de dados recolhidos). Logo de seguida, e embora já não seja tão significativo, seguem-se os temas Dança, Teatro e Vários, todos eles com 13 dias. Os restantes temas foram apenas abertura de secção duas, três, quatro ou cinco vezes – caso dos temas Pintura, Política, Língua, Património, Programação, Artes plásticas, Arquitetura, Museu e Televisão - ou apenas uma vez. Neste último caso contam-se 18 temas: Circo, Exposição, Design, Séries, Tecnologia, Galerias de arte, Concurso, Centro de arte, Protocolo artístico, Festa, Media, Restauro, Arte pública, Monumento, Cineconcertos, Associativismo, Protesto e Seguros. Uma vez que cada um destes 18 temas só foi usado uma vez, não chegam a ser “relevantes”. Apesar de mostrar diversidade temática por parte do jornal não é significativa, uma vez que existe uma concentração das aberturas de secção sobre os mesmos temas. Finalizada esta recolha de dados, o segundo ponto da análise passou pela identificação da geografia dos acontecimentos.

4.2. Geografia dos acontecimentos

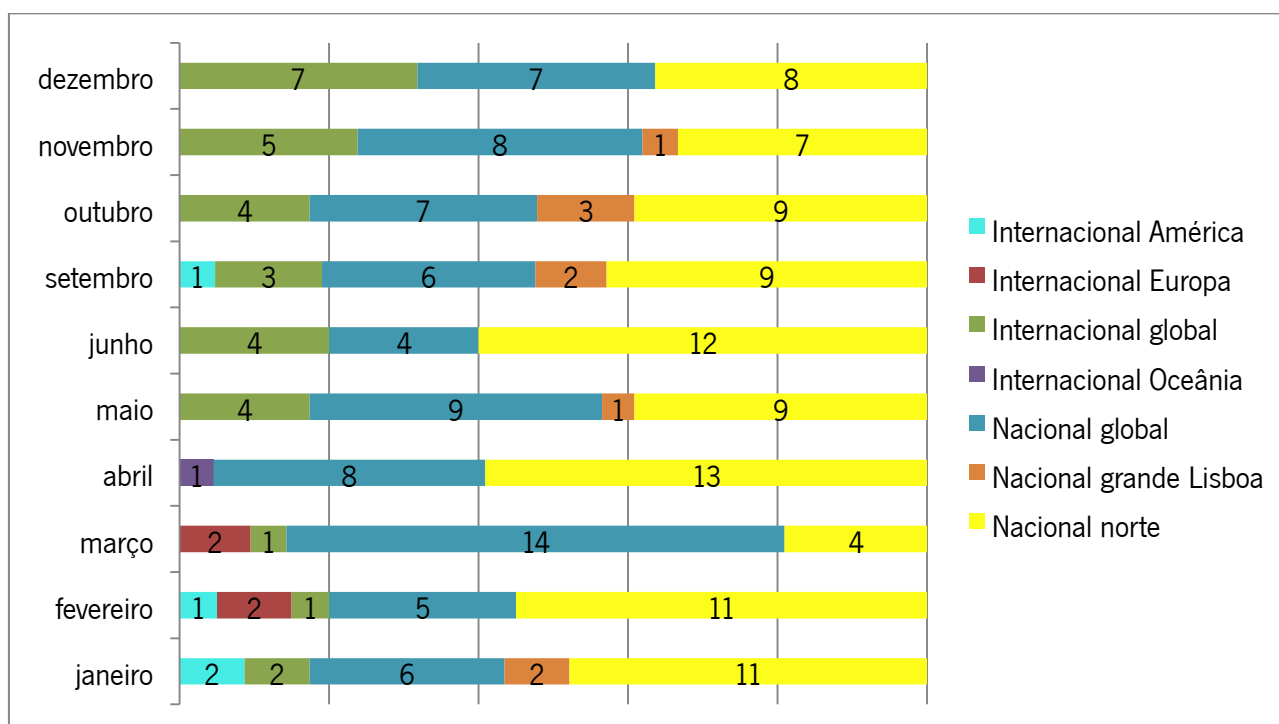


Figura 3: Distribuição geográfica dos acontecimentos

Geografia dos acontecimentos	Total	Valores em percentagem
Nacional norte	93	43,1%
Nacional global	74	34,3%
Internacional global	31	14,4%
Nacional grande Lisboa	9	4,2%
Internacional Europa	4	1,9%
Internacional América	4	1,9%
Internacional Oceânia	1	0,5%

Tabela 1: Total e percentagem para a geografia dos acontecimentos

Antes de proceder ao desenvolvimento dos resultados obtidos, assume-se pertinente explicar que da categoria Nacional global ou Internacional global fazem parte os artigos que dizem respeito a vários países/cidades ou, quando não referido nenhuma geografia em concreto, por se tratar de um lançamento de um filme, livro, disco, entrevista, etc., a nível nacional ou internacional.

Da análise quantitativa às 216 primeiras páginas da editoria, é possível verificar uma concentração de grande parte dos artigos no norte do país (43,1%), o que não mostra uma informação distribuída equitativamente pelo território nacional. Dos 216 dias analisados, 93 pertencem à categoria Nacional norte. A segunda maior percentagem está no Nacional global com 34,3%, o que corresponde a 74 artigos, e a terceira (14,4%), surpreendentemente, no Internacional global, com 31 artigos. Com menor percentagem encontramos a grande Lisboa - apenas com 4,2% - equivalente a nove artigos, a Internacional Europa e América (ambos com 1,9%), o que corresponde a quatro artigos para cada um destes dois continentes e, por fim, a Internacional Oceânia (0,5%), só com um artigo. De sublinhar que não houve artigos classificados como Nacional centro, Alentejo, Algarve e Ilhas – o que comprova uma vez mais a saturação de artigos com a mesma geografia. Os presentes resultados revelam a pouca diversidade geográfica por parte do órgão de comunicação social. A menor aposta que é dada à Cultura em várias regiões do país também pode explicar que algumas das categorias de análise não tenham sido utilizadas ou tenham aparecido em menor número. Internacionalmente, o continente africano e asiático também não foram mencionados. Passamos agora para o terceiro eixo de análise: a observação de quantas vezes é que Cultura foi chamada à capa do jornal.

4.3. Chamadas à capa

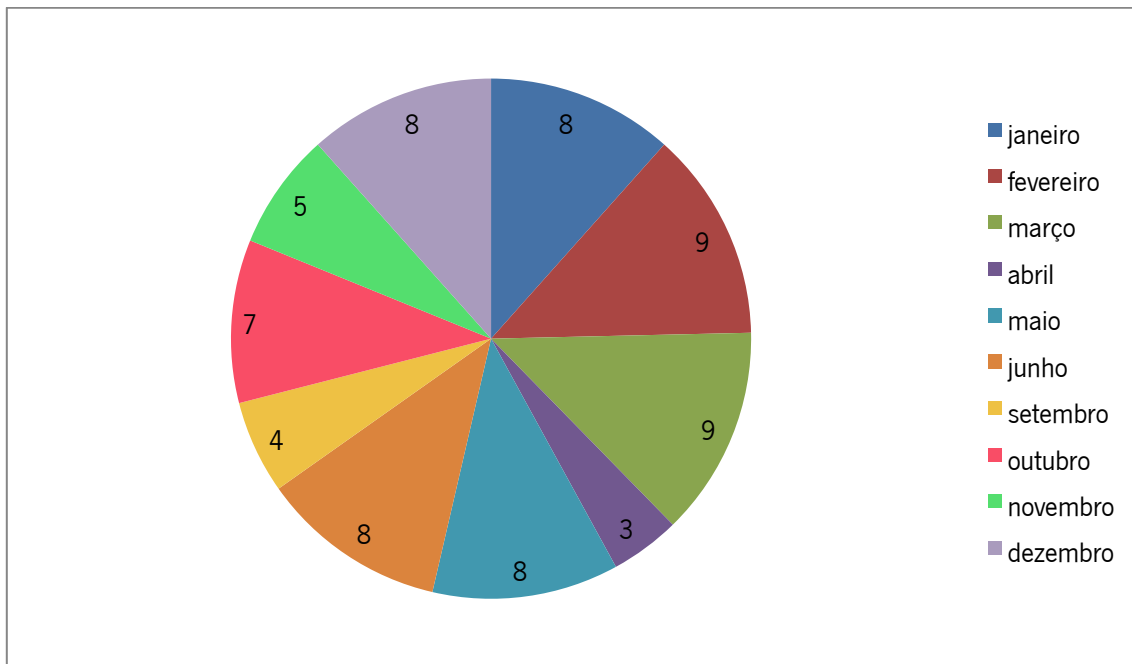


Figura 4: Total de chamadas à capa

No que concerne às chamadas de capas, fevereiro e março (9) foram os meses em que Cultura foi mais vezes chamada à capa do jornal. Seguem-se os meses de janeiro, maio, junho e dezembro, todos eles com oito dias. Outubro com um total de sete dias, novembro com cinco, setembro com apenas quatro e, por fim, abril só com três dias. Estes dados demonstram que é dado pouco destaque em termos de capa à editoria Cultura. Num total de 216 analisados, apenas 69 tiveram lugar na capa, o que nem corresponde a metade dos dados estudados. Por último, foi examinado o número de vezes que a editoria supracitada foi escolhida para dar vida ao Primeiro Plano do jornal.

4.4. Primeiro Plano

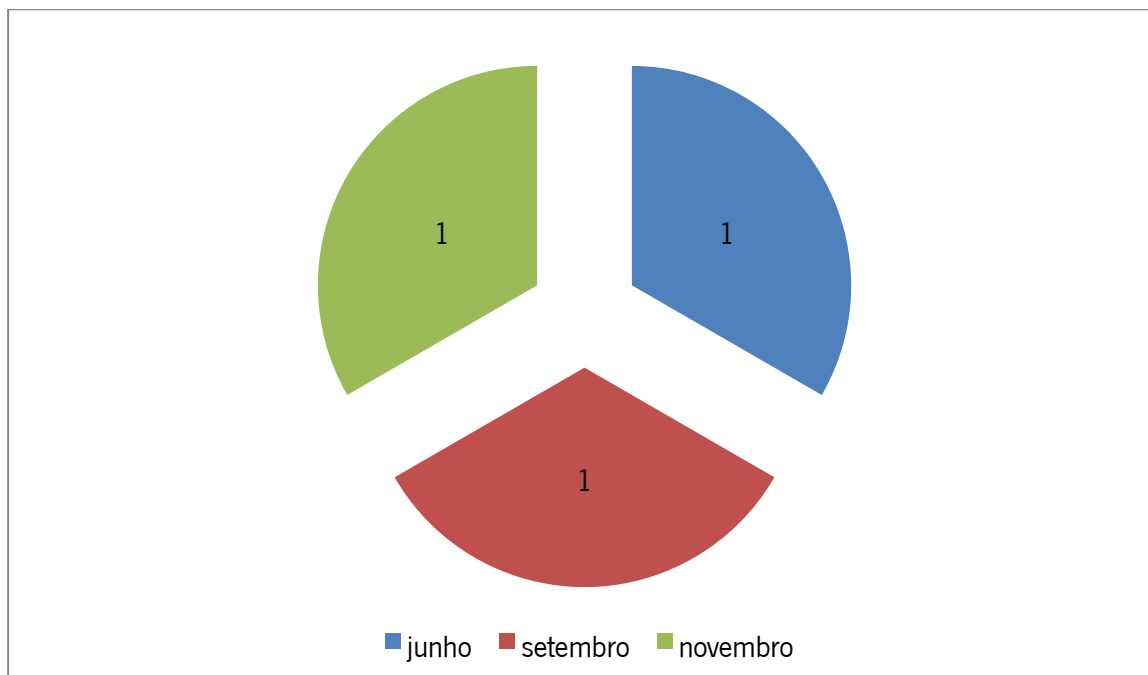


Figura 5: Total de Primeiros Planos

Como é possível observar no gráfico acima, houve apenas três meses em que Cultura foi o Primeiro Plano do jornal e só com um dia, cada um dos meses. Os artigos que preencheram as páginas destes primeiros planos foram “Augustina não desaparecerá. Há muito que era imortal. E ela sabia-o” - a 4 de junho - sobre o óbito da escritora portuguesa Augustina Bessa-Luís; “Festivais rendem 91 milhões em 8 meses a patrocinadores”, acerca do lucro obtido com os festivais de música - a 9 de setembro - e “O que a gente faz é uma gota no grande caminho da Humanidade” - a 20 de novembro - a propósito do falecimento de José Mário Branco, um dos maiores nomes da música portuguesa. Mais uma vez, os resultados são prova da fraca aposta que o jornal faz desta editoria.

4.5. O que revelam os dados?

Depois da análise quantitativa dos dados, fica-se com uma ideia mais clara sobre a forma como o JN mediatiza a Cultura e, portanto, é possível apresentar respostas para a pergunta de partida. Perante os resultados obtidos, torna-se imperativo, num primeiro momento, ter que referir novamente a questão da agenda que parece moldar o Jornalismo Cultural do *Jornal de Notícias*. Na perspetiva de Sérgio Luis Gadini (2002), o agendamento possui “ (...) várias fontes, expressões e mesmo forças virtuais e inevitavelmente interessadas em jogo no cenário cultural”:

São momentos ou ocasiões em que se cria uma situação em que, por mais que existam, inevitavelmente, ‘resistências’ estéticas, intelectuais, críticas, ideológicas ou políticas – para ficar no exemplo de um filme como boa estratégia de marketing – não haveria como simplesmente ‘ignorar’ tal lançamento e não informar, agendar, discutir ou criticar esse mesmo produto. (p. 21)

Se recuarmos até 2002, o mesmo autor realçava que, depois da música, o cinema era o segundo setor mais tematizado, “talvez porque a sétima arte – pela própria força de consumo, expressão e mercado – ainda seja de fato o setor que mais visibilidade e espaço conquista ou encontra nas páginas culturais dos diários portugueses (...)” (p.23). Afigura-se, então, possível verificar que a tendência continua a ser corroborada 17 anos depois, quando ao analisar os temas é precisamente a música (com 55 dias) e o cinema (com 39 dias) que se destacam com o maior número, seguido da literatura (com 34 dias). Deste modo, é urgente que a força exercida por agências de notícias e por indústrias culturais comece a ser contrariada. Questionada sobre esta grande pressão, a jornalista Helena Teixeira da Silva também considera que esta “é uma tendência em crescendo”:

Quanto mais crescem as agências de comunicação, quanto mais os artistas, os concertos, os teatros, as instituições culturais estão profissionalizadas mais te bombardeiam e mais vais ficando dispensado de pensar, podes ficar sentada e as coisas caem-te no colo e estás quase a responder às agências e não ao teu próprio critério. (Helena Teixeira da Silva, entrevistada a 3 de novembro de 2020)

Embora este meio de comunicação social aposte em trabalhos que não passam pela agenda, não são suficientes tanto em número, como no aprofundamento do mesmo e é por essa razão que a Cultura continua a ser marcada pela falta do imprevisto. Os espetáculos das várias áreas e até mesmo as exposições ou os lançamentos de livros estão previamente calendarizados o que faz com que, nesta secção, seja particularmente mais difícil fugir à agenda. Mas não é impossível. Os profissionais deviam ser os primeiros empenhados em procurar histórias de um outro ponto de vista, histórias que ainda ninguém contou, que permitam realçar as valências desta editoria. O jornal tem a responsabilidade de anunciar o que vai acontecer, mas deve pensar como o pode fazer para que chegue conteúdo mais desenvolvido até quem vai ler, mesmo que implique contrariar a necessidade que há atualmente de publicar tudo para “agora”. Enquanto profissional e editora adjunta desta secção, Helena Teixeira da Silva confessa que, quando começou a trabalhar nesta editoria, em 2000, era prática comum fazer-se muito *Follow up*, “até esgotar o assunto ou até ele ficar resolvido. Hoje, é um tiro e acabou, passas à próxima” (entrevistada a 3 de novembro de 2020).

Para Helena Teixeira da Silva, o “primeiro erro é não ter agenda própria” e que, caso o *Jornal de Notícias* optasse por uma, “não respondia tanto às coisas do dia. Como é uma secção muito pouco proativa, tu não investes nas histórias que estás a contar” (entrevistada a 3 de novembro de 2020). Gostaria de frisar que a agenda é importante em qualquer área jornalística, mas nenhuma secção deve ser organizada em torno da mesma. A este propósito, Dora Santos Silva (2009) cita Pizza que afirma:

(...) Lemos muito sobre discos, filmes, livros e outros produtos no momento da sua chegada ao mercado – e, cada vez mais, antes mesmo da sua chegada, havendo casos em que a obra é anunciada com largos meses de antecedência. No entanto, raramente lemos sobre esses produtos depois que eles tiveram uma “carreira”, pequena que seja, e assim deixamos de reflectir sobre o que significaram para o público de fato. (p.99)

Se refletirmos sobre os temas que mais cativam a atenção dos leitores pode explicar-se por serem temas que facilmente chegam ao público do JN, um jornal generalista e popular. A música, por exemplo, acaba por estar mais democratizada e “dentro da música, há música para todos os gostos e dificilmente não funciona”, explica Helena Teixeira da Silva. É mais fácil encontramos um leitor que se interesse por música do que qualquer outro tema que seja mais complexo e que exija mais conhecimentos. Por isso é que o panorama é outro, caso se opte por um artigo sobre “um livro um bocadinho mais exigente” ou se for realizada uma entrevista a um arquiteto, pois é “mais exigente ainda. Vais acabando por ir afunilando e perdendo pessoas naquilo que é o *target* do JN” (Helena Teixeira da Silva, entrevistada a 3 de novembro de 2020).

Mediante os resultados conseguidos, conclui-se também que algumas das ideias defendidas nas teorias abordadas no enquadramento teórico do relatório continuam atuais. Uma dessas perceções defendia que há temas mais relevantes que outros (a chamada tematização) e que nem todos conseguem ganhar destaque. Além disso, e como sempre defenderam Maxwell McCombs e Donald Shaw, nós enquanto público somos influenciados por aquilo que nos é mostrado pelos média. Desta maneira, temos tendência para conhecer melhor aquilo que é realçado por eles e conseqüentemente acabamos por ignorar outras realidades. Sem nos apercebermos, os meios de comunicação social conseguem estabelecer uma espécie de hierarquia sobre o quê (e como) devemos pensar.

Quanto à geografia dos acontecimentos e, como seria expectável uma vez que o JN exerce uma grande influência na zona norte, a maioria dos artigos (93) que são redigidos concentram-se nesta zona. Isto é, baseiam-se em espetáculos de dança, teatro, concertos, lançamentos, divulgação de exposições, etc.,

que acontecem em vários pontos do norte (como a Fundação de Serralves, a Livraria Lello, a Casa da Música, A Oficina - Centro De Artes Mesteres Tradicionais De Guimarães – o Coliseu do Porto Ageas, entre muitos outros). A grande concentração de artigos no norte do país justifica-se, então, por ser a zona em que o jornal mais vende. A segunda geografia com destaque neste estudo é o Nacional global (74) o que também acaba por se revelar positivo. Embora não se foque numa zona em particular, continua a fazer chegar até aos leitores informação que os permite estar a par do que está a acontecer a nível cultural em Portugal, assim como ter acesso a entrevistas relevantes a artistas, escritores ou músicos. Por último, em contexto nacional, está a grande Lisboa (9), ao contrário do que esperava verificar, uma vez que falamos da capital do país e, normalmente, há uma tendência para a evidenciar. Nas palavras de Helena Teixeira da Silva, “para acontecer uma coisa em Lisboa e ser abertura de Cultura no JN tem que ser uma coisa de uma dimensão tal que vais presumir que o leitor do Porto pode querer ir a Lisboa” (entrevistada a 3 de novembro de 2020). As restantes regiões do país – Centro, Alentejo, Algarve e Ilhas – não foram noticiadas individualmente.

Ainda que não exista conteúdo de dois continentes (África e Ásia), é relevante referir a importância de fazer chegar às páginas do jornal conteúdo internacional (num total de 40 dias) para que os leitores possam estar informados sobre o que é a cultura fora de Portugal e serem cidadãos mais cultos e conscientes.

Por último, os dados recolhidos em relação às chamadas de capa assim como ao Primeiro Plano mostram que, da parte do jornal, pouco ou quase nenhum destaque é dado à Cultura. “Nestes 20 anos que estou no jornal, tive apenas duas manchetes de Cultura. No mundo ideal, se tivesses muito dinheiro, podias contratar mais jornalistas, dar mais páginas à Cultura, sem estares preocupada se isso vai converter leitores ou não” (Helena Teixeira da Silva, entrevistada a 3 de novembro de 2020). É muito mais comum, por exemplo, editorias como Nacional, Local, ou até mesmo o Desporto pertencerem às manchetes do jornal, ao contrário do que acontece com a editoria em estudo. Aliás, até a secção Pessoas é outra das secções que tem mais destaque, o que acaba por ser mais um indicador da menor atenção e espaço que é dada à Cultura. “Como os jornais foram perdendo leitores, foram diminuindo o número de páginas, de publicações e de segmentos. Antes, este chamado “gossip”, as “fococas” estava acantonado em revistas como a *Maria* e a *Nova Gente*” (Helena Teixeira da Silva, entrevistada a 3 de novembro de 2020). Chegará, no futuro, um momento em que, o *Jornal de Notícias*, vá deixar de dividir a Cultura entre “Cultura de primeira” e “Cultura de segunda”? Há mais de 30 anos, ainda Manuel António Pina era editor de Cultura, e já se fazia sentir uma distinção. A

primeira parte era dedicada a temas como a literatura e a arquitetura profunda enquanto a segunda integrava Artes e Espetáculos. Hoje, Artes e Espetáculo são considerados a “Cultura de primeira” e o Pessoas corresponde à segunda parte, a chamada “Cultura de segunda”. Daqui a dez anos estaremos perante qual divisão? Tudo isto seria uma não questão caso fosse reconhecido que a Cultura é uma secção independente, que não precisa de ser dividida em partes. Por isso, considero profundamente urgente que se pare de confundir Pessoas com Cultura, porque além de induzir o leitor em erro (que confunde quais temas cada uma delas trata) é mais um motivo para que se continue a desvalorizar a Cultura e deixá-la para segundo plano.

No que concerne ao total dos Primeiros Planos durante os dez meses em estudo, parece que só é reconhecida a relevância desta secção no momento de prestar homenagens a grandes nomes do panorama cultural aquando o falecimento das mesmas (justificado com dois primeiros planos do jornal sobre José Mário Branco e Agustina Bessa-Luís). A este propósito, Enrique Bustamente disse que “(...) os textos e as obras são conjugados com o nível de popularidade dos autores, chegando mesmo ao extremo de a morte de um artista ser entendido como um verdadeiro acontecimento cultural”, fazendo “saltar o tema para as primeiras páginas dos jornais” (citado em Lourenço, J., 2018, p.2).

Desta maneira, seria importante que os profissionais unissem esforços para que cada vez menos, seja comum, a descredibilização da Cultura. É fundamental ressaltar que esta mudança não se revolve apenas com mais apoio financeiro, com atribuição de mais páginas ou chamadas à capa. A mudança está também nas mãos dos profissionais que trabalham na editoria, que devem propor histórias fora da caixa, histórias que ainda não tenham sido contadas e que agarrem o leitor. O gosto pela área, como em qualquer outra profissão, é um ingrediente indispensável para uma receita de sucesso. O que leva a profissional do JN a afirmar que “não faz sentido trabalhar em Cultura se na tua vida não tens interesse nenhum por cinema, teatro, dança contemporânea, música, concertos, literatura”.

Se não gostares da área específica, se não tiveres curiosidade, se não gostares de falar com pessoas, não tiveres o à vontade de pegar no telemóvel e descobrir o que está a acontecer, se não tiveres vontade de entrevistar pessoas, se não leres, estás mesmo no sítio errado e isso acontece muito. Se achares que vais para ali fechar páginas, que ainda por cima são poucas, está tudo errado. (Helena Teixeira da Silva, entrevistada a 3 de novembro de 2020)

Para a mesma, afigura-se difícil entender “como é que um jornal como o *Jornal de Notícias* desbarata assim tanto a Cultura, é quase um preconceito ao contrário”. A redatora vai mais longe e afirma que o “jornal dá tão pouca importância à Cultura que, se quiseres consumir Cultura, não é ao JN que vais

buscar. Quanto menos o jornal dá, menos o leitor procura ali” (entrevistada a 3 de novembro de 2020).

Parte IV – Conclusões

“Não se trata de dar uma força para o artista, mas, sim, de dar uma força para o leitor, que tem o direito de conhecer as coisas magníficas que estejam acontecendo por aí, e que a imprensa, tantas vezes, por opção ou simples ignorância, esconde dele.”

(Wernec, citado em Lopes, I., 2010, p.52)

Antes de mais, considero importante fazer uma breve reflexão sobre o percurso enquanto estagiária do *Jornal de Notícias*. Ao longo dos três meses tive a oportunidade de aprender o que é fazer jornalismo e confirmar, mais uma vez, que é deste mundo que quero fazer parte. Durante o período neste órgão de comunicação social, foram-me entregues desafios importantes e que me fizeram sentir o peso da responsabilidade. Tive a oportunidade de ver os meus artigos assinados, redigir uma abertura de secção, estreiar-me na redação de artigos sobre concertos, escrever um ensaio de imprensa e até participar no processo do desenho da página do jornal. Além disso, fiquei com uma melhor percepção sobre a pressão que é exercida sobretudo junto dos editores de cada editoria e que, de um segundo para o outro, uma edição previamente planeada pode ser maioritariamente alterada (quando inesperadamente tem de entrar publicidade ou quando surge uma notícia de última hora). O jornalismo é, se restavam dúvidas, um mundo imprevisível. Foram três meses de crescimento pessoal, superação e aprendizagens constantes. Não há como negar a importância de uma sala de aula que nos apresenta as ferramentas e as bases fundamentais para não cometermos erros nas nossas primeiras experiências profissionais. No entanto, não há nada melhor do que poder passar da teoria à prática.

Assim, as reflexões apresentadas neste relatório são fruto das várias problemáticas observadas enquanto estagiária no *Jornal de Notícias*. Não é uma informação nova que o Jornalismo Cultural é encarado como uma área jornalística secundária, que vê as suas especificidades mal aproveitadas. Há, na verdade, uma reduzida aposta em temas novos, que torna as páginas do jornal repetitivas. Também os profissionais poderiam aqui e ali ser mais proativos no sentido de valorizar mais este campo. Hoje nas redações o Jornalismo Cultural é um “exercício mercantilizado e de pouca relevância – ou pela racionalidade editorial dos veículos (que não vêem nele densidade jornalística) – ou pela racionalidade financeira dos editores (que vêem nele um instrumento de merchandising de promotores de eventos culturais)” (Faro, J., S., 2012, p.11).

Neste quadro, a premissa que orientou o desenvolvimento desta investigação foi o perceber de que forma é que o *Jornal de Notícias* mediatiza a Cultura. Para conseguir responder à pergunta de partida, foram selecionados quatro eixos de análise: os temas escolhidos para cada uma das aberturas da secção, a geografia do acontecimento, o número de vezes que foi chamada à capa e quantas vezes foi escolhida para integrar o Primeiro Plano do jornal. Mediante a análise de conteúdo quantitativa e da entrevista exploratória realizada, foi possível responder aos objetivos propostos para o estudo empírico. Rapidamente se percebeu que esta editoria é muito pressionada por forças diversas, como é o caso da agenda e das indústrias culturais, que torna as páginas de Cultura pouco diversificadas, retratando maioritariamente os temas música, cinema ou literatura. Estamos em concordância com Dora Santos Silva (2009), quando esta escreve isto:

O grande impacto que o cinema e a música têm no jornalismo cultural tem a ver com a máquina de marketing que está por trás destes dos sectores (...) que alimentam celebridades, implicam estratégias de comunicação e divulgação muito eficazes, e, logo muito poder. (p. 98)

Além da repetição dos mesmos temas, onde sobressaem a música (com um valor absoluto de 55 dias), o cinema (39 dias) e a literatura (34 dias) e tal como esperava verificar, a Cultura não tem o mesmo destaque que as restantes secções do jornal. A começar pelo pouco (ou às vezes nenhum) destaque que é dado quando se fala de chamadas à capa (num total de 69 vezes) ou Primeiros Planos do jornal (apenas em três dias), acresce o facto de ser a antepenúltima editoria do jornal e de contar com menos páginas no jornal. Sobre a geografia dos acontecimentos, salienta-se o Nacional norte, com 93 aberturas de secção, o Nacional global, apresentado em 74 aberturas e o Internacional global, com um total de 31 aberturas. Já o Nacional grande Lisboa (9), Internacional Europa e América (cada um com 4 aberturas) e Internacional Oceânia (1) são as geografias menos mediatizadas. As restantes regiões do território nacional (Centro, Alentejo, Algarve e Ilhas) e o continente asiático e africano não foram escolhidas nenhum dia. A opção por certos sítios coincide com a geografia onde o jornal mais vende. “Se vende sobretudo no norte, acaba por deixar de fora os sítios onde vende menos”, explica a Helena Teixeira da Silva (entrevistada a 3 de novembro de 2020).

Este estudo empírico demonstrou que nem todos os assuntos são tematizados e isso tem influência na visibilidade pública que têm. De acordo com a hipótese do *agenda-setting*, os meios de comunicação contribuem “para o estabelecimento das agendas que preocupam cidadãos e políticos (e mesmo os outros meios), têm o poder de concorrerem para modelar as representações que se fazem da realidade” (Sousa, J., P., 2008, p.9). Além de escolherem os temas que querem evidenciar, os meios

de comunicação passam também a influenciar a forma como o público entende um determinado assunto que se torne notícia. Ou seja, “nem só nos colocam o assunto em agenda, como também nos condicionam a forma como pensamos esse assunto, a forma como o debatemos, porque apenas nos dão a conhecer o seu ponto de vista (...)” (Midões, M., 2007/2008, p.12).

A partir da investigação que aqui desenvolvemos realça-se o impacto que o cinema e a música exercem no Jornalismo Cultural, condicionado por uma “máquina de marketing que está por trás destes dois setores: grandes produtoras cinematográficas e discográficas, que alimentam celebridades, implicam estratégias de comunicação e divulgação muito eficazes, e, logo, muito poder” (Silva, D., 2009, p.99). Conforme diz Eliane Basso (2006), o “seu recorte temático vai muito além, ou pode ir, da divulgação dos produtos da chamada sete artes, como muitos costumam tratar, ou então da veiculação do entretenimento”. A mesma autora assevera que “se por Jornalismo Cultural fosse entendida apenas a veiculação do gosto literário-artístico, deveria, então, ser chamado de Jornalismo de Artes” (p.2).

Futuramente, o JN poderia beneficiar se criasse um suplemento apenas dedicado à Cultura. Um dos principais concorrentes deste órgão de comunicação social, o jornal Público, apresenta um suplemento cultural (Ípsilon)) com conteúdo bastante relevante sobre as mais variadas áreas. Seria, assim, uma forma do JN se libertar dos temas previamente impostos e que mais resultam para aquele que é o seu público-alvo. Poder-se-ia, assim, apostar na crítica, em artigos mais aprofundados ao invés de tudo se circunscrever a um jornalismo de divulgação. Há, pois, que valorizar mais este jornalismo. Diz Helena Teixeira da Silva que, quando há jornalistas que vão trabalhar para Cultura, “por alguma estranha razão, acham que é uma secção ou uma editoria à parte que está dispensada de ter fontes, está dispensada de fazer caixas, de procurar notícias ou de ir para a rua que é onde se ‘sacam’ as histórias” (Helena Teixeira da Silva, entrevistada a 4 de novembro de 2020).

É ainda pertinente ressaltar que este relatório de estágio não pretende ser um estudo exaustivo acerca da forma como o *Jornal de Notícias* mediatiza a Cultura, uma vez que, além de estar limitado apenas ao ano de 2019, está também condicionado à análise das aberturas da secção, tendo ficado outras páginas e conteúdos por analisar. Uma vez que também apenas apresenta reflexões acerca de um órgão de comunicação (o JN), não se pode daqui extravasar conclusões para toda a imprensa. O que aqui deixamos é um retrato de um tempo específico e de um meio de comunicação social particular. Seria interessante que no futuro se pudesse fazer um estudo de comparação entre vários jornais diários, de forma a perceber como é que os diferentes meios de comunicação olham para a Cultura.

Seria proveitoso, por exemplo, analisar o tipo de linguagem utilizada pelos jornalistas, comparar conteúdos e destaques dados a um jornalismo que reflete, na verdade, uma parte daquilo que somos.

Referências Bibliográficas

Abreu, A. F. (2014). *Jornalismo cultural: as fontes e os géneros jornalísticos: o caso do Público*.

Relatório de Estágio, Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de

<http://hdl.handle.net/10400.21/4395>

Adorno, T. (1991). *Culture Industry Reconsidered*. Nova Iorque: Routledge.

Araújo, R. (2012). *As relações negociais entre jornalistas e fontes: o caso da Saúde*. Relatório de

Estágio, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/20351>

Araújo, R. & Lopes, F. (2014). Olhando o agenda-building nos textos de saúde: um estudo dos canais e fontes de informação. *Atas do 8º congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação – SOPCOM*. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/29757>

Basso, E. (2006). Jornalismo cultural: uma análise sobre o campo. *Trabalho apresentado no VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*. Retirado de

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99945753851980735137884571481134101142.pdf>

Basso, E. (2006). Jornalismo cultural: uma análise sobre o campo. *Trabalho apresentado no VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*. Retirado de

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99945753851980735137884571481134101142.pdf>

Basso, E. (2008, janeiro/junho). Para entender o jornalismo cultural. *Revista Comunicação & Inovação*, 9(16), 69-72. Retirado de

https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/702

Berlo, D., K. (2003). *O Processo da Comunicação: Introdução à Teoria e à Prática*. São Paulo: Martins Fontes.

Berkowitz, D. (1992). *Who sets the media agenda? The ability of policymakers to determine news decisions. Public opinion, the press, and public policy*. Google Books [ebook]. Retirado de

<https://books.google.pt/books?hl=pt->

[https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=qTzsujiQM5C&oi=fnd&pg=PA81&dq=Berkowitz,+D.+\(1992\).+Who+sets+the+media+agenda+%3F&ots=6#v=onepage&q=Berkowitz%2C%20D.%20\(1992\).%20Who%20sets%20the%20media%20agenda%3F&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=qTzsujiQM5C&oi=fnd&pg=PA81&dq=Berkowitz,+D.+(1992).+Who+sets+the+media+agenda+%3F&ots=6#v=onepage&q=Berkowitz%2C%20D.%20(1992).%20Who%20sets%20the%20media%20agenda%3F&f=false)

Bosi, A. (2003). *Dialética da Colonização*. Academia.edu [ebook]. Retirado de

https://www.academia.edu/9350154/ALFREDO_BOSI_-_Dialectica_da_Colonizacao

Briggs, A. & Burke, P. (2004). *Uma história social da mídia: de Guttenberg à Internet*. Portal Conservador [ebook]. Retirado de <https://portalconservador.com/livros/Peter-Burke-Uma-Historia-Social-da-Midia.pdf>

Cascais, F. (2001). *Dicionário de Jornalismo – As palavras dos media*. Lisboa/São Paulo: Verbo.

Cardoso, E. (2007). Crítica de um enunciador ausente: A configuração da opinião no jornalismo cultural. *Trabalho apresentado ao VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação*. Retirado de <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/2404>

Carmo, T. (2006). *Evolução portuguesa do jornalismo cultural*. Retirado de https://www.janusonline.pt/arquivo/2006/2006_2_2_9.html

Carvalho, C. (2016). Quem determina a agenda jornalística? Seleção e construção da notícia na relação entre assessoria de imprensa e jornalismo. *Revista Dispositiva*, 5, 19-38. DOI: <https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2016v5n1p19-38>

Covas, D. (2017). *Cultura e jornalismo cultural: o caso do Semanário Região De Leiria*. Relatório de Estágio, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10316/85434>

Dearing, J. & Rogers, E. (1996). *Agenda-Setting*. Nova Iorque: SAGE Books [ebook]. Retirado de <https://sk.sagepub.com/books/agenda-setting>

Espassandim, R. (2020, 4 de novembro). AURORA. “Sem cultura, uma sociedade vive de olhos fechados”. *Espalha-Factos*. Retirado de <https://espalhafactos.com/2020/11/04/aurora-sem-cultura-uma-sociedade-vive-de-olhos-fechados/>

Faria, R. (2014, 11 de junho). Controlinveste vai despedir 160 trabalhadores. *Jornal de Negócios*. Retirado de https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/media/detalhe/controlinveste_vai_despedir_160_trabalhadores

Ferin, I. (2009). *Comunicação e culturas do quotidiano*. S/L: Quimera Editores, Lda.

Gadini, S., L. (2002). Tematização e Agendamento Cultural nas páginas dos diários portugueses. *Biblioteca Online Ciências da Comunicação*. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gadini-sergio-jornalismo-cultural-diarios-portugueses.pdf>

Gans, Herbert J. (1979). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Evanston: Northwestern University Press [ebook]. Retirado de <https://nupress.northwestern.edu/content/deciding-whats-news>

Gillham, B. (2000). *Case study research method*. London: Continuum.

Global Media Group, Marcas. Retirado de <http://www.globalmediagroup.pt/marcas/media/jornais/jornal-de-noticias/>

Gonçalves, M. (2018, 03 de maio). O romantismo do jornalismo acaba aos 30 anos. *Expresso*. Retirado de <https://expresso.pt/sociedade/2018-05-03-O-romantismo-do-jornalismo-acaba-aos-30-anos>

Jornalismo cultural "tem de olhar para a cultura a sério e não como entretenimento". (2018, 30 de janeiro). *TSF*. Retirado de <https://www.tsf.pt/cultura/e-um-jornalismo-que-tem-de-olhar-para-a-cultura-a-serio-e-nao-como-entretenimento-9084725.html>

Lima, H. (2012). *A Imprensa portuense e os desafios da modernização*. Lisboa: Livros Horizonte.

Lima, H. (2017). A evolução editorial do *Jornal de Notícias* e a inclusão de elementos de jornalismo popular. *Revista Científica Nacional*, 1, 25-34, Retirado de <http://revistahc.sopcom.pt/edicao/199>

Lima, H. & Reis, A., I. (2013). Critérios editoriais e comentários do público nos sites de quatro diários portugueses. *Trabalho apresentado no V Congresso Internacional de Ciberjornalismo e Web 2.0*. Retirado de https://www.academia.edu/19688179/Crit%C3%A9rios_editoriais_e_coment%C3%A1rios_do_p%C3%BAblico_nos_sites_de_quatro_di%C3%A1rios_portugueses?auto=download

Lopes, F. (2018, 01 de junho). 130 anos. Parabéns JN! *Jornal de Notícias*. Retirado de <https://www.jn.pt/opiniao/felisbela-lobes/130-anos-parabens-jn-9398379.html>

Lopes, F. (2019, 31 de maio). JN, 131 anos de um jornal que procura ser o elo de uma nação. *Jornal de Notícias*. Retirado de <https://www.jn.pt/opiniao/felisbela-lobes/jn-131-anos-de-um-jornal-que-procura-ser-o-elo-de-uma-nacao-10961490.html>

Lopes, I. (2010). *Jornalismo Cultural nas Redações. Um olhar sobre a actuação dos jornalistas no Brasil e em Portugal*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10316/14287>

- Lopes, P., C. (s/d). Gêneros literários e gêneros jornalísticos Uma revisão teórica de conceitos. *Biblioteca Online Ciências da Comunicação*. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-generos-lopes.pdf>
- Lopez, D. & Freire, M. (s/d). O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz. *Biblioteca Online Ciências da Comunicação*. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>
- Loureno, J. (2018). A Cultura na Primeira Página: Uma Década de Jornalismo Cultural na Imprensa em Portugal. [Recensão do livro *A cultura na primeira página: uma década de jornalismo cultural na imprensa em Portugal*, de Baptista, C.]. *Comunicação Pública*, 13(24). Retirado de https://www.researchgate.net/publication/325128257_Recensao_-_A_Cultura_na_Primeira_Pagina_uma_decada_de_jornalismo_cultural_na_imprensa_em_Portugal
- Melo, I., A. (s/d). Jornalismo cultural: pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e a complexidade da cultura. *Biblioteca Online Ciências da Comunicação*. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>
- Melo, M., J. (2010). *Gêneros Jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: Editora Metodista.
- Midões, M. (2007/2008). Crise no Espaço Público, Agenda-Setting e Formação da Opinião Pública. *Biblioteca Online Ciências da Comunicação*. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/midoes-miguel-crise-no-espaco-publico-agenda-setting.pdf>
- Morin, E. (1999). *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Faro, J., S. (2012). Território em transformação: importância e desafios do Jornalismo Cultural. *Suplemento [Ed. Especial], 11-15*. Retirado de <http://www.bibliotecapublica.mg.gov.br/index.php/pt-br/suplemento-litelario/edicoes-suplemento-literarios/edicoes-especiais-1/87-87/file>
- Negrão, J. (2005). *O jornalismo e a construção da hegemonia*. Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, Brasil. Retirado de <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/3894>
- Neveu, E. (2001). *Sociologie du Journalisme*. Paris: La Découverte.
- Pastoriza, F. R. (2006). *El Periodismo Cultural*. Madrid: Síntesis.
- Piza, D. (2003). *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Editora Contexto.

Quivy, R. & Campenhoudt, L., V. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Ribeiro, M., F. (2008). *Reflexões sobre o jornalismo cultural: mudanças no modo de informar*.

Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de

<http://hdl.handle.net/1822/9497>

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

Santos, R. (2006). *A fonte não quis revelar - Um estudo sobre a produção de notícias*. Porto: Campo das Letras.

Seixas, L. (2009). *Redefinindo os gêneros jornalísticos: Proposta de novos critérios de classificação*.

Covilhã: Labcom Books [ebook]. Retirado de http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110818-seixas_classificacao_2009.pdf

Silva, D. S. (2009). *Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal*. Síntese parcial da Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de

https://www.academia.edu/2448702/Tend%C3%A2ncias_do_Jornalismo_Cultural_em_Portugal

Silva, D. S. (2012). *Cultura & Jornalismo Cultural. Tendências e desafios no contexto das indústrias culturais e criativas*. Lisboa: Media XXI.

Siqueira, D. da C. O., & Siqueira, E., D. (2007). A cultura no jornalismo cultural. *Lumina*, 1(1) 1-12. DOI: <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2007.v1.20990>

Sousa, J., P. (2001). Elementos do Jornalismo Impresso. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>

Sousa, J., P. (2006). Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. *Biblioteca Online Ciências da Comunicação*. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>

Sousa, J., P. (2008). A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica. *Biblioteca Online Ciências da Comunicação*. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>

Thompson, J. (1990). *Ideologia e cultura*. São Paulo: Vozes.

Traquina, N. (2001). *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos.

Tulha, A. (2012). *O jornalismo sentado e a dependência das agências: o caso da secção de Desporto do jornal PÚBLICO*. Relatório de Estágio, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <https://run.unl.pt/handle/10362/9391>

Unesco (2002). Declaração Universal sobre a diversidade cultural. Retirado de <https://www.oas.org/dil/port/2001%20Declara%C3%A7%C3%A3o%20Universal%20sobre%20a%20Diversidade%20Cultural%20da%20UNESCO.pdf>

Waltz, I. (s/d). O “jornalista sentado” e condições de produção: Considerações sobre práticas profissionais na comunicação em rede. *Trabalho apresentado no 6º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo*. Retirado de http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor6/files/2015/03/Artigo_IgorWaltz_6oCiberjor_revisado.pdf

Wolf, M. (1995). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.

Anexos

Anexo I

Links das notícias publicadas *online* durante o estágio

CULTURA

Contagem decrescente para concerto sensação de Billie Eilish

<https://www.jn.pt/artes/contagem-decrescente-para-concerto-sensacao-de-billie-eilish-11265795.html>

Festa do Avante! regressa ao Seixal e com uma edição livre de plástico

<https://www.jn.pt/artes/festa-do-avante-regressa-ao-seixal-e-com-uma-edicao-livre-de-plastico-11271266.html>

Encontro entre o popular e a vanguarda na Noite Branca de Braga

<https://www.jn.pt/local/noticias/braga/braga/encontro-entre-o-popular-e-a-vanguarda-na-noite-branca-de-braga-11276017.html>

Hugo Sousa está de regresso e “Fora do Contexto”

<https://www.jn.pt/artes/hugo-sousa-esta-de-regresso-e-fora-do-contexto-11281746.html>

As séries que não vai querer perder em setembro

<https://www.jn.pt/artes/as-series-que-nao-vai-querer-perder-em-setembro-11282558.html>

Viagem pelo topo das árvores do parque de Serralves

<https://www.jn.pt/artes/viagem-pelo-topo-das-arvores-do-parque-de-serralves-11298125.html>

Taylor Swift confirmada pela primeira vez em Portugal

<https://www.jn.pt/artes/taylor-swift-confirmada-no-nos-alive-em-2020-11309391.html>

“Maior evento de design português” começa no Porto

<https://www.jn.pt/artes/maior-evento-de-design-portugues-comeca-no-porto-11316372.html>

Nova digressão de Revenge of the 90s arranca no Porto

<https://www.jn.pt/artes/nova-digressao-de-revenge-of-the-90s-arranca-no-porto-11333401.html>

Mário Laginha e João Monge nomeados para um Grammy Latino

<https://www.jn.pt/artes/mario-laginha-e-joao-monge-nomeados-para-grammy-latino-11334177.html>

Lisboa recebe exposição da saga Harry Potter em novembro

<https://www.jn.pt/artes/lisboa-recebe-exposicao-da-saga-harry-potter-em-novembro-11337334.html>

Taylor Swift atua no Nos Alive 2020 a 9 de Julho

<https://www.jn.pt/artes/taylor-swift-atua-no-nos-alive-2020-a-9-de-julho-11337876.html>

“The Guardian” distingue Casa da Música na melhor arquitetura do séc. XXI

<https://www.jn.pt/artes/-the-guardian-distingue-casa-da-musica-na-melhor-arquitetura-do-sec-xxi->

[11338429.html](#)

Coldplay anunciam álbum duplo para novembro

<https://www.jn.pt/artes/coldplay-anunciam-album-duplo-para-novembro-11433130.html>

Cinco dias para pensar arte e tecnologia

<https://www.jn.pt/artes/cinco-dias-para-pensar-arte-e-tecnologia-11433873.html>

Ouçã os dois novos singles dos Coldplay

<https://www.jn.pt/artes/ouca-os-dois-novos-singles-dos-coldplay-11444758.html>

Ornatos Violeta: um amor que não deixa mentir

<https://www.jn.pt/artes/ornatos-violeta-um-amor-que-nao-deixa-mentir-11472919.html>

John Cleese anuncia solo de comédia em Portugal

<https://www.jn.pt/artes/john-cleese-anuncia-solo-de-comedia-em-portugal-11480162.html>

Do ecrã para a vida real: será que vai conseguir escapar?

<https://www.jn.pt/artes/do-ecra-para-a-vida-real-sera-que-vai-conseguir-escapar-11506655.html>

Coliseu esgotou duas noites seguidas para ouvir Pedro Abrunhosa

<https://www.jn.pt/artes/coliseu-esgotou-duas-noites-seguidas-para-ouvir-pedro-abrunhosa-11524801.html>

Francisco Camacho leva “VELHAS” até ao Theatro Circo

<https://www.jn.pt/artes/francisco-camacho-leva-velhs-ate-ao-theatro-circo-11539020.html>

LOCAL

Noite de Bruxas volta a invadir Montalegre na sexta-feira 13 com novidades

<https://www.jn.pt/local/noticias/vila-real/montalegre/noite-de-bruxas-volta-a-invadir-montalegre-na-sexta-feira-13-com-novidades-11285928.html>

Comunidades ciganas esperam realojamento há mais de 20 anos

<https://www.jn.pt/local/noticias/porto/vila-nova-de-gaia/comunidades-ciganas-esperam-realojamento-ha-mais-de-20-anos-11398653.html>

URBANO

Miúdos e graúdos à descoberta do comboio escondido em Gaia

<https://www.jn.pt/nacional/especial/miudos-e-graudos-a-descoberta-do-comboio-escondido-em-gaia-11537887.html>

ANEXO II

Contagem decrecente para concerto sensação de Billie Eilish

Jovem de 17 anos
atua hoje numa
Altice Arena esgotada

LISBOA O fenómeno mundial Billie Eilish chega hoje aos palcos portugueses, para um concerto há muito esgotado. A cantora e compositora vai apresentar o álbum “When We All Fall Asleep, Where Do We Go?”.

Inicialmente marcado para o Coliseu de Lisboa, o primeiro concerto da cantora em Portugal teve que ser alterado para a Altice Arena, dada a esmagadora procura de bilhetes. Mesmo num espaço maior, os bilhetes esgotaram num ápice. A primeira parte do espetáculo fica a cargo do rapper norte-americano MadeinTYO, pelas 20 horas e as portas abrem às 18.30 horas.

Com apenas 17 anos, Billie Eilish é já uma das artistas mais faladas no Mundo. O seu primeiro EP, em 2017, “Don’t Smile at Me” alcançou mais de 750 milhões de transmissões e conquistou o Top 40 na Billboard 200. Com “Lovely” conseguiu um single platina. Já o tema “Bad Guy” valeu à cantora um lugar no topo no Billboard Hot 100. A norte-americana tornou-se assim a primeira artista nascida em 2000 a ter um single no primeiro lugar do top norte-americano. ●

ANA JORGE TEIXEIRA

Artes

Festa do Avante, livre do plástico, começa hoje na Atalaia

ARRANQUE Música em dez palcos, cinema, desporto, teatro, meia centena de debates e programação infantil. Está tudo a postos para dar as boas-vindas à 43.^a edição da Festa do Avante!. O evento começa hoje na Quinta da Atalaia, no Seixal, e prolonga-se até ao dia 8 de setembro. A grande novidade para esta edição foi a proibição do plástico descartável nas refeições.

No primeiro dia de Festa, o palco principal (o chamado palco 25 de Abril) vai receber a Orquestra Sinfonietta de Lisboa. Bonga, Clã (com Samuel Úria), Expensive Soul, Fast Eddie Nelson e Cais Sodré Funk Connection são alguns destaques musicais que vão subir ao palco do Avante. Ainda na música, o programa conta com artistas como Moonspell, Mafalda Veiga, The SPiLL, Celinda da Piedade com João Gil e Vozes do Cante.

À 43.^a edição, voltam os concertos para bebés com duas sessões planeadas para amanhã. Este ano, há ainda destaque para um programa de debates que vai abordar os principais aspetos da intervenção política, nacional e internacional do PCP. O desporto também vai marcar presença na Festa, com mais de 40 modalidades que ali se vão praticar. O recinto vai contar ainda com um espaço infantil com muitas atividades pensadas para os mais novos. ●

ANEXO IV

Stand-up

Hugo Sousa viaja por Portugal “Fora do Contexto”

COMÉDIA Hugo Sousa vai andar por Portugal a apresentar “Fora do Contexto”, o nome da nova tour. Será uma “viagem por aqueles momentos que acabam sempre por dar uma boa história”, explica a produção. A tour começa em Portimão, no dia 28, seguida de Viseu, Almada, Porto, Covilhã, Coimbra, Braga, Viana do Castelo, Braga e Lisboa. Em novembro, vai passar pelo Estoril, Leiria, Guimarães, Santa Maria da Feira, Aveiro e termina em Évora, dia 29. ●

DIGRESSÃO

De 28 de setembro
a 29 de novembro

Bilhetes: 12 a 16 euros

ANEXO V

24 bailarinos numa noite de música e dança em Vila Flor

DANÇA A Companhia Nacional de Bailado vai até ao Centro Cultural Vila Flor, dia 14 de setembro, apresentar criações de Rui Lopes Graça e Victor Hugo Pontes.

“Annette, Adele, e Lee” é o título de uma das peças que vai subir a palco. É a mais recente criação de Lopes Graça, numa colaboração com o artista plástico João Penalva. O título da peça assume o nome de três bailarinos de sapateado (invisíveis) que foram contratados para dançar num estúdio de gravação de som. Os bailarinos clássicos (que o público vê) vão dançar ao ritmo dos colegas de sapateado. Segue-se “Madrugada”, de Victor Hugo Pontes, que coloca os bailarinos num contexto de festa e exaustão, levando-os até um estado onde a reação é o único movimento que lhes resta. ●

ANEXO VI

Johanson regressa a Espinho 12 anos depois

CONCERTO Já passaram 12 anos desde que Jay-Jay Johanson pisou o palco do Auditório de Espinho. O cantor e compositor sueco está de regresso à cidade para um concerto marcado para 12 de outubro, para apresentar “King Cross”, o álbum mais recente do músico. Aquele que é o décimo trabalho do artista apresenta “canções harmoniosas e melancólicas”, características que se encontram em todos os seus discos desde o início da carreira, com o inconfundível Whiskey (1996). ●

ESPINHO: Auditório

Jay-Jay Johanson

Hoje, às 21.30 horas

Bilhete: 10 euros

ANEXO VII

Os problemas de um condomínio em 70 minutos

TEATRO A Palmilha Dentada vai apresentar este mês em Vila Nova de Gaia o seu novo espetáculo “Berbequim Coop. Versus a lavandaria Sa”. Com a interpretação de Ivo Bastos e texto de Ricardo Alves, o espetáculo promete colocar-nos “de olho encostado ao vídeo porteiro a ver o mundo todo num prédio de 11 andares”.

A nova criação da Palmilha Dentada vai contar “os problemas de um condomínio que tem o tamanho do nosso prédio, da nossa cidade ou mesmo do nosso país”, revela a produção. O público vai ficar a conhecer as confidências do Sr. Carlos, os seus vizinhos, enquanto se fala do que somos enquanto sociedade e indivíduos. O espetáculo estará em cena no Auditório Municipal de Gaia nos dias 18,25,26,27 e 28 de Setembro às 21.30 horas. ●

ANEXO VIII

Artes

Uma exposição disfarçada de alerta pelo clima

EXPOSIÇÃO “Já podemos entrar em pânico?”. A pergunta dá nome à exposição que se associa à Semana do Clima para ilustrar os problemas climáticos e apelar à ação. Trata-se de uma mostra coletiva de protesto face às alterações climáticas e já tem nomes confirmados de artistas como Angelina Velosa, Eva Evita, Nicolau, João Fazenda ou Margarida Olo. Ao todo, são mais de 20.

Quem visitar a exposição no dia 27 de setembro, vai poder escolher um cartaz para levar para a rua. ●

PÓRTO: Espaço Instituto

Já podemos entrar em pânico?
26 de setembro, às 18 horas,
até 28 setembro

Um Acaso recheado de 26 propostas culturais

FESTIVAL A edição mais internacional de sempre do festival de teatro Acaso leva a sete concelhos dos distritos de Leiria e Santarém espetáculos de companhias portuguesas e também da Dinamarca, Japão, Argentina, Brasil e França.

A 24.^a edição do festival organizado pela companhia “O Nariz” apresenta, entre sábado e 2 de novembro, 26 propostas, sobretudo de teatro, mas também concertos, performances, conversas e sessões de conto. Leiria, Marinha Grande, Batalha e Pedrógão Grande, Santarém, Rio Maior e Ourém acolhem os espetáculos. O festival arranca no sábado, com “O conto da ilha desconhecida”, d’A Barraca, no Teatro Stephens, na Marinha Grande. No mesmo dia, LoboMau apresenta “3 gods”, no Teatro Miguel Franco, em Leiria. ●

ANEXO X

A FECHAR



Nos Alive será o palco da estreia de Taylor Swift em Portugal

MÚSICA Taylor Swift vai estreiar-se em Portugal em 2020, com um concerto agendado para 9 de julho, no festival Nos Alive, no Passeio Marítimo de Algés, em Oeiras. A cantora e compositora norte-americana, considerada a artista mais influente no Twitter, é o segundo nome confirmado para o festival promovido pela Everything is New, de Álvaro Covões. Taylor Swift, de 29 anos, lançou, este ano, o sétimo álbum da carreira, “*Lover*”.

ANEXO XI

Visita de Marcelo abre Feira do Livro

PORTO “Presença obrigatória” num evento que “cresce de ano para ano”, o presidente da República inaugurou, ontem, a Feira do Livro do Porto, com uma visita de duas horas em que se passou pelos 130 “stands” de livros montados nos Jardins do Palácio de Cristal.

Acompanhado por Rui Moreira, presidente da Câmara do Porto, Marcelo, como habitualmente, distribuiu simpatia e selfies pelas centenas de pessoas que se juntaram ao chefe de Estado, que aproveitou para enriquecer a sua biblioteca pessoal com obras como “*Tresmalhados*”, de Maria Morais, ou “*Uma vida com história: Cláudio Torres*”, de Eduardo M. Raposo.

A visita presidencial teve início no Jardim Emile David, que foi recentemente renovado, e houve ainda tempo para visitar a exposição de ilustrações de António José Gonçalves, acompanhada pelo autor, na Biblioteca Municipal Almeida Garret. A Feira do Livro decorre até ao dia 22 de setembro nos Jardins do Palácio de Cristal, numa edição marcada pela homenagem ao pensador e escritor Eduardo Lourenço, que vai receber a distinção Tília 2019, que é anualmente atribuída a grandes nomes da cultura portuguesa. ●

ANA JORGE TELIXEIRA



Presidente da República acompanhado por Rui Moreira

Cinquenta concertos até ao final do ano

Aniversário do Coro, música barroca e jazz na rentrée da Casa da Música

Ana Jorge Teixeira
cultura@jn.pt

CARTAZ “Um mês intenso” vai marcar a rentrée da Casa da Música, no Porto, cuja programação prevê meia centena de concertos até ao final do ano. O Coro Casa da Música celebra o décimo aniversário em outubro com “As vésperas de Monteverdi”. E, anunciou ontem António Jorge Pacheco, diretor artístico, que o cartaz vai mostrar novas tendências do jazz, viajar à volta do barroco e reforçar o serviço educativo.

Mas antes da festa de anos, dia 20 de outubro – a que se irão juntar músicos da Orquestra Barroca –, o mês arranca com a estreia da pianista Khatia Buniatishvili, que vai tocar quatro das obras mais célebres de Beethoven: as sonatas “Ao luar”, “A tempestade”, “Pática” e “Appassionata”.

Outubro marca ainda o regresso de uma das figuras que a Casa da Música elegera para a nova temporada: o



António Jorge Pacheco apresentou programação

clarinetista Jörg Widmann. Dia 19, o músico sobe ao palco para estrear “Elegia” e “Babylon-Suite”. A sua música volta nos dias 26 de outubro e 16 de novembro.

Nomes como Theo Cro-

-ker, The Art Ensemble of Chicago, Bossa Nova ou Manuel de Oliveira vão passar pela 7.ª edição do festival “Outono em Jazz”, que inclui 17 concertos (quatro deles gratuitos, inseridos

nos concertos café às quintas-feiras).

O ciclo “À volta do barroco” inclui sete concertos. António Jorge Pacheco, diretor artístico da Casa da Música, destacou a estreia de “Sete Lágrimas”, a 3 de novembro, do grupo Diáspora, que aposta em novas fórmulas interpretativas de reportórios populares e eruditos. A 10 e 12 de novembro, a Orquestra Barroca e o Remix Ensemble cruzam-se em palco com reportório central da música barroca.

A Orquestra Sinfónica do Porto Casa da Música, Pedro Lima, Rebecca Saunders, Michael Gordon, Pedro Amaral, Peter Eötvös ou Ângela da Ponte são outros dos nomes que vão passar na Casa da Música.

“Messias de Händel”, um clássico dos palcos da Casa da Música, vai também ao Teatro Circo, em Braga, e ao Auditório Municipal de Madrid, num projeto que junta a Orquestra e Coro com coros comunitários. ●

ANDRÉ BORG / GERAL IMAGENS

Espectáculos

Braga volta a respirar blues durante 13 dias de concertos

FESTIVAL São 13 dias, 20 eventos e 16 espaços com concertos, workshops ou dança. É esta a proposta da terceira edição do festival “Nova Arcada Braga Blues”.

A partir de 29 de setembro, a cidade vai ter concertos de artistas nacionais e internacionais, com destaque para Diunna Greenleaf ou os Portuguese Blues Reunion (um grupo de Mário Laginha, Frankie Chavez e Budda Guedes, criado de propósito para o evento).

O festival arranca com uma palestra do guitarrista João Cabeleira, dos Xutos & Pontapés. Os eventos vão estar espalhados por diversos espaços como o Altice Fórum Braga, o Theatro Circo e o Centro Comercial Nova Arcada. ●

BRAGA

Nova Arcada Braga Blues

De 29 de setembro

a 11 de outubro

Stand-up comedy solidário no Porto

INICIATIVA “RIR Ajuda” volta ao Porto para a segunda edição do evento que quer pôr todos a rir em prol de uma causa. As receitas vão reverter a favor da Fundação Gil para a manutenção do projeto Cuidados Domiciliários Pediátricos.

No dia 3 de outubro, o Coliseu Porto Ageas vai abrir as portas para receber vários humoristas de stand-up comedy. O espetáculo vai contar com as participações de nomes como Alexandre Santos, Miguel 7 Estacas, Fernando Rocha, Nilton, Jel, Guilherme Duarte, Rui Xará, Ana Arrebentinha ou João Seabra. ●

ANEXO XV

A FECHAR



“The goal” é o single do disco póstumo de Leonard Cohen

MÚSICA “The goal” é o primeiro single do álbum póstumo do lendário Leonard Cohen, que chega três anos depois da sua morte e será lançado a 22 de novembro. “Thanks for the Dance” inclui músicas novas do cantor e compositor canadiano e foi preparado pelo filho, Adam Cohen, que, sete meses depois da morte do pai, começou a trabalhar alguns esboços que tinham sobrado do álbum “You Want It Darker”.

ANEXO XVI

Nick Cave lança novo álbum na próxima semana

DISCO O artista australiano Nick Cave anunciou o lançamento de um álbum duplo, “na próxima semana”. O novo disco com os Bad Seeds chama-se “Ghosteen” e vai ter um primeiro capítulo tematicamente centrado nas crianças e um segundo dedicado aos pais. O anúncio foi feito na sua plataforma interativa “The Red Hand Files”, num momento de perguntas e respostas com fãs. Este é o primeiro disco feito de raiz desde a morte do seu filho adolescente, em 2015, na sequência de uma queda de um precipício, aos 15 anos.

ANEXO XVII

Há nova digressão de “Revenge of the 90s”

FESTA A festa “Revenge of the 90s” vai voltar a percorrer Portugal. A data da primeira festa já está marcada: dia 31 de outubro, no Porto, em local a anunciar. Um dos destaques é o regresso de duas das principais bandas infantis dos anos 90, os Onda Choc e os Ministars. Outra das novidades é a transformação da banda residente SantaManel em personagens do filme “Toy Story”. Olavo Bilac, Ágata, Batatinha e Companhia, Iran Costa, Melão (Excesso), Non Stop, Nuno Barroso e Toy serão outros dos nomes presentes na tour.

CULTURA 37

Serralves traz o campo e o outono à cidade

11.ª edição do evento continua hoje com teatro, música e atividades infantis



“Baile das coisas importantes” atraiu dezenas



Público é convidado a interagir com animais

Ana Jorge Teixeira
cultura@jn.pt

FESTA Ainda não eram dez da manhã, hora marcada para a abertura das portas, e já eram muitos os que aguardavam para dar as boas-vindas ao primeiro dia da Festa do Outono, em Serralves, com música, dança, jogos e teatro.

Vê-se, pelo caminho, fardos de palha e mantas que improvisam sofás. Com um programa diversificado, Serralves convida o público a explorar a biodiversidade do Parque. No Prado foram instaladas cerca de 20 oficinas a pensar em atividades para os mais novos. Uns metros antes, os mais curiosos podiam conhecer os burros de Miranda.

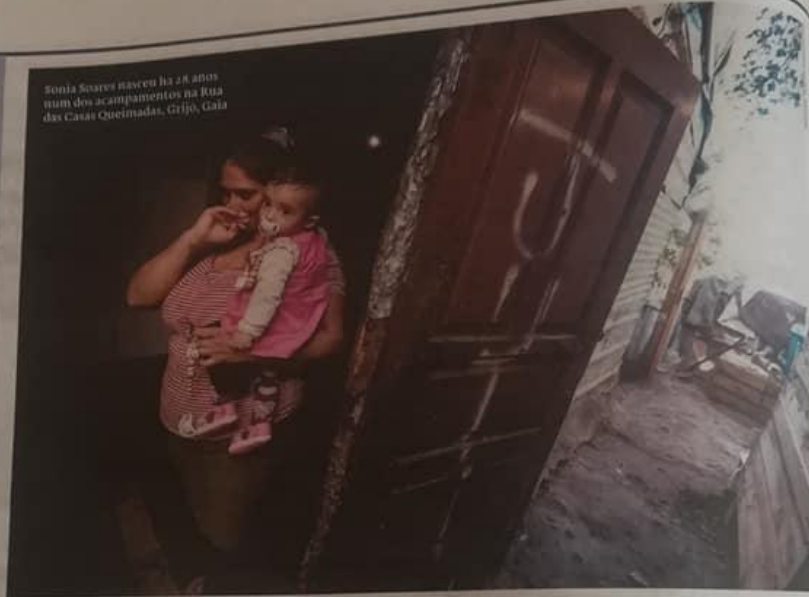
Muitos juntaram-se para ver “Baile das coisas importantes”, do Teatro do Bolhão, que pôs todos a con-

versar sobre temas “que normalmente não se falam com crianças”: tristeza, medo, guerra ou dor, “sem tabus”, garante a atriz Joana Providência.

A Festa é, por isso, para refletir sobre o que nos faz andar e também sobre andamento do tempo. Susana Peixoto, presença assídua no evento que junta anualmente milhares no Parque de Serralves e mãe de três, faz prova da utilidade da iniciativa. Gosta de aproveitar a “oportunidade para explicar aos mais novos o que é isto da mudança de estação e quais são as características do outono”, descreve.

A Festa continua hoje, até às 19 horas, com feiras, contacto com raças autóctones portuguesas e concertos como o de Gwenifer Raymond a encerrar 11ª edição da Festa do Outono. ●

Sónia Soares nasceu há 28 anos num dos acampamentos na Rua das Casas Queimadas, Grijó, Gaia



Comunidades ciganas esperam realojamento há mais de 20 anos

Cerca de 160 pessoas vivem num conjunto de barracas, em Grijó, Gaia. Câmara trabalha no processo

DADOS

População
À espera de realojamento estão três comunidades ciganas. Destaca-se uma população jovem com 111 filhos por 100 homens, 42 mulheres e 61 crianças. Estes números podem variar, uma vez que há sempre nascimentos e óbitos e famílias que vivem à entrada e saída de aldeamentos", avança a psicóloga Patrícia Martins.

Novas casas

Os projetos de construção das novas habitações, que devem nascer num local afastado das atuais barracas, devem incluir espaços para a criação dos próprios espaços com áreas de recreio para as crianças. O objetivo é que as famílias possam viver nas novas condições de realojamento para conseguirem pagar a renda mensal e as despesas da luz e água.

Rosária Gonçalves e Ana Jorge Teixeira
lcal@ipj.pt

HABITAÇÃO As crianças que brincam na rua e a roupa estendida ao sol não deixam dúvidas de que naquele conjunto de barracas vivem famílias. Sónia Soares nasceu ali, na Rua das Casas Queimadas, em Grijó, Gaia, há 28 anos e foi ali que criou os sete filhos, as mais novas são gémeas que segura no colo. "Prometem casa, prometem terreno e nada", lamentou Sónia, que não sabe onde nem quando terá uma casa com condições básicas.

Há mais de 20 anos que as famílias esperam o realojamento prometido. As casas construídas com chapas e o lixo que se acumula no chão denunciam as más condições em que vivem as comunidades ciganas nas ruas Casas Queimadas, Agros e Rio Velho.

De acódo com a Câmara de Gaia, os terrenos pertencem à Brisa - Autoestradas de Portugal e o realojamento ainda não avançou por atrasos na concretização do Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano (PEDU). O JN pediu esclarecimentos à Brisa, mas não obteve resposta em tempo útil.

"NÃO TEM CONDIÇÕES"

Com olhares desconfiados, os moradores vão-se aproximando e abrindo as portas das casas improvisadas à face da estrada, com luz puxada de um poste e água cedida a balde por uma empresa. Para tomar banho utilizam bacias e as necessidades são feitas no pinhal ou em casas de banho públicas. As portas de madeira estão desfeitas e os telhados são toldos.

Os problemas, dizem os residentes, aumentaram com a construção da estrada VLS: faltam passa-

deiras e a velocidade com que passam os carros provocam alguns acidentes. Em março do ano passado, Sónia encontrou o filho deitado na estrada. "Pensei que ele tivesse morrido". Foi atropelado mesmo aqui", recordou. Apesar de viver nas barracas desde que nasceu, sabe que não pode continuar assim. "A vida que eu tenho aqui é normal para mim, mas não tem condições", admitiu.

Ao longo dos anos, foram várias as promessas de realojamento que nunca chegaram a ser concretizadas pois, explica Patrícia Martins, psicóloga do Centro Social e Paroquial de Grijó, que acompanhou as comunidades durante 14 anos, "os projetos eram inconcebíveis". Atualmente, acredita que a "mudança deve acontecer até 2020" e prevê-se que sejam "realojadas cerca de 160 pessoas".

A maioria dos moradores diz que

não consegue arranjar emprego e vive com o rendimento social de inserção. Soma-se o apoio do Centro Social e Paroquial de Grijó. Numa parceria com o Centro de Emprego e a Câmara de Gaia nasceu o curso de Assistente Familiar e Apoio à Comunidade. O principal objetivo é que os moradores comecem a criar rotinas para quando forem realojados.

"SEDE DE APRENDER"

Desde abril que 40 alunos frequentam o curso que começa às 9 da manhã e se prolonga até às 16.30 horas. Metade está a terminar o curso de alfabetização, equivalente ao quarto ano, e os restantes a concluir o sexto ano de escolaridade.

Elisabete Alves é uma das formadoras que acompanha a turma do quarto ano. A professora destaca a "sede que todos têm de aprender".



Fernando Santos (de boné) tem 27 anos e mora em Grijó com a mulher e filhos há seis



As famílias vivem em barracas sem água, luz nem saneamento

e acredita que o curso lhes dá "mais conhecimentos e que os ajuda a sentirem-se mais confiantes e autónomos".

Através do Contrato Local de Desenvolvimento Social, o Centro Paroquial quer ajudar os residentes a encontrarem emprego que pode passar pela criação do seu próprio negócio. Patrícia Martins acredita que "só precisam de uma oportunidade para provar que são capazes". "Eles estão preparados, só faltam as casas", acrescentou a psicóloga.

VIVER COM O PRECONCEITO

Fernando Santos tem 27 anos e é um dos alunos inscrito no curso de alfabetização que lamentam continuar a "viver num barraco". Mas não é o único. A história é contada na primeira pessoa por Filomena Santos, 39 anos, e pelo marido Luis Clemente, 34. "Se uma pes-

soa sabe estimar um anexo, quanto mais uma casa", desabafou Filomena.

Nas comunidades, somam-se os relatos de dificuldades em encontrar senhorios dispostos a alugar-lhes uma casa. Depois de várias tentativas, Augusta Soares já pode pintar o quadro com cores mais alegres. Foi a única que, há cinco anos, com o apoio do Centro Social, conseguiu alugar uma casa onde mora com o marido e a filha Joana. Agora com 11 anos, Joana foi a primeira criança da comunidade a frequentar o infantário. Agora, todas vão à escola.

Contactada pelo JN, fonte da Câmara Municipal de Gaia afirmou que o realojamento das comunidades "só poderá ocorrer quando a candidatura estiver física e financeiramente concluída", não sendo possível adiantar com exatidão uma data. ●

SOLUÇÃO

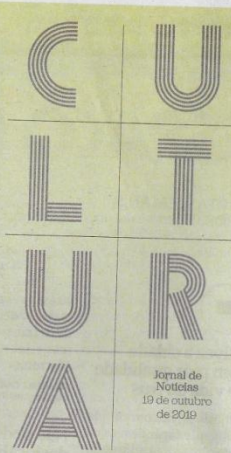
Plano de realojamento já foi aprovado

O realojamento das comunidades ciganas está integrado no PEDU e será financiado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional e pelo Município de Gaia. Os objetivos passam pela "reabilitação de espaços e unidades industriais abandonadas e pela integração de públicos desfavorecidos", explicou a Câmara de Gaia. As novas unidades habitacionais vão permitir a "reconversão urbana e requalificação física dos edifícios integrados na proposta de intervenção".

TY
p
p

Dec
tinh

ROL
Vaz
tori
do t
em
sen
bur
Pot
Aj
mi
me



Jornal de Notícias
19 de outubro
de 2019

Felgueiras quer ser a primeira aldeia das artes em Portugal

Arquiteto do Porto está a reinventar um aldeamento em Alfândega da Fé. A ideia é construir um espaço de criação e residência para artistas de todas as áreas



Arquiteto do Porto está a reinventar um aldeamento em Alfândega da Fé. A ideia é construir um espaço de criação e residência para artistas de todas as áreas

Ana Jorge Teixeira
cultura@jn.pt

PROJETO Há sete anos que o arquiteto do Porto João Andrade e Silva está empenhado em renovar uma aldeia em extinção onde moram apenas sete pessoas. É assim que Felgueiras, no concelho de Alfândega da Fé, se prepara para transformar-se na primeira aldeia das artes em Portugal.

Escolheu esta localidade por uma razão simples: o património urbano estava quase todo destruído e quando começou a requalificar uma casa, que agora é um hotel rural, pôde conhecer a "sensação de ouvir o silêncio e presenciar que há outros aromas que a terra emana". O também designer de interiores já investiu 100 mil euros em

cinco habitações, que pretende recuperar para atrair artistas. Está agora dependente do parecer favorável do município, para que possa avançar para o próximo passo: criar uma associação. "Só é possível desenvolver a aldeia e fixar as pessoas se for considerado um projeto cultural com uma âncora importante para o concelho de Alfândega da Fé", explicou ao JN. Mas, entretanto, já há famílias a manifestarem vontade de voltar a viver naquele local.

Do projeto faz parte uma residência artística dedicada à música, com um piano de cauda e outros instrumentos musicais. O arquiteto revelou que já foram várias as propostas que lhe foram chegando para habitar as futuras casas, desde

artistas plásticos, escultores, escritores ou pintores. Um sítio onde "é proibido proibir" e onde a arquitetura deve estar ao serviço da criatividade.

APROVEITAR A EXISTÊNCIA

Foi durante uma ida a Lisboa, quando estava a passar de carro em frente à maternidade Alfredo da Costa, que começou a nascer a ideia para a aldeia das artes. O arquiteto reparou que estavam a demolir um edifício histórico. "Para onde vão estas pedras?" foi a primeira pergunta que veio à cabeça de João Andrade e Silva.

Depois de perceber que iam para o aterro, acabou por conseguir comprar parte daquele espólio. Saíram de Lisboa e foram para Trás-os-Montes. Agora, estão a dar "um novo cunho e um



João Andrade e Silva investiu cerca de 100 mil euros para reabilitar cinco casas

SABER MAIS

Rota de vivências

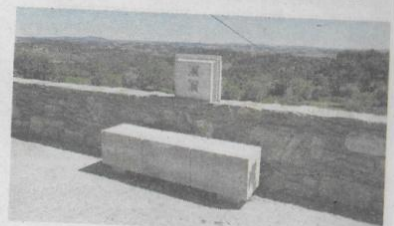
O arquiteto português não quer transformar a aldeia num museu, mas sim construir um espaço que continue a preservar a memória e a identidade de quem lá vive.

Hotel rural

A reabilitação de uma habitação antiga, comprada por um médico, fez nascer um hotel rural com 12 quartos que ainda não foi inaugurado.

A aldeia da Biosfera

Longe de tudo e de todos, Felgueiras é a primeira aldeia portuguesa da Biosfera. Uma localidade que está a ser transformada numa iniciativa inovadora.



Banco comunitário da aldeia

novo pensamento à aldeia", garante o arquiteto Andrade e Silva. Os respiros das casas de banho, por exemplo, são soleiras de mármore que trouxe de Lisboa. Há ainda bancos comunitários espalhados que são feitos com parte das pedras. Também conseguiu, com o apoio da Câmara Municipal do concelho, e com o Fundo de Turismo de Lisboa, uma candi-

data para requalificar a aldeia.

Com um financiamento de cerca de 200 mil euros, foi possível reabilitar o espaço público, melhorar as ruas, embelezar recantos e construir espaços como a lareira ou a churrasqueira coletiva. "A aldeia ficou preparada para o futuro com uma zona de estar", salientou o arquiteto. ■

Arte para fundir instrumentos clássicos

A cavacarra, bandolinarra e a sitarra são peças únicas e nasceram em Paços de Ferreira pelas mãos de Mauro e Cristóvão Passos



Apaixonado pela música e artesanato criaram três instrumentos originais

Ana Jorge Teixeira
cultura@jn.pt

MÚSICA Cavacarra, bandolinarra e sitarra. Os três novos instrumentos criados e produzidos por uma família de Meixomil, em Paços de Ferreira, são peças originais que fundem dois instrumentos e estão cuidadosamente (e estrategicamente) pousados no estúdio de música improvisado,

que Mauro Passos montou dentro de casa.

O apaixonado pela música criou com o pai, Cristóvão, estas peças inusitadas, que são objetos únicos e que não vão ser produzidas em massa. Nem sequer estão disponíveis para venda.

A cavacarra, criada em 2011, que junta o cavaquinho a uma guitarra elétrica, foi o primeiro resultado da parceria. Mais tarde, vi-

ria a criar mais dois instrumentos que agora acompanham Mauro sempre que sobe a palco: a bandolinarra, que mistura o bandolim com a guitarra elétrica de sete cordas; em 2015, criaram a sitarra, isto é, um sitar indiano no corpo de uma guitarra portuguesa. A nível sonoro, garante, “não se identifica nada de novo” e cada um soa como os instrumentos que conhe-

mos. Mauro sobe ao palco improvisado e ensaia uns acordes. Teste confirmado: o som assemelha-se aos originais.

DA TEORIA À PRÁTICA

O projeto não teria passado do papel sem a ajuda de Cristóvão, o responsável que deu vida aos novos instrumentos musicais. Entalhador de profissão, a escolha de Mauro foi ainda mais simples. “Ninguém mais fácil para lançar a proposta do que o meu pai”, admitiu. O desafio, revela Cristóvão, foi uma “experiência muito boa” depois de “uma vida dedicada à talha”. O “arquiteto” do projeto explicou que as três peças foram construídas, maioritariamente, através do reaproveitamento de partes de instrumentos que estavam danificados.

A escolha dos nomes foi a tarefa mais fácil, diz Mauro. Bastou tentar juntar os nomes dos dois instrumentos que estava a transformar numa designação só. ●

ANEXO XXII

Coldplay lançam álbum duplo em novembro

MÚSICA O novo disco dos Coldplay tem lançamento marcado para 22 de novembro e vai estar dividido em duas partes: “Sunrise e Sunset”. A novidade foi dada pelo grupo britânico numa carta enviada aos fãs, através da conta oficial do Instagram. Embora o título não tenha sido anunciado oficialmente, o comunicado da banda alude à expressão “Everyday life”. “Nos últimos 100 anos, ou próximo disso, temos andado a trabalhar numa coisa chamada “Vida quotidiana” [“Everyday life”]”, lê-se na carta assinada pelo grupo.

ANEXO XXIII

Jornal de Notícias 25 de outubro de 2019

Descobrir um “Século e Tanto” de histórias

Os 130 anos da “National Geographic” estão expostos no Porto numa mostra inédita até julho do próximo ano

Ana Jorge Teixeira
cultura@jn.pt

EXPOSIÇÃO Uma seleção de 200 capas das edições internacional e nacional da revista “National Geographic” dá as boas-vindas à exposição no Museu de História Natural e da Ciência da Universidade do Porto. Com mais de um “Século e Tanto” de histórias, o mote que deu nome à exposição pretende celebrar os 130 anos da “National Geographic”.

Há também um corredor que é um passeio por algumas das fotografias mais célebres dos últimos tempos. Entre elas, a imagem da rapariga afegã tirada por Steve McCurry. A exposição in-



Seleção de 200 capas de várias décadas e temas

clui trabalhos de exploradores portugueses. Uma oportunidade, nas palavras de Nuno Ferrand de Almeida, diretor do Museu, para mostrar o que foi a “nossa” contribuição para o conheci-

mento e para a exploração do Mundo”. Destaque para o padrão que Diogo Cão colocou no cabo de Santo Agostinho. A mostra fica na cidade do Porto até 19 de julho de 2020. ●

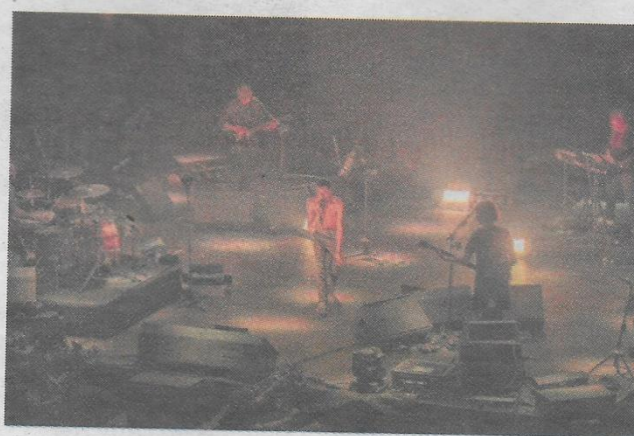
Ornatos: um amor que não deixa mentir

Dois concertos de duas horas, dois dias consecutivos, mais de 15 mil pessoas. Uma banda que é um caso de estudo

Ana Teixeira
cultura@jn.pt

CONCERTO Vinte e duas canções, dois encores e quase duas horas de concerto depois, os Ornatos Violeta justificaram, mais uma vez, o culto que lhes é prestado. O renovado pavilhão Super Bock Arena – Pavilhão Rosa Mota, no Porto, já tinha esgotado na noite de Halloween. A noite de ontem não foi diferente. Mais de 15 mil pessoas, na soma dos dois dias.

Adivinhava-se uma celebração apoteótica dos 20 anos de “O monstro precisa de amigos” e tudo estava pensado ao pormenor. O palco, no centro da arena, fazia sobressair a plateia ansiosa. Passava pouco das 22 horas, o público gritava pela banda. Apagaram-se as luzes e o “amor foi entrando em nós sem mentir”. Manel Cruz, Peixe, Nuno Prata, Elísio Donas e Kinörm começaram por lembrar “Como afundar”. “Estranha forma de acordar”, entoada em coro, deu as boas-vindas a “Tanque”.



Banda do Porto voltou a justificar culto de que é alvo

“Há de encarnar” fez subir a temperatura, tanto que a t-shirt de Manel Cruz saiu disparada do corpo e nunca mais voltou. A plateia, contagiada, cantava que “os sonhos não podem ter fim”.

De seguida, foi a vez de entrar “Para de olhar para mim” para nos confirmar que vai sempre valer a pena esperar por Ornatos. Os acordes de “Para nunca mais mentir” entraram, ao mesmo tempo que nas paredes da arena foram projetadas imagens dos cinco músicos a fazerem aquilo que melhor sabem fazer: música. A banda chegou

para dar, para estar, para sorrir e para amar.

“Ouvi dizer” levou o pavilhão ao expoente máximo da loucura e o coro do público sobrepôs-se à performance exímia de Cruz. “É um prazer muito grande estar aqui. Tocar no Porto tem um sabor especial”, confessava o vocalista antes de trazer “Notícias do fundo”. O prazer foi todo nosso. Graças a Ornatos não foi mais um “Dia mau”. Chegamos ao “Fim da canção” e se restavam dúvidas, ninguém saiu dali sem a certeza de que eles estão vivos outra vez. ●

32 CULTURA

SUGESTÕES

ARTES PLÁSTICAS

Vozes penduradas pelo Porto

Exposição coloca bandeiras desenhadas por artistas em edifícios da cidade



Obras de 30 artistas com curadoria de Miguel Von Hafe

Por Ana Jorge Teixeira

As vozes de 30 artistas nacionais e internacionais estão penduradas pelas ruas do Porto. Até 20 de dezembro, a exposição “Ver as vozes dos artistas” traz obras impressas em bandeiras, que foram espalhadas pela cidade e colocadas nos mastros de edifícios icônicos.

O objetivo da exposição é claro: dar voz aos artistas e trazer a arte contemporânea até ao espaço público. O alemão Christian Jankowski aproveitou o desafio e agora tem uma bandeira colocada na Associação dos Proprietários e Agricultores do Norte de Portugal. Nela é possível ver-se uma imagem do próprio, agarrado aos pés de Miguel von Hafe Pérez, curador da exposição. “Foi uma resposta do artista de querer participar de forma diferente neste projeto”, contou ao JN. O português João Marçal tem o seu trabalho exposto no mastro daquela que foi em tempos a sua faculdade. O pedido chegou da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto que mostrou interesse em poder exibir na instituição um trabalho de um antigo aluno.

“Ver as vozes dos artistas” pretende ser uma forma para desconstruir a utilidade das

bandeiras, associadas às fronteiras ou a representações de países e instituições. Com estas bandeiras, desenhadas por artistas, é suposto acontecer o contrário: não estão a marcar espaços, mas a marcar obras artísticas individuais. A propósito, o curador recorda uma frase de um poema que ouviu durante uma viagem de carro: “As bandeiras marcam territórios e fronteiras, mas não há nada mais livre do que o vento que as faz mover. A liberdade do vento que não tem fronteiras nem demarca territórios”.

O percurso também foi pensado ao pormenor. Houve uma preocupação para que o circuito se realizasse essencialmente no centro do Porto para que as pessoas pudessem fazê-lo a pé. O percurso tem passagem, por exemplo, pelo Ateneu Comercial, pelo Orfeão do Porto, a Casa da Madeira ou a Ordem dos Advogados. Quem assiste à exposição tem ao seu dispor uma aplicação que funciona como um guia, que permite aceder à biografia e ao trabalho de cada artista, assim como aos sítios onde as obras estão expostas. ●

Ver as vozes dos artistas

PORTO

ATÉ 20 DE DEZEMBRO

Ao ritmo da dança contemporânea em Viseu

O Teatro Viriato acolhe pela oitava vez New Age, New Time

DANÇA A 8.ª edição do New Age, New Time (NANT), festival de dança contemporânea, regressa hoje à cidade de Viseu, onde fica até dia 24 deste mês. Ao palco do Teatro Viriato vai chegar uma programação que cruza dança contemporânea portuguesa com outras disciplinas e estéticas. Nas palavras de Jorge Sobrado, vereador da Cultura da Câmara de Viseu, o festival “confirma o lugar privilegiado que a dança contemporânea tem e que deve continuar a ter no Teatro Viriato”.

CHAFES E MANTERO

A mostra renova-se a cada edição. Desta forma, “Lugares do público na dança contemporânea” é uma das novidades para este ano. A organização quer “conhecer de onde vêm os espectadores e que relação têm com o que testemunham”. O objetivo? Potenciar uma reflexão sobre a dança, com conversas e oficinas no final de alguns dos espetáculos.

O escultor Rui Chafes e a coreógrafa Vera Mantero vão voltar a “Comer o coração em cena”. No primeiro dia do evento é oferecida a oportunidade para regressar àquele híbrido de escultura e dança. As outras criações pertencem a Flora Détraz, Sara Anjo e às duplas Yola Pinto e Simão Costa, Madalena Victorino e Ricardo Machado, Clara Andermatt e Mickaella Dantas.

A encerrar, Jonas Lopes e Lander Patrick apresentam “Lento e largo” cuja cenografia é influenciada pelo trabalho de Bosch. A convite da Companhia Paulo Ribeiro, o programa inclui ainda a masterclass “O corpo pensante”, orientada por Vera Mantero. Os bilhetes podem ser comprados por peça, a quatro e cinco euros, ou por assinatura NANT, o que dá acesso a todas as apresentações por 30 euros. ●

ANA JORGE TEIXEIRA



Coliseu esgotou duas noites seguidas para ouvir Pedro Abrunhosa

25 anos de estrada, oito discos originais, mais de três horas de concerto, para celebrar "Espiritual", o álbum que ditou a digressão do músico em 2019

Ana Jorge Teixeira
cultura@jo.pt

NOTÍCIA Previa-se uma noite intimista, emotiva, poética. Pedro Abrunhosa, que abriu o ano de 2019 nos Aliados, a destacar o então ainda quente "Espiritual" – o seu oitavo disco de originais e aquele em que a escrita de canções se impõe de forma incontestável –, andou quase meses em digressão pelo país e, na reta final do ano, regressou a casa, ao Estádio, para dois concertos apoteosícos. Nas duas últimas noites, Abrunhosa esgotou o Coliseu (teria esgotado quatro datas, garante a produção, se houvesse calendário – e, até prova em contrário, ainda é naquele mês que os músicos fi-

cam à flor da pele), cantou mais de três horas em cada atuação, percorreu os álbuns todos desde "Viagens", 25 anos de estrada, mais de 20 canções em cada noite, e protagonizou um espetáculo em que a emoção falou mais alto.

"NÃO É PARA ENTRETER"

Num ambiente acurado, pouca luz e silêncio total, Pedro Abrunhosa surge sozinho em palco, mostrando logo ao que vem: será "uma noite encantada para o resto da vida". Arranca no início deste século, ao piano, com "Momento", a canção mais ouvida em Portugal em 2002 e 2003, seguindo para "Eu não sei quem te perdeu". A segunda canção desse álbum, dupla platina,

o público já estava rendido.

No palco, uma tela vai exibindo imagens e letras das canções, Abrunhosa continua sozinho a resgatar temas antigos, como "Balada de Gisberta", recordando o "bárbaro crime" que em 2006 tirou a vida a uma mulher apenas "porque era diferente e mais fraca"; ou "Senhor do Adeus", a lembrar o "príncipe feliz do Saldanha"; ou "Será", aquela pungente carta de despedida que um homem escreve a outro homem que vai morrer com sida.

A tela só desaparece quando se ouve "Vamos levantar voo", primeira incursão pelo disco "Espiritual". A condizer com esse álbum, mais introspetivo e despido de artefactos, o músico per-

manece solene e despojado em palco. Mas a partir daquele momento rodeia-se da família musical, os Comités Caviar. E se dúvidas ainda houvesse de que seria uma noite para despir sentimentos, o compositor nascido do jazz acabaria por avisar: "Este espetáculo não é para entreter, é para sentir".

Por isso, não basta cantar as canções dele com ele, coisa que o público até fez quase do início ao fim do concerto. É preciso prestar atenção às letras. Cada vez mais, porque Abrunhosa é cada vez mais isso: o escritor de canções que não ignora o país e o mundo onde vivemos. "Amor em tempo de muros", primeiro single de "Espiritual", é sobre a crise de refugiados. Mas essa



apenas uma das histórias reais que conta no disco.

Se o avesso de quase todas as letras estava já identificado, por estes dias Abrunhosa decidiu decifrar outra canção: “Pode acontecer”, um dos momentos mais emotivos da noite, foi escrita para os seus pais. Viveram juntos a vida inteira e só a morte, agora, aos 90 anos, conseguiu separá-los.

O Coliseu ouviu ainda temas que dispensam apresentações, como “Se eu fosse um dia o teu olhar”, “Não

desistas de mim” ou “Lua”. O funk teve aparição fugaz em “Rei do Bairro Alto”, “Não posso mais” ou é “Preciso ter calma”. Mas a ideia era mesmo acabar em uníssono. “Permitam-me que iluminemos o mundo a partir do Coliseu”, disse Abrunhosa, o público erguendo-se e repetindo vezes sem conta “enquanto houver amanhã, ilumina-me”. E se há finais que funcionam há 25 anos, para quê privar deles o público? “Tudo o que te dou, tu me dás a mim.” ●

ANEXO XXVIII

Música para ajudar órgão da Lapa

CONCERTOS A Irmandade da Lapa prepara-se para receber hoje o primeiro de vários concertos solidários. O objetivo? Angariar fundos para a revisão do maior órgão de tubos da cidade do Porto, na Igreja da Lapa. A Irmandade precisa de cerca de 150 mil euros.

"Dado o contributo cultural que tem representado para a cidade, decidimos lançar um conjunto de even-

tos", explicou ao JN Filipe Veríssimo, Organista Titular da Igreja da Lapa.

O primeiro concerto é da responsabilidade do coro e orquestra da Academia de música Costa Cabral. "Todos os concertos vão ser com instituições de música da cidade", disse Filipe. As restantes datas ainda vão ser reveladas.

É um "instrumento que tem um desgaste de material muito grande", afirmou o



O grande órgão de tubos foi inaugurado há 24 anos

mestre. O órgão tem 30 toneladas, 12 metros de altura e mais de 4000 tubos.

Além de música, também vai realizar-se um leilão onde vão ser vendidas várias

peças da festa de inauguração, em 1995. Da lista fazem parte medalhas, livros, CD ou cálices de vinho do Porto com quase 25 anos. ●

ANA TEIXEIRA

ANEXO XXIX

Jornal de Notícias 26 de novembro de 2019

Uma exposição para dar imagem à palavra

Casa do Cinema Manoel de Oliveira apresenta
mostra sobre o cineasta francês Eugène Green



A exposição fica patente em Serralves até 6 de fevereiro do próximo ano

Ana Jorge Teixeira
cultura@jn.pt

SERRALVES Uma sala para viajar pelo universo cinematográfico de Eugène Green é o mote da primeira exposição retrospectiva da obra do cineasta norte-americano naturalizado francês, inaugurada ontem na Casa do Cinema Manoel de Oliveira (CCMO), em Serralves, no Porto. O percurso expositivo, com vários ecrãs que projetam os filmes de Eugène, de 72 anos, pretende dar uma "Imagem à palavra", nome escolhido para a exposição que fica patente no museu até 6 de fevereiro do próximo ano.

"Permite-me ter um olhar

diferente sobre os meus filmes e descobrir coisas que ainda não conhecia", admitiu o homenageado ao JN. A mostra percorre toda a obra do dramaturgo, encenador e ator. Os visores exibem "Toutes les nuits", o primeiro filme de Eugène, "A religiosa portuguesa", a obra com que se estreou em território nacional, ou os filmes "Les signes" e "Como Fernando Pessoa salvou Portugal".

Em estreia dupla chega a exibição do documentário "Lisboa revisitada", reflexão de meia hora sobre o turismo de massas através de imagens captadas na capital portuguesa em 2008. O novo trabalho confirma,

mais uma vez, o interesse que Eugène Green nutre pela cultura portuguesa.

Para António Preto, diretor da CCMO, a "Imagem da Palavra" coloca uma série de desafios e provoca uma nova relação com as imagens em movimento, ao apresentar um objeto que costuma ser apresentado noutra forma. Descobrimos coisas que na sala de cinema se vêm de outra maneira". Além da exposição, a CCMO apresenta, em janeiro, uma "Carta branca" ao realizador, que foi convidado para selecionar os filmes/autores marcantes no seu percurso, bem como uma "Retrospectiva integral" da sua obra. ●

David Carreira leva “7” à Altice Arena

Cantor apresenta concerto 360° em Lisboa. Espetáculo conta com a presença da irmã e do pai em palco.



MARIA JOÃO GALA / GLOBALIMAGENS

Artista conquistou o Disco de Ouro com “7” em apenas cinco semanas

Ana Jorge Teixeira
cultura@jn.pt

MÚSICA Há um ano, quando lançou o álbum “7”, David Carreira não imaginava que no próximo sábado estaria a pisar pela primeira vez o palco da Altice Arena, em Lisboa, num concerto 360°. O artista de 28 anos poderá tornar-se o cantor mais novo a esgotar esta sala, cuja lotação é de 20 mil pessoas. Depois de ter-se estreado num concerto 360°, há três anos, no Campo Pequeno, também em Lisboa, David Carreira considerou que repetir a experiência numa

sala maior “fazia todo o sentido”. “Sente-se mais a energia do público” e fica-se “mais próximo de todas as pessoas”, justificou. Em conversa com o JN, o músico explicou ainda que a ideia sempre foi montar um espetáculo diferente para encerrar a digressão “7 Tour”.

Nessa noite, não vão faltar surpresas nem convidados. Além de partilhar o palco com a irmã mais nova, Sara Carreira, para interpretar “Gosto de Ti”, e com o pai, Tony Carreira, para cantarem “Se eu soubesse”, há outros nomes já confirmados. É o caso de Mc Zuka,

Deejay Têlio, Nuno Ribeiro ou Nego do Borel. Haverá ainda “imensa dança” e “momentos mais calmos e intimistas, para cantar com o público”. O alinhamento será uma viagem por todos os discos da carreira, mas o álbum mais recente será o protagonista do espetáculo.

“7”, que conquistou o disco de ouro em apenas cinco semanas, tem dez temas divididos em cinco histórias: umas melancólicas, outras felizes. Todas estão ligadas pelas letras e videoclipes: “A primeira do lado feliz está ligada à primeira do lado triste e assim sucessivamente.” ●

Uma reflexão sobre o mundo ocidental

“Porque permaneces na prisão se a porta está aberta?” fica em cena até dezembro



Sandra Salomé e Cristiana Castro protagonizam a peça

Por **Ana Jorge Teixeira**
Jornalista

“Porque permaneces na prisão se a porta está aberta?” estabelece um paralelismo entre os mares da “Odisseia” e o som protetor das águas uterinas. O texto é de Zeferino Mota, que também o encena, ao lado de Pedro Fiúza.

Inicialmente pensado para ser um monólogo acabou por transformar-se num diálogo entre duas figuras femininas, uma mãe e uma filha, para um confronto de perspetivas e gerações. Há duas visões em cima do palco. A da mãe, interpretada por Sandra Salomé, é sobre a forma como a própria vai encarando a modernidade, num discurso conservador e quase reacionário. A sua filha, com interpretação de Cristiana Castro, apresenta uma visão fria, pragmática e que pensa unicamente nas suas necessidades.

Pelo meio do espetáculo há cruzamentos com a “Odisseia”, uma vez que “a matéria-prima da obra é o oceano e o oceano tem uma ligação com a matéria aquosa do útero da mãe. O primeiro som que ouvimos é uma espécie de som do mar”, disse Zeferino Mota. Cruzamento também com Ulisses, por ser dos primeiros textos da cultura

ocidental a refletir sobre a condição humana. Ainda “é muito utilizado para falar da nossa época atual”.

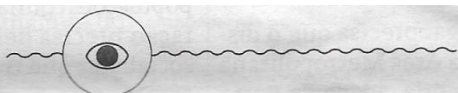
Até que ponto o amor filial poderá funcionar como espaço de resistência a alguma mecanização que existe nos nossos dias? Num período de avanço tecnológico cada vez mais rápido, colocando as pessoas em situações de desumanização e desinteriorização, poderá o amor de mães pelos seus filhos e o amor dos filhos pelas suas mães ser o únicos espaço com capacidade para resistir?

Desta forma, para o autor e encenador, a peça é sobretudo para refletir sobre a forma como estamos a viver. “Há uma expulsão do outro nos nossos ritmos quotidianos onde cada um está no seu mundo”, explicou. Além disso, habitamos um mundo com uma “crise de pensamento” onde as pessoas têm muita dificuldade na escuta.

A peça ficará em cena até 8 de dezembro, com apresentações às quartas, quintas e sábados às 19 horas, sextas-feiras às 21h30 e aos domingos às 16 horas. ●

Porque permaneces na prisão se a porta está aberta?

Teatro do Bolhão, Porto
ATÉ 8 DE DEZEMBRO



Fernando Rocha celebra com Ricardo Araújo Pereira

Fernando Rocha chega esta noite à Super Bock Arena - Pavilhão Rosa Mota para um espetáculo de stand-up, esgotado há uma semana, para celebrar 20 anos de carreira. E fazia sentido fazê-lo no Porto, a cidade que o viu crescer. Há 15 anos, numa outra celebração, encheu a antiga sala do Palácio de Cristal com seis mil pessoas. “São 20 anos recheados de emoções fortes, a fazer rir as pessoas e a fazer com que pessoas chorem de rir”, contou ao JN. O comediante quer continuar a “unir as pessoas pelas gargalhadas e sorrisos”, porque acredita que o humor é “transversal a todas as faixas etárias e classes sociais”. Será uma festa com convidados especiais em palco: Fernando Rocha vai estar ao lado de Ricardo Araújo Pereira, Victor Sarro (do Brasil) e Gilmário Vemba (de Angola) porque são, para ele, os três melhores humoristas dos seus países.

ANA JORGE TELXEIRA



~ PROTAGONISTA ~

Dos livros à música, o “Rei da Alegria” não pára

Manuel Morais é um dos cantores populares mais antigos do Porto e celebra 70 anos de carreira com biografia



Casa de Manuel Morais é um verdadeiro museu de memórias

ARTISTA Quem entra em casa de Manuel Morais corre o risco de confundir com um museu de memórias onde se colecionam troféus, condecorações, mensagens e homenagens que o artista foi recebendo ao longo dos seus 70 anos de carreira. Tinha apenas 12 anos quando descobriu que pertencia ao palco. A peça “Valentes e medrosos”, no Patronato da Vitória, lançou-o no mundo do espetáculo e a partir daí nunca mais parou.

Agora, aos 86 anos, o músico popular publicou a biografia “Manuel Morais, no palco da alegria”, uma viagem pelos principais episódios da sua longa vida artística, um percurso de muitos palcos em que fez os amigos que lhe deixaram um tributo. São páginas que guardam fotos e

CV

- **Idade:** 86 anos
- **Residência:** Porto
- **Profissão:** Músico

testemunhos de nomes da música e da televisão, como Herman José, Sónia Araújo ou Marco Paulo. Ao JN, recordou ainda o tempo em que partilhou o palco com “alguns dos maiores artistas”. Cantou ao lado de Amália Rodrigues, Beatriz Costa, Vasco Santana, Berta Cardoso ou Lenita Gentil.

Outra grande parte da sua vida foi passada entre os livros. Apesar de ser conhecido pela música popular, Manuel Morais chegou a

ser livreiro e começou por trabalhar na Livraria Simões Lopes, no Porto, em 1948. Mas foram os espetáculos em palco que fizeram o “Rei da Alegria” (como é mais conhecido) “correr o país de lés a lés”, com as suas cantigas populares, anedotas, rábulas e teatros de revista.

“SEGUNDA FAMÍLIA”

Considera o público uma “segunda família”. E ainda hoje lhe cantam as suas canções quando passam por ele na rua. Os temas dedicados ao Porto, como o “Senhor de Matosinhos”, “Janelas do Porto”, “Ó meu Porto tão velhinho” ou “Noite de S. João” vão ser sempre especiais para Manuel Morais. “Fui a muito lado, mas o meu Porto estava sempre comigo”, confessou. ● ANA JORGE TEIXEIRA

Jornal de Notícias 3 de dezembro de 2019

Emprestar a casa para dar e receber cultura

Projeto “Bichos do Mato” leva espetáculos e público para dentro de salas particulares em São João da Madeira



Concerto do artista multifacetado Aleksandar Caric Zar surpreendeu público

Ana Jorge Teixeira
cultura@jn.pt

INICIATIVA A missão foi aceite por Rui Ferreira: deixar que a sua casa fosse invadida por 53 desconhecidos para irem assistir a um concerto, a pedido da Associação de Jovens Ecos Urbanos, em São João da Madeira. A sala, que também é cozinha, escritório e ateliê de fotografia de Rui, foi adaptada e o concerto estava prestes a começar: “Boa noite. Estou muito feliz por vos ver e por finalmente conseguir estar aqui”, disse o artista convidado. O público ficou rendido e a iniciativa tem um nome: “Bichos do Mato”.

Concertos, dança, teatro, workshops ou exposições – a ideia é trazer até à cidade propostas culturais, mas com uma diferença essencial. Os eventos têm de acontecer nas casas de quem se candidatar a recebê-los – artistas e público.

Foi o que aconteceu nesta 19.ª edição de “Bichos do Mato”, que foi entregue a Aleksandar Caric Zar, artista de múltiplos talentos. Toca bandolim, guitarra, harpa amplificada, metalofone, flautas, canta e transforma



Casa de Rui Ferreira foi palco para o espetáculo

objetos do quotidiano em instrumentos musicais. A sua mesa de trabalho estava preenchida com peças como pratos, sinos ou chocalhos de cavalo e burro.

Por isso, a organização montou aquele que lhe pareceu ser um casamento perfeito: a casa de Rui, construída por ele, com a performance de Zar.

E não é por acaso que o projeto, numa conversa de café, ganhou o nome “Bichos do Mato”. “É uma ligação entre aquelas pessoas que não saem de casa. Já que elas não saem, nós levamos a cultura até elas”, explicou

ao JN Pedro Vieira, um dos impulsionadores da iniciativa, que acontece uma vez por mês.

Quem quiser ser anfitrião, tal como Luís, inscreve-se através da página de Facebook ou do site da Associação. A equipa dos Ecos Urbanos entra em contacto para conhecer a casa e conciliar a proposta cultural às pessoas que lá moram. Por isso, a organização montou aquele que lhe pareceu ser um casamento perfeito. A casa de Luís, construída por ele, com a performance de Zar.

Ainda não há data para a próxima edição. ●



Miúdos e graúdos à descoberta do comboio escondido em Gaia

A Casa da Aldeia guarda mais de 300 anos de histórias da família Ribeiro. Mais do que uma viagem pelo tempo, é um espaço que eterniza a paixão antiga de Bernardino pelo transporte ferroviário, que o fez construir uma linha própria no seu quintal onde não faltam pontes e túneis

Ana Jorge Teixeira e Rosária Gonçalves
urbano@j.n.pt

Quem passa pelo número 776 da Rua da Aldeia em Valadares, Vila Nova de Gaia, não imagina as histórias que estão escondidas para lá do portão verde. Aos 91 anos, Bernardino Ribeiro mantém viva a tradição da Casa da Aldeia, que pertence à família desde 1711. O som da campainha e as bandeiras sinaléticas que Bernardino segura dão início à viagem pensada ao pormenor. O primeiro passo é adquirir um bilhete, validado antes do embarque. O percurso tem três pontes (Tanque, Poça e Portita) e dois túneis, Penedo e da Vinha, com 17 e 12 metros. Só o tamanho reduzido da carruagem distingue esta linha de uma verdadeira estação ferroviária, porque à volta há apesdeiros, vestíbulos, o bufete e até o despacho das bagagens. Foi assim que, em 2011, nasceu no quintal de casa uma linha de comboio com 530 metros, construída pelo próprio. "Tudo começou quando era muito novo e ia com os meus pais à casa de uns amigos na Granja. Como era junto à linha dos comboios, passava o tempo



Há ainda uma sala dedicada aos tempos da e

O bilhete para viajar no Comboio da Aldeia é gratuito e adquirido na hora



de Bernardino

« O interesse pelos comboios cresceu ao descobrir que era possível construir circuitos em miniatura

† A paixão de Bernardino é levada para todo o lado. Nem a caixa de fósforos escapou

† Na Casa da Aldeia estão guardadas várias miniaturas realistas de estações de comboios



† Com a linha de comboio, Bernardino deu uma nova vida ao quintal

a observar", conta. "Vi isto lá fora e vim para Portugal com a ideia de fazer uma coisa mais pequena, só que, depois de começar, não se para", acrescenta.

O fascínio pelos comboios começou muito antes de imaginar que um dia teria uma linha ferroviária dentro da própria casa. Há cerca de 40 anos que a placa "cantinho dos comboios" dá as boas-vindas a uma das salas com maquetes de miniaturas ferroviárias que construiu e eletrificou. Já perdeu a conta ao número de peças que dão vida à miniação de comboios.

Os pormenores incluem postos de gasolina, garagens, pontes, uma placa giratória, linha de alta tensão e até o teleferico. Bernardino foi adquirindo as peças ao longo do tempo, "nos comboios reais, sucateiras, feiras, ou onde pudesse". E assim foi transformando a quinta numa exposição permanente da história dos caminhos de ferro. Não cobra bilhete pelas visitas e quem quiser pode contribuir com um donativo para a manutenção do circuito.

DA LAVOURA AOS BRINQUEDOS

Mas nem só os comboios dão vida à Casa da Aldeia. As alfaias agrícolas, os utensílios do leite, do mel, do tratamento do milho e do linho preservam as memórias de quando a família Ribeiro se dedicava à lavoura, profissão que Bernardino herdou do pai a partir de 1960. Mas não é tudo. Um escadas ingremes levam o público a uma sala de brinquedos onde construiu a miniatura que batizou como "aeroporto Casa da Aldeia de Valadares".

As quatro paredes do compartimento também guardam os berços dele próprio, da mulher e de uma das filhas. As vitrinas espalhadas pela sala exibem ainda uma exposição de bonecas oriundas de vários cantos do Mundo. "Sempre gostei de fazer brincadeiras desde miúdo e por isso juntei isto tudo", admite. E, talvez por este motivo, gosta de se apresentar como um "ajuntador" e não um "coleccionador".

Apêndices

Apêndice I: Entrevista exploratória

Nome: Helena Teixeira da Silva

Cargo: Editora-adjunta da Cultura

Data: 3 de novembro de 2020

Quais são as principais funções do Jornalismo Cultural?

Eu acho que não há Jornalismo Cultural. Eu acho que há Jornalismo, ponto. E o problema é que considero que não existe Jornalismo cultural em Portugal. Há jornalistas que fazem Cultura. Quando as pessoas vão trabalhar para a Cultura, por alguma estranha razão, acham que é uma secção ou uma editoria à parte que está dispensada de ter fontes, está dispensada de fazer caixas, de procurar notícias ou de ir para a rua que é onde se “sacam” as histórias e isso está errado. É uma tendência em crescendo. Quanto mais crescem as agências de comunicação, quanto mais os artistas, os concertos, os teatros, as instituições culturais estão profissionalizadas mais te bombardeiam e mais vais ficando dispensado de pensar, podes ficar sentada e as coisas caem-te no colo e estás quase a responder às agências e não ao teu próprio critério. Acaba por chegar à redação outro tipo de informação. Por exemplo, se eu lançar um livro hoje, não é obrigatório, que é uma coisa que os jornais fazem, dar o lançamento do livro no dia em que o livro sai. Para quê? É muito mais importante que consigas uma entrevista com o autor, que obviamente tenhas lido o livro e tenhas pensado sobre ele, do que estar sempre nessa loucura do sai hoje, dá hoje. Num concerto - claro que tens de dizer que vai acontecer - é muito mais importante para mim saber o que aconteceu porque tu foste e eu não fui. Tens de me pôr a ver o concerto. E isso é uma função do jornalista que faz Cultura e também isso se faz cada vez menos. As pessoas têm pouquíssima ou nenhuma disponibilidade para trabalhar à noite e têm cada vez menos curiosidade numa série de coisas. Não me faz sentido que trabalhes em Cultura se na tua vida não tens interesse nenhum por cinema, teatro, dança contemporânea, música, concertos, literatura. Não faz sentido. É a mesma coisa que seres jornalista de Política e não teres paciência nenhuma para Política. Além disso, o jornal dá tão pouca importância à Cultura, que se quiseres consumir Cultura não é ao JN que vais buscar. Quanto menos o jornal dá, menos o leitor procura ali. Quando comecei a trabalhar em 2000 fazíamos muito *Follow up*, até esgotar o assunto ou até ele ficar resolvido. Hoje, é um tiro e acabou, passas à próxima. Não consigo entender muito bem

como é que um jornal como o *Jornal de Notícias* desbarata assim tanto a Cultura, é quase um preconceito ao contrário.

Como caracterizas o Jornalismo Cultural em Portugal?

É tudo muito diferente. Não há uma definição para o Jornalismo Cultural em Portugal porque, por exemplo, a Cultura que o JN faz é muito mais popular. Já o *Público* apresenta duas linhas diferentes, a Cultura que dá todos os dias no jornal é completamente diferente da Cultura que dá no *Ípsilon*. O *Expresso* anda mais colado ao *Público* mas mesmo assim dá muito menos e muito mais depressa. É difícil, não consigo dar-te essa definição.

Pode dizer-se que, no *Jornal de Notícias*, o aspeto financeiro é um dos responsáveis pela aparente menor aposta no Jornalismo Cultural?

Claro, tem tudo a ver. Quando eu cheguei, a secção tinha oito pessoas todos os dias, hoje tem três. E isso faz muita diferença. É impossível fazer uma secção com densidade, com três pessoas. Significa também que cada vez que há dinheiro, o jornal vai investir nos jornalistas que podem fazer histórias que incidem mais no que é a cultura do JN, sejam acidentes, sejam as histórias de facas de algarde e por isso acaba-se por investir mais na Justiça, no Local. Nestes 20 anos que estou no jornal, tive apenas duas manchetes de Cultura. No mundo ideal, se tivesses muito dinheiro, podias contratar mais jornalistas, dar mais páginas à Cultura, sem estares preocupada se isso vai converter leitores ou não.

Consideras que há um público-alvo para o Jornalismo Cultural do *Jornal de Notícias*?

Acho que sim. Só que o difícil nisso é: como é que sendo um jornal generalista consegues cativar um público que gosta de coisas específicas? A editoria de Cultura era, num mundo perfeito, uma coisa que existe tanta dedicação, tens de ter tanto cuidado para não desperdiçares este tipo de gente e agora o leitor da Cultura já não estamos a falar de uma elite, como era antigamente. É gente de todas as idades, que vai a festivais, vai a concertos, vai a exposições e acho que é um tiro no pé tão grande estar a desperdiçar isso.

Quais os temas que chamam mais a atenção do público? Que tipo de peças caem mais facilmente?

Acho que a música, porque é mais democrática. Os festivais democratizaram-se muito e atinge muita gente. E dentro da música, tens música para todos os gostos e dificilmente não funciona. Coisa diferente é se fizeres um texto sobre um livro um bocadinho mais exigente. As pessoas leem cada vez

menos porque dá trabalho. Ou se fizeres uma entrevista a um arquiteto, que é mais exigente ainda. Vais acabando por ir afunilando e perdendo pessoas naquilo que é o target do JN.

O Jornal de Notícias tem uma agenda própria? Foge (ou tenta fugir) à agenda previamente calendarizada?

Não. Se tivesse uma agenda própria, não respondia tanto às coisas do dia. Como é uma secção muito pouco proativa, tu não investes nas histórias que estás a contar, são raras as vezes em que se aprofunda. Podes ter dias que trabalhas melhor um assunto, mas a maioria das vezes é a despachar. O primeiro erro é não ter agenda própria.

O que deve mudar no jornalismo sobre as artes praticado no JN?

Em primeiro lugar, a proatividade. Perceber que é uma secção em que não é um trabalho das 9h00 às 17h00. Não podes trabalhar em Cultura se não gostares de nada, se não tiveres interesse em nada. Se não gostares da área específica, se não tiveres curiosidade, se não gostares de falar com pessoas, não tiveres o à vontade de pegar no telemóvel e descobrir o que está a acontecer, se não tiveres vontade de entrevistar pessoas, se não leres, estás mesmo no sítio errado e isso acontece muito. Se achares que vais para ali fechar páginas, que ainda por cima são poucas, está tudo errado. No *Jornal de Notícias* lavra outro equívoco que é colar a Cultura ao cor-de-rosa (o “Pessoas”), que induz o leitor em erro e leva-os a pensar que esses temas noticiados nessa editoria, fazem parte da Cultura. Assim como também não faz sentido que o *email* usado para “Pessoas” seja o mesmo para a Cultura. É um erro que o JN pratica abundantemente, além de que descredibiliza completamente a Cultura. Presume-se que o espetáculo faz parte da cultura, que faz, só que depois há um salto entre espetáculo e entretenimento e aí já não é Cultura. O JN há mais de 30 anos que faz uma divisão dentro da Cultura e à medida que os anos foram passando, as coisas foram-se degradando. Outro problema é que antes os jornais tinham muitos mais leitores e muitas mais publicações então as segmentações eram mais claras. Como os jornais foram perdendo leitores, foram diminuindo o número de páginas, de publicações, de segmentos, começaram a absorver tudo para sobreviver. Este chamado “gossip”, as “fofocas” antes estava acantonado em revistas como a *Maria*, a *Nova Gente*. O mesmo com o Desporto. Sempre houve Desporto nos jornais diários mas não desta maneira. O Desporto estava nos jornais desportivos e os diários só tinham algumas páginas sobre o tema. Mas hoje o Desporto tem um peso muito grande para os jornais então todos começaram a dar mais páginas. Apesar de tornar o jornal mais diverso, ao mesmo tempo também fica mais disperso. Mas é uma tentativa de ganhar

leitores. Só que essa diversidade também se torna dispersão e dispersão leva a perda de identidade e um jornal tem de ter identidade.

Como se selecionam as regiões que vão ser noticiadas?

Está relacionado com a área de implementação do jornal. Se tiveres que escolher entre uma história menor no Porto ou uma história maior em Lisboa, provavelmente na reunião vão dizer para escolher a do Porto. Para acontecer uma coisa em Lisboa e ser abertura de Cultura no JN tem que ser uma coisa de uma dimensão tal que vais presumir que o leitor do Porto pode querer ir a Lisboa. Está também relacionado com a geografia onde o jornal vende mais: se vende sobretudo no norte, acaba por deixar de fora os sítios onde vende menos.