

**PRODUÇÃO JORNALÍSTICA NAS SOCIEDADES  
CONTEMPORÂNEAS  
BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE A  
EXCLUSÃO CULTURAL E A  
CONDIÇÃO DE CIDADANIA<sup>1</sup>**

**Sérgio Luiz Gadini<sup>2</sup>**

*“De nada serve partir das coisas boas de sempre.  
Mas sim das coisas novas e ruins” (Bertolt Brecht)*

**RESUMO:** O presente texto discute alguns dos limites e desafios do jornalismo brasileiro contemporâneo, voltado ao campo da produção cultural, tensionando com a perspectiva da condição de cidadania. Ao mesmo tempo em que indica elementos históricos que tendem a restringir o acesso aos bens e produtos culturais a uma pequena parcela da população, o autor destaca a abrangência do campo cultural e, também, busca pensar o modo como o jornalismo – guardadas as suas proporções de alcance social e da própria lógica do mercado de consumo – pode participar do desafio de ampliar as condições de acesso ao exercício da cidadania, a partir da democratização da produção cultural.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo cultural, cidadania, exclusão cultural no Brasil contemporâneo.

Para discutir jornalismo, cultura e cidadania nessa simpática república (nem sempre pública, como supõe o termo) é fundamental –

---

<sup>1</sup> Texto sistematizado a partir de uma palestra realizada no IV Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação (que abordou o tema “Jornalismo, Cultura e Cidadania”), realizado no Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR), em junho de 2001.

<sup>2</sup> Professor do Curso de Jornalismo e do mestrado em Ciências Sociais Aplicadas na Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR (sergiogadini@yahoo.com.br)

além dessa breve tentativa de justificar com argumentos como essas relações se estabelecem – compreender um pouco o modo como grande parte da população foi (e, o pior, continua sendo!) historicamente excluída das mais diversas formas de acesso aos bens e serviços do setor cultural.

É, aqui, que a noção de cidadania pressupõe, inevitavelmente, uma conexão com determinados fatos, situações e demais referências que indicam como e porquê a cultura – como o que se entende por educação – permanece um produto para poucos. Um artigo de luxo, ao qual uma restrita faixa de pessoas tem acesso neste País.

Oportuno lembrar (não com o intuito de provocar um virtual peso de consciência ou sentimento de culpa, mas antes para contextualizar) que entre os poucos brasileiros que ainda usufruem das condições mínimas de acesso aos bens/serviços e produtos da cultura estão os jornalistas, professores e estudantes universitários. Em outros termos, nós, que por ora temos o privilégio de estar em uma universidade!

Um dos mais respeitados críticos e conhecedores da história da Música Popular Brasileira<sup>3</sup>, José Ramos Tinhorão (embora, pouco lido pela nossa *intelligentsia* coletiva, tanto que a primeira edição do livro saiu em Lisboa em maio de 1990 e no Brasil, com uma maior divulgação, só em 1998), ilustra muito bem a trajetória da exclusão cultural no País a partir da produção e do consumo musical.

O propósito deste texto é, assim, discutir algumas das questões que dizem respeito ao campo cultural e – porque aqui se fala da prática jornalística – também ao surgimento de um setor de produção da informação segmentada: o que se entende e faz por jornalismo cultural.

Vale lembrar que jornalismo cultural não é aqui entendido como sinônimo de divertimento, lazer ou essas incontáveis tentativas de adesão ao consumo por formas que se propõem a distrair – quando não apenas atrair interesse ou enganar – o público leitor, por meio de promessas... como a entrega de um conjunto de painéis de alumínio de baixa qualidade na compra de uma assinatura de jornal, um CD com imagens em movimento do cotidiano de um *star* televisivo, os hábitos

---

<sup>3</sup> Talvez, seria oportuno observar que este é um daqueles raros livros que todo o formador de opinião, crítico cultural ou jornalista deveria ler para compreender um dos setores que se desenvolveu e mais influência possui no imaginário coletivo do Brasil contemporâneo.

alimentares de alguns notáveis (no nome ou, quando muito, no limite do adjetivo, é claro), um encarte que revela a melhor comida para seu cachorro, dentre outras ofertas de serviços (e que serviço, heim?) que se 'encartam' na comercialização cotidiana de revistas, diários, edições dominicais e similares.

Em outros termos, considere-se – ou ao menos tenha presente – que a noção de cultura passa, inevitavelmente, mais próxima da industrialização da arte/cultura contemporânea e menos de uma perspectiva antropológica da ação humana.

Isso, contudo, não implica em abandonar a noção de modernidade ou de esclarecimento, capaz de diferenciar um discurso populista e autoritário com eventuais perspectivas libertárias e críticas.

### **Apontamentos sobre a Trajetória de uma Exclusão Social**

Até as primeiras décadas do século XX, quando se pode dizer que a vida urbana brasileira estava bastante restrita a quatro ou cinco cidades, a própria capital federal ainda não oferecia as condições básicas para que uma significativa parcela da população tivesse acesso aos bens culturais existentes na época. Jornais com pouca tiragem, uma preocupante taxa de analfabetismo e poucos meios de proliferação artístico-cultural davam o tom nas principais cidades do País.

Apesar da raridade de espaços coletivos, que caracterizariam iniciativas de lazer, expressão artística, cultura e sociabilidade, alguns dos diários da época se responsabilizavam pela projeção de juízos ousadamente preconceituosos e similares, como se pode identificar no texto utilizado por José Tinhorão. Ao referir-se ao que seria o café-cantante dos proletários, a crônica de Álvaro Sodré, veiculada na revista *Fon-Fon*, de 14/02/1925, diz

“O mais interessante deles é um na rua do Livramento, na Saúde. É o café dos marinheiros, estivadores, serventes de pedreiro, dos profissionais da vadiagem. Todas as noites ali se reúne a flor da Saúde. Meia dúzia de mesas, um choro, um balcão de mármore e uma lâmpada elétrica – eis tudo. Lá dentro um bafio de álcool. Não tem orquestras, mas possuem o violão. E o destino ainda lhes deu a mulata...” (Tinhorão, 1998, p. 222)

Como toda introdução e proliferação de recursos técnicos

emergentes, os primeiros aparelhos de difusão musical também enfrentaram dificuldades frente ao baixo poder aquisitivo da maioria da população. Para se ter uma idéia, Tinhorão (1998, p. 250) ilustra a realidade do início do século com a média salarial dos trabalhadores da época: por volta de 1902, um cilindro gravado custava entre 2 e 5 mil réis, um disco ficava na faixa de 3 a 6 mil réis e uma 'máquina falante' entre 75 e 450 mil réis. Com isso, as primeiras tiragens dos discos no País não superavam a faixa dos 200 e 250 cópias em suas primeiras edições (prensagens).

Para comparar, José Ramos Tinhorão dá alguns números da média salarial da época: em 1906 um operário tecelão da grande São Paulo, trabalhando 12 horas/diárias, recebia um salário aproximado de 90 mil réis, dos quais entre 20 e 30 mil réis eram destinados ao pagamento do aluguel de uma modesta casa de dois cômodos e cozinha. Na maioria dos casos, os melhores salários do ainda pequeno número de operários da época poucas vezes superavam a faixa dos 150 mil réis.

É... de fato! Se pensar que um disco gravado custava cerca de 4 ou 5 mil réis e um aparelho entre 70 e 450 mil réis, é possível imaginar o grau de dificuldade ou restrição das condições de acesso aos bens de consumo cultural. Mesmo que você 'atualize' a comparação – não menos excludente – com a média salarial dos brasileiros na *Era Éfe Agá ou Lula*, diante do custo de um aparelho DVD (cerca de 500 reais), por exemplo, a referência histórica tem o propósito de situar algumas das precárias condições de base que a indústria cultural no Brasil registrou ao longo de sua implantação, fortalecimento e efetiva adesão coletiva.

Em outros termos, era um bocado difícil falar em indústria cultural e formas de proliferação das bases de consumo dos bens e produtos culturais com essas referências, não? Embora, em poucos anos, a manutenção dessa mesma incipiente indústria da cultura tenha passado, aos poucos, a repensar formas de garantir um maior acesso aos meios de adesão e integração de uma maior faixa de público ao consumo possível. A lógica da sobrevivência, obviamente!

Nada disso mudou muito... ao menos quando se pensa em 'facilitar' as condições de acesso aos produtos e serviços de consumo cultural nas décadas que se seguiram. Aliás, em vários aspectos, apenas se acentuaram as condições de modismo de adesão aos padrões *hollywoodianos*, convencidos de que a cultura do *Grande Irmão do Norte* e seu propagado *american way* teria a chave certa para a realização do

sonho da modernidade, tantas e tantas vezes prometido ao povo destas plagas.

Alguns desses desencantos (na crença ao projeto da exclusão cultural que marca a história do Brasil) já eram visíveis na década de 1980. Afinal, na ocasião, já era nítido que o Milagre Econômico estava, mesmo, longe de ser um milagre (ao menos para os cristãos que foram às ruas na Marcha da Família com Deus pela Liberdade, no pré-golpe de 1964). Não deu outra: em meados dos anos 1980 os próprios dados oficiais já indicavam que pouco mais de 5% da população ativa dispunha de renda superior a 10 salários mínimos (cerca de 2,7 milhões de pessoas na época), apontando que, nesse contexto e projeção estatística, a indústria cultural funcionava para pouco mais de 10,5 milhões de brasileiros<sup>4</sup> que integravam as classes média e alta (considerada uma família de quatro pessoas para cada privilegiado do sistema político-econômico).

Em pesquisa realizada sobre a presença da imprensa na formação da vida urbana da capital paulista, entre o final do século XIX e 1915, a professora Heloisa de Faria Cruz faz uma pertinente observação:

“a avaliação sobre os significados sociais dos processos de difusão da cultura letrada em nossa história parece ter sido ofuscada pela compreensão corrente de que somos, sempre fomos e sempre seremos um país iletrado. Análises, diagnósticos e avaliações sobre a questão compõem uma linha reta e contínua, ‘um quase destino’, que liga nosso passado colonial, ‘iletrado e atrasado’, aos índices atuais de analfabetismo”. (2000, p.17)

Estudar jornalismo cultural, nessa perspectiva, implica em compreender um pouco as articulações existentes entre a formação da vida urbana, a cultura e a presença da imprensa nesse processo de construção social da história do Brasil.

Isso porque a história do desenvolvimento e construção do espaço hoje ocupado pela mídia em muito se deve à presença simultânea que os meios impressos foram ‘marcando’ ao longo do surgimento das principais cidades brasileiras. Por um lado, devido à ausência de um projeto público de educação e cultura e, de outro, pela própria formação excludente que o País forjou em suas relações econômicas escri-

---

<sup>4</sup> Conforme José Ramos Tinhorão (1998, p. 330).

vistas e desiguais no que diz respeito aos bens (e produtos) culturais existentes.

No caso brasileiro isso parece ainda mais significativo, exatamente porque, na ausência de uma tradição cultural – digamos, já forjada por referências mais habituais em outros países, como bibliotecas, centros culturais, universidades e afins – a imprensa surge já com papel e presença ativa no cenário histórico-artístico e cultural a partir da chegada da imprensa (oficial) ao País, em 1808, com a vinda da corte imperial.

Aliás, a história do Brasil revela em sua própria formação um modo peculiar – e, em muitos aspectos, assumidamente excludente e elitista – de reconhecer, dar visibilidade e expressão aos diversos grupos sociais que vão surgindo nos vários períodos da formação cultural.

Talvez, também por isso a imprensa do Rio da Prata (leia-se Argentina e Uruguai) e mesmo de outros países latino-americanos se apresenta, historicamente, mais desenvolvida ou, pelo menos, diferente e até mais plural que no Brasil. Oportuno lembrar que, no momento em que a imprensa é oficialmente trazida ao Brasil pela corte portuguesa, vários países de colonização espanhola na América possuem uma tradição secular de produção gráfica e centros universitários. Esse é o caso de universidades como a do México (1551), São Domingos (1538), e de São Marcos, na capital peruana, que existe deste 1571. Isso apenas para ficar em alguns exemplos.

### **Pistas para Pensar (e compreender) a Cultura como Notícia**

Mesmo não tendo uma data específica ou pontual, pode-se dizer que é a partir de meados do século XIX que o jornalismo brasileiro, notadamente político até então, começa a ceder espaço para um perfil mais cultural – aqui compreendido, ainda, na maior parte dos casos, em sua expressão literária. É, digamos, o momento em que o jornalismo passa, no Brasil, a adquirir uma perspectiva já comum nos similares europeus<sup>5</sup>, configurando uma confluência temática política/economia/variedades .

---

<sup>5</sup> Esta discussão é oportunamente melhor explorada no texto/livro *A cultura como notícia no jornalismo brasileiro*. (Gadini, 2003).

Isso não significa, contudo, que o jornalismo vai abandonar sua ênfase no binômio política/economia nos momentos cruciais de disputa. O que interessa, nessa discussão, é identificar alguns momentos da história do Brasil em que a cultura – mesmo que restrita à produção poético-literária e ainda voltada a uma pequena parcela da população – passa a ser mais freqüentemente tematizada pelas publicações jornalísticas.

Nessa época, em meados de século XIX (e, pois, até o final do segundo Império), o Brasil possuía, a rigor, apenas quatro cidades ou pelo menos regiões com vida urbana própria e relativamente autônoma (Salvador, Recife, Rio de Janeiro e a incipiente capital paulista).

Em seu clássico sobre a história da imprensa no Brasil, Nelson Werneck Sodré (1999, p. 288) diz que, neste período, “o jornal ainda é frágil”. E os poucos espaços culturais trazem notas, informam aniversários de alguns nobres da política e de restrito ambiente imperial, avisos de madames, dentre outras notícias do gênero. Mas, é basicamente a partir de fins do século XIX que alguns periódicos passam a incorporar as ‘variedades’ em suas páginas.

Mesmo no início do século XX, imprensa e literatura ainda se confundem, numa abordagem miscigenada ou ‘literatice’, como diz Sodré – com apoio de intelectuais que continuam mais ‘voltados para a Europa’ que ao lugar de onde escrevem. Como a realidade cultural na capital, em plena virada de século, não era das mais animadoras – pois, além da ‘fraca repercussão das obras literárias’, “eram visíveis as dificuldades da vida e profissão de escritores da época, bem como os obstáculos para imprimir seus livros” (Sodré, 1999, p. 288)–, o jornal apresentava-se como uma opção de manifestação e acesso cultural.

São comuns fatos e histórias que revelam a dificuldade dos escritores para publicar seus trabalhos no Brasil. Realidade que vai ser predominante até as duas primeiras décadas do século. Sobre essa mesma discussão é ilustrativo o caso de Lima Barreto (cf. Sodré, 1999, p. 303) que, em 1909, abriu mão inclusive de seus direitos autorais para poder publicar *Recordações do Escrivão Isaías Caminha*, em Lisboa, uma vez que não encontrara editora no Brasil. Em função dessas e de outras dificuldades, ao que se associa a pequena faixa de público consumidor no Brasil da época, “os homens de letras buscavam encontrar no jornal o que não encontravam no livro: notoriedade, em primeiro lugar, e um pouco de dinheiro, se possível”.

A imprensa como ‘campo polêmico’ – conforme sugere Maurice Mouillaud – já pode ser identificada nas discussões literárias veiculadas por jornais do início de século, problematizando olhares da produção artístico-cultural, mesmo que, ainda, num nível inevitavelmente elitizado, decorrente das condições de acesso aos periódicos, do baixo índice de alfabetização entre a população, dentre outras características do cenário brasileiro na época.

Oportuno observar que essas mudanças – que integram cada vez mais o acelerado desenvolvimento urbano à cultura e à imprensa – já não são exclusivas da capital carioca. São Paulo, especialmente com a onda migratória e o impulso da economia cafeeira, em pouco tempo também se torna importante referência política e cultural do País, como bem destaca Heloisa Cruz (2000) em seu estudo sobre o assunto.

Daí, também, o fortalecimento dos suplementos, revistas e, aos poucos, da própria noção de editoria de cultura nos diários brasileiros, conforme assinala Nelson W. Sodré:

“É um pouco dessa transformação que decorre a proliferação das revistas ilustradas que ocorre a partir daí. Nelas é que se irão refugiar os homens de letras, acentuando a tendência do jornal para caracterizar-se definitivamente como imprensa; as revistas passarão, pelo menos nessa fase, por um período em que são principalmente literárias, embora também um pouco mundanas e, algumas, críticas. O desenvolvimento das artes gráficas permite, agora, essa repartição” (1999, p. 297)

E, no mesmo ritmo, embora gradual e nem sempre de modo planejado como por vezes se imagina, pode-se falar no suplemento de espaços para as críticas setorializadas da produção cultural: artes, teatro, crítica musical, literária, cinema etc.

Gisela Taschner (1992, p. 48) já identifica alguns indícios de espaços dedicados a assuntos culturais na *Folha da Noite* da segunda metade dos anos 1920. Mesmo entre a miscelânea de matérias que fechava as oito páginas do jornal, a edição noturna da *Folha* já veicula com “uma seção de ‘Diversões’, (que informava o que havia para se fazer em matéria de lazer e dava a programação, comentando-a, de cinemas, teatros e circo), além de uma seção semanal feminina, dentre outros espaços para setores variados. Pondere-se, entretanto, que essas seções ainda não possuíam lugares e tampouco tamanhos fixos, sendo assim encaixadas, reduzidas ou ajustadas em função do fechamento de cada edição. Havia, ainda, outras seções – embora menos freqüen-



tes ou sistemáticas – também voltadas para assuntos culturais: como livros novos, cinema, (separada do espaço de diversões), artes plásticas, dentre outras inserções não pré-definidas.

Nessa época, como observa Taschner (1992, p. 49), além da gradativa segmentação de espaços para públicos específicos por áreas de interesse, a *Folha* já mantém a preocupação em apresentar um jornalismo mais leve; além de mais de uma edição (matutina e vespertina) pela mesma empresa, destacam-se a separação de duas páginas para esportes, o tratamento novelesco (caráter folhetinesco) de alguns fatos, particularmente na *Folha da Noite*, adquirindo contornos que, mais tarde, vão estar presentes nos segundos cadernos ou seções de variedades (como *Tudo*, *Seja Feliz*, *Viver Mal* etc) e cultura.

Aliás, é possível perceber, ainda que de modo não sistemático, que as edições vespertinas de vários periódicos do País tendem historicamente a se aproximar mais do segundo caderno – seja pela forma de apresentação mais leve e solta das matérias ou ainda por não priorizar, como faziam as edições matutinas, questões e assuntos de política e economia. São essas, enfim, algumas características que vão marcar a influência do jornalismo dos anos 1920/30 na posterior edição dos cadernos culturais. Algumas das quais, diga-se de passagem, podem ser percebidas ainda hoje em determinados periódicos.

Um pouco próximo ao estilo pretensamente leve e descontraído, as edições vespertinas buscavam não ‘pesar’ no cotidiano dos leitores de final de tarde ou noite. Como se habituou dizer, ao longo de muitas décadas, nas edições vespertinas – e os cadernos culturais parecem se aproximar ou manter um pouco dessa marca discursiva – o estado de espírito de um leitor já cansado por uma jornada de trabalho e rotina recomendava um produto mais leve, se possível, livre do peso das medidas e gestões político-econômicas e administrativas que tendem a preocupar o leitor de ocasião.

Para discutir o assunto, a autora de *Folhas ao Vento* cita, ainda, Pierre Albert e Fernand Terrou (1992, p. 86), referindo-se às matérias culturais e de variedades (o que inclui as notas sobre outros meios, colunáveis, celebridades, tiras, palavras cruzadas, charadas, horóscopo, literatura, moda, orientais e conselhos, boas maneiras, opções esportivas e de consumo, dentre outras prioridades do setor) como ‘páginas-revista’. “Elas são o ponto que mais aproxima os jornais dos outros órgãos da indústria cultural”, diz.

## **Jornalismo, Crítica Cultural, Consumo e Cidadania**

“Jornalismo cultural, a rigor, é uma contradição em termos”, diz Arthur Nestrovski (2000), p. 10), em seu livro sobre crítica musical. A explicação tem lógica: reside no fato de que o jornalismo cultural existe numa tensão entre o contingente (o efêmero e cotidiano, próprio do jornalismo) e o permanente (mais duradouro, próprio ou geralmente associado ao universo da cultura). No mesmo raciocínio, Nestrovski (2000) lembra que o termo ‘crítica’ (do grego, *krinein*=quebrar) tem a mesma base de ‘crise’ e, de alguma maneira, é isso que o crítico faz: “quebra uma obra em pedaços, pondo em crise a idéia que se fazia dela”.

Assim, continua o autor de *Notas musicais: do barroco ao jazz*

“o crítico que escreve em jornal vê-se jogado, quer queira, quer não, nesse campo de forças. Cabe a ele identificar o que compõe uma obra; questionar, onde necessário, nossos hábitos de compreensão; e situar suas interpretações no contexto mais amplo da cultura, sem perder o senso de urgência. Isso vale tanto para o crítico mais geral e conceitual quanto para o intérprete mais detalhado das obras. Vale para qualquer um que escreva sobre cultura num jornal – incluindo, naturalmente, o crítico de música” (2000, p. 10)

Nesse sentido, é possível encontrar outra sugestão de Nestrovski para discutir melhor o assunto: “a compreensão – não o ‘gosto’ – é o ponto de partida e chegada da crítica”.

O exercício da crítica cultural – ou, se preferir, do jornalismo na área cultural – implica em conhecer os hábitos de consumo e, simultaneamente, ‘projetar’ outros modos de ser, pensar, viver e, pois, consumir os produtos e serviços disponíveis (o que não significa que estão ao alcance público) no Brasil. Implica, também em compreender que não basta apenas se ‘identificar’ com o consumo e o uso do que está, aparentemente, disponibilizado pelas indústrias e empresas do setor. Mas, também em vislumbrar opções de consumo. E, aí, convenhamos, alguns números podem falar melhor do que eventuais palavras, do lugar de fala, edição e recepção cultural.

O Anuário Editorial Brasileiro de 2000 (elaborado pelo Grupo Editorial Cone Sul) revela que existe no Brasil uma livraria para cada 84,4 mil habitantes, enquanto a Argentina possui uma livraria para cada

6.200 habitantes. O brasileiro adquire, em média, 2,5 livros ano. Números esses que já incluem os livros didáticos, anualmente distribuídos pelo Ministério da Educação aos alunos matriculados na rede pública. O francês, só para não esquecer o mundo, compra sete livros por ano.

Na mesma intenção de levantar critérios para discutir a realidade cultural, o índice médio de tiragem e circulação de jornal impresso no Brasil também ilustra o cenário cultural, comparativamente a outros países. Dados das próprias entidades empresariais do setor revelam que os 465 (maiores) jornais diários do País possuem uma tiragem aproximada de 7 (sete) milhões de exemplares impressos/dia. O que dá uma média de um exemplar para cada 24 habitantes... Enquanto esse indicador é de um exemplar para cada 5 pessoas no Japão, 4 na Inglaterra, 3 nos EUA e 2 na Noruega. Mesmo que ao longo desses últimos meses o cenário brasileiro tenha mudado para melhor, os dados referem-se ao ano de 2000 e, portanto, não seriam nada animadores para pensar a cultura na Era (pós?) Plano Real.

E se os números ajudam a refrescar a memória, vale lembrar que, apesar da população de 168 milhões de habitantes, o jornal brasileiro com maior tiragem circula com aproximadamente 440 mil/dia. Enquanto no Japão o maior periódico circula com 10,224 milhões de exemplares/dia, nos EUA com 1,753 mi, na Inglaterra com 1.016 milhão de exemplares/dia<sup>6</sup>. Obviamente, trata-se apenas de um dos diários de maior circulação em cada um dos países citados, confirmando as referências proporcionais de que os propagandeados índices de leitura no Brasil ainda ficam muito longe de uma situação confortável e tampouco do que se poderia falar em condições de acesso aos bens culturais.

### Considerações Finais

Um (outro) dilema ou mito que acompanha as discussões da área há tempos: é possível dizer que, sempre, o jornalismo tem pauta capaz de encantar o público das edições diárias (seja dos meios impressos, sonoros, imagéticos ou similares)? Observe, nesse aspecto, a 'indiferença' de muitos profissionais – colegas – diante de situações que

---

<sup>6</sup> Os dados aqui apresentados são do Instituto de Verificação de Circulação (IVC, 2000) e Folha de São Paulo, 04/03/2001.

não teriam *status* de notícia e, por outro lado, os vícios de olhar dos jornalistas inebriados pelo poder (quase) avassalador das artimanhas cotidianas da eficiente indústria cultural.

Não seria uma má sugestão indagar se, acaso, todos os setores hoje reconhecidos e diariamente tematizados pelo jornalismo – como esporte, polícia, economia, política, dentre outros – sempre tiveram o interesse de agendamento que hoje usufruem.

Basta refrescar a memória para observar que, na maioria dos casos, até as duas primeiras décadas do século XX as informações eram ‘jogadas’ em quatro, oito ou doze páginas sem muita lógica, preocupação visual e tampouco com o interesse do virtual leitor daquele mesmo produto. O desenvolvimento das técnicas de pesquisa de opinião pública (como se pode verificar nos estudos acerca das teorias da comunicação), aliado ao surgimento da profissionalização das agências de publicidade e ao próprio reordenamento do jornalismo, passaram a orientar novas demandas, editorialização, estrutura de notícia, estilo de texto, manchetes, títulos, uso de imagens, dentre outros recursos que começaram a ocupar as páginas dos diários brasileiros a partir do final dos anos 1920 e, de maneira acelerada, no pós-guerra.

Enfim, pode ser oportuno pensar que é hora de ousar... Assim, talvez, parece mais razoável associar a perspectiva da cidadania com as questões culturais que perpassam (ou deveriam perpassar) os espaços jornalísticos disponíveis na contemporaneidade.

Essas rápidas questões, acredita-se, são pertinentes para desafiar o repensar de uma realidade que, assim como já foi diferente, também pode adquirir outras formas, rumos e tendências... Dependendo, é claro, do que os profissionais podem fazer ou se propõem a articular. Aliás, isso pode ser bem mais cativante do que se convencer de que não adiantaria pensar em cidadania, cultura ou invenção coletiva, uma vez que a população nem se interessa e tampouco participa como deveria de diversas situações e experiências do cotidiano. Ora, é fundamental entender que alguns velhos burocratas, incansáveis na luta pela manutenção ou revezamento do controle político dos espaços públicos não têm mesmo muito interesse em viabilizar as condições para que a maioria da população comece a pensar, questionar e colocar em jogo as mesmices e as promessas – geralmente não cumpridas – que agendam as opções de voto de dois em dois anos nesse País.

Talvez, mais conseqüente, digno e honrado, seja apostar que democratizar os espaços de acesso à cultura, à informação e, enfim, ao exercício da cidadania podem provocar os poucos setores sociais organizados a apostar que a preocupação com a efetiva melhoria da qualidade de vida não está em discurso, ameaça, promessa de falsa moralidade e outros enganos que povoam a vida cotidiana... E isso, como se sabe, pode ser feito através de uma pequena matéria sobre um produto cultural que, ainda, não está ao alcance de muitas pessoas e contribuintes desse País, Estado e Município. Mas, bem que poderia, não é mesmo?

Jornalismo cultural, enfim, é isso: mais que uma virtual mera nota que informa sobre uma exposição para poucos, do lançamento de um livro feito com dinheiro público voltado para poucos ou ainda de um filme que não vai ser projetado na escola, no bairro e cidade porque os setores privados e públicos nem pensaram em viabilizar as condições para democratizar a cultura.

Longe de bater na mesma (e, por vezes, já cansada!) tecla, jornalismo cultural implica em capacidade técnica discursiva de identificar pauta em um bairro onde poucos têm acesso a jornal impresso e que podem se interessar em dispor de diários na escola, na sede da associação comunitária, no bar da esquina e na própria casa. E, assim, começar a entender que cultura e cidadania estão associadas, exatamente porque cultura não é manter uma entidade e uma casa para poucos... mas viabilizar as condições para que o dinheiro público tenha um fim e interesse coletivo, capaz de justificar porquê muitos brasileiros precisam se sacrificar para manter milhares de pessoas em cargos com altos salários, sem muito retorno projetado e garantido.

E isso, como se pode ver, as redes de televisão do 'domingo à tarde' e tampouco do 'horário nobre' da noite televisiva (ao menos no conhecido sistema de TV aberto no País) não proporcionam. Por isso, mais que um desafio à formação, os profissionais da comunicação têm hoje um grande compromisso: identificar porquê a cultura não integra as perspectivas de cidadania – mesmo nos discursos que se propõem críticos – em nossa escola, bairro, empresa, setor público, praça, teatro e cinema.

Ao mesmo tempo, isso pode ser feito num rápido exercício como cidadão, usuário de muitos serviços que hoje não estão disponíveis aos estudantes, professores, comunicadores etc. Depois disso, vire o espelho e, quem sabe, também fica mais fácil entender porque

muitos brasileiros não perceberam ou ainda se contentam em aceitar as opções de consolo (porque isso nem chega a ser lazer!) que as principais redes de comunicação do País oferecem diariamente aos seus usuários e consumidores.

Para lembrar uma das justificativas iniciais deste debate, é oportuno frisar que, de fato, o exercício da condição de cidadania na sociedade contemporânea pressupõe, entre outros direitos, o acesso à informação e aos bens culturais disponibilizados pelos grupos sociais, organizações empresariais, serviços e espaços públicos, entre eles, o jornalismo. Daí porque se torna mais uma vez pertinente contemplar a relação entre mídia e a construção da cidadania, que se apresenta como um dos grandes desafios do século XXI. Isso, claro, entre profissionais esclarecidos, é questão de princípio!

Por isso, a pertinência desse debate está em encontrar maneiras de ver a perspectiva da cidadania, associada ao discurso e prática jornalística no universo cultural das sociedades contemporâneas. E este enfoque, seguramente, envolve a tentativa de tematizar os desafios do jornalismo na consolidação da cidadania, discutir as condições de acesso à cultura e a mediação dos produtos midiáticos e compreender as relações do jornalismo com a formação, educação e sensibilidade estética dos consumidores/usuários dos meios de comunicação.

#### **THE PRODUCTION OF JOURNALISM IN CONTEMPORARY SOCIETY: BRIEF CONSIDERATIONS ABOUT CULTURAL EXCLUSION AND CONDITION OF CITIZENSHIP**

**ABSTRACT:** The text is about some of Brazilian journalism limits and challenge in the cultural production area and in the citizenship perspective. Where as it shows the historical elements that tend to restrict the goods and cultural products to a small part of the population, it also emphasizes the cultural field and way that journalism can amplify the citizenship spirit if the cultural production could reach every single one.

**KEY WORDS:** Cultural journalism, citizenship, brazilian cultural exclusion.

#### **Referências**

ABREU, Alzira Alves de et alli. "Os suplementos literários: os intelectuais e a imprensa nos anos 50". In: *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio

de Janeiro: Editora FGV, 1996.

ALBERT, P. e TERROU, F. *História da Imprensa*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BRAGA, José Luiz. *Desenvolver o sistema social crítico interpretativo*. São Leopoldo/RS, 2000. Cópia/xeróx do autor.

CRUZ, Heloisa de Faria. *São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana – 1890/1915*. São Paulo: Educ/Imprensa Oficial, 2000.

DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette: Mídia, Cultura e Revolução*. São Paulo: Cia Letras, 1990.

DIAS, Marcia Tosta. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Fapesp/Boitempo, 2000.

FERREIRA, Marieta de Moraes. "Imprensa e modernização dos anos 50: a reforma do Jornal do Brasil". In: *Anuário Brasileiro de Pesquisa em Jornalismo*. São Paulo: Eca/USP, 1993. Número 2. Pp: 141-149.

GADINI, S. L. *A cultura como notícia no jornalismo brasileiro*. Rio de Janeiro: Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2003.

GOLDSTEIN, Gisela Taschner. *Do jornalismo político à indústria cultural*. São Paulo: Summus, 1987.

MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo, 1997.

NESTROVSKI, Arthur. *Notas musicais: do barroco ao jazz*. São Paulo: Publifolha, 2000.

ROLLEMBERG, Marcello. *Papel-jornal: artigos de jornalismo cultural*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 2ª. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 4. Ed. Rio de Janeiro, Mauad, 1999.

TASCHNER, Gisela. *Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TINHORÃO, José Ramos. *História Social da Música Popular Brasileira*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1998.