

# **Jornalismo de Cultura: Caminhos e tendências**

## **Culture Journalism: Paths and Trends**

Carlos Guardado da Silva<sup>1</sup>

### **Resumo**

O jornalismo de cultura surge em Espanha na década de 70, dividindo-se em subcategorias: de literatura, música, cinema, artes performativas, artes plásticas e *lifestyle*. Seguindo o paradigma construtivista e suportado pelo método de ensaio, o autor procura caracterizar o jornalismo de cultura e identificar, diacronicamente, tendências. Sendo caracterizado, na sua origem, por um tipo de jornalismo diferenciador, crítico e reflexivo, modelador de gostos, em que o jornalista assumia o papel de (inter)mediador cultural para o

---

<sup>1</sup> Doutor em História Medieval (2004), pela Universidade de Lisboa, e Agregado em Ciência da Informação (2016), pela Universidade de Coimbra. É Investigador do Centro de Estudos Clássicos e Professor da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, onde dirige o mestrado em Ciências da Documentação e Informação, desde 2015. É Membro da Sociedade Portuguesa de Estudos Medievais (SPEM), Académico Correspondente da Academia Portuguesa da História (APH), membro do Centro de Investigação Joaquim Veríssimo Serrão e Sócio da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM). É Vice-Presidente da Assembleia Geral da BAD - Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas e Vogal da Direção do Capítulo Ibérico da ISKO - International Society for Knowledge Organization. É, ainda, membro do Conselho Técnico Nacional da BAD e do Conselho Consultivo da Rota Histórica das Linhas de Torres. É (co)autor de diversos títulos, no âmbito da História, do Património Cultural e da Ciência da Informação, de que se destaca "Investigação em Ciência da Informação". Lisboa: Colibri; Universidade de Lisboa. Faculdade de Letras. Centro de Estudos Clássicos, 2019. (Coleção CI - Ciência da Informação).

leitor, devido à redução de espaços, jornalistas e conteúdos de cultura na imprensa escrita (e não só), o jornalismo de cultura tende a afastar-se das questões intrinsecamente culturais e artísticas, aproximando-se do valor comercial das indústrias culturais e criativas e dos seus conteúdos, que impondo as suas agendas, transformam o leitor num consumidor.

**Palavras-Chave:** Jornalismo de cinema; Jornalismo de cultura; jornalismo de literatura; jornalismo de música; Mediação Cultural.

### **Abstract**

Culture journalism emerged in Spain in the 1970s and is divided into subcategories: literature, music, cinema, performing arts, visual arts and lifestyle. Following the constructivist paradigm and supported by the essay method, the author seeks to characterize cultural journalism and identify trends diachronically. Originally characterized by a type of differentiating, critical and reflective journalism, shaping tastes, in which the journalist took on the role of cultural (inter)mediator for the reader, due to the reduction of spaces, journalists and cultural contents in the written press (and beyond), cultural journalism tends to move away from intrinsically cultural and artistic issues, moving closer to the commercial value of the cultural and creative industries and their contents, which, by imposing their agendas, turn the reader into a consumer.

**Keywords:** Cultural mediation; Culture journalism; Film journalism; Literature journalism; Music journalism.

## **Introdução**

*Jornalismo de Cultura*, que dá título à nossa intervenção, integra-se no *Jornalismo de especialidade*, área científica dentro do Jornalismo desenvolvida em Espanha a partir de meados dos anos 70 (Berganza Conde, 2005) e título de recente publicação, dada à estampa em julho de 2024, coordenada por Jaime Lourenço, professor da Universidade Autónoma. A informação complementar ao título da intervenção, *Caminho e tendências*, abre lugar à discussão de opções teóricas, técnicas e materializações, em termos diacrónicos. Um debate que adquire relevo, quando se assiste de algum modo a uma crise do jornalismo (Alexander, Breese, Luengo, 2016) não só pela concorrência de canais digitais de comunicação alternativos, de que são exemplos as televisões, as rádios e as redes sociais digitais, como se põe em causa a sociedade da informação anunciada por Masuda em 1980 (1983) como condição para a sociedade do conhecimento, com a infodemia, a desinformação, a pós-verdade (Silva, Macedo, 2022) e as *fake-news*, que sofreram um incremento com a pandemia causada pela Covid-19 (Magallón Rosa, 2021) em virtude de um maior uso das tecnologias de informação e comunicação. As próprias redes sociais digitais, ao mesmo tempo que disputam o espaço público da intervenção social sobretudo em virtude da velocidade e do volume de informação que produzem, tendem a ser extensões das distintas redações, dado o seu potencial em termos de comunicação.

Por outro lado, apesar de a vida quotidiana ser naturalmente interdisciplinar, fazendo cada vez menos sentido considerar por “gavetas” áreas distintas do conhecimento, mas o conhecimento como um todo de modo transversal, a evolução da sociedade e o desenvolvimento do conhecimento, bem como a sua especialização exigem cada vez mais jornalistas e conteúdos de Jornalismo

especializados, fazendo emergir, e não apenas hoje, jornais especializados ao lado de jornais generalistas.

*Jornalismo de cultura*, e não adjetivamente cultural, não integra os conteúdos atuais que lideram as classificações de conteúdos como os desportos, os eventos, a política, que lidera audiências e surge em destaque nas primeiras páginas ao contrário das temáticas da educação, ciência e tecnologia (com tendência recessiva), cultura, economia, ambiente e saúde, entre outras (Fernández Del Moral, 2024, p. 25) por vezes superficialmente consideradas dentro da secção ‘sociedade’. Este lugar secundário da cultura na imprensa tem precisamente que ver com a já referida crise do Jornalismo que procura a superficialidade e o sensacionalismo, preferindo a “novelização noticiosa” (Lourenço, 2024b, p. 34), isto é, a repetição até à exaustão de um tema em desfavor da restante atualidade noticiosa, contribuindo para a desconfiança dos públicos nos jornais e o questionamento permanente da ética jornalística (Pena, 2018). Quando este é o caminho, o jornalismo afasta-se da sua missão social e cultural.

No contexto da Península Ibérica, o *Jornalismo de especialidade* deve-se muito ao impulso de Javier Fernández del Moral e Francisco Esteve Ramírez, justificando-se pela cada vez maior exigência dos públicos que procuram informação jornalística especializada, com profundidade e rigor (Esteve Ramírez, 2010). Por outras palavras, um jornalismo especializado para a garantia de um fazer jornalístico (Lozano Ascencio, Amaral Franz, 2017). Dada a pluralidade de meios e modos de comunicar a informação, e a saturação de dados que circulam nas redes sociais digitais, coloca-se a seguinte questão de investigação: *pode o Jornalismo de cultura oferecer informação especializada e diferenciadora, designadamente para a área da cultura?* Em função da saturação de informação na sociedade atual, que, paradoxalmente, se sente desinformada, pode o jornalismo de cultura dar um contributo

distintivo e de qualidade para uma sociedade mais informada em termos de conteúdos de cultura.

Por outro lado, reconhece-se que o jornalismo especializado tem de seguir as mesmas regras do jornalismo generalista, isto é, “o interesse público do tema, a aplicação de critérios de selecção, o contacto com fontes e uma escrita clara, compreensível e objectiva para o público a que se dirige” (Lourenço, 2024b, p. 37). Do jornalista especialista espera-se um papel de mediação, recuperando o conceito de “intermediários culturais” criado por Pierre Bourdieu em 1984, entre os distintos especialistas da cultura e os públicos dos distintos órgãos de comunicação social, adaptando a linguagem técnica e cientificamente especializada a uma linguagem jornalística, que permita aos diversos públicos, especializados e não especializados, a sua compreensão (Esteve Ramírez, 2010). Aferir a emergência, o caminho e as tendências do jornalismo especializado de cultura é o objetivo deste breve estudo, desenvolvido em modo de ensaio.

### **Metodologia**

Este é um estudo de natureza qualitativa, orientado pelo paradigma construtivista, que visa a produção de conhecimento. O estudo sustenta-se no método de ensaio (Domingues, 2019), fazendo emergir o pensamento do sujeito do discurso. Este procura refletir sobre a missão e a responsabilidade social e cultural do jornalismo e do jornalista de cultura, identificando caminhos e tendências, da intermediação informativa e cultural qualificada, reflexiva e crítica, de modelação de gosto a um jornalismo de consumo. Um caminho que tem por objetivo descobrir uma resposta para a seguinte questão: *pode o Jornalismo de cultura oferecer informação especializada e diferenciadora, designadamente para a área da cultura?*

O ensaio é entendido como exploratório de possibilidades encontradas em distintos espaços e tempos tempo, bem como de distintas experiências, procurando oferecer contributos, a partir de leituras e da sua interpretação, que aqui assumem um valor de demonstração.

### **Espaço de curadoria e mediação qualificada**

O jornalismo de cultura abrange as diversas manifestações culturais e artísticas, entendendo-se aqui a cultura como expressão estética. Inclui temas e equipamentos de cultura, obras, artistas e manifestações de pensamento, bens culturais e seus autores, assim como indústrias culturais e criativas. Todavia, para além da função de mediação da informação, exige-se-lhe uma função de curadoria da informação, na seleção de conteúdos de cultura e artes, no sentido que lhe conferiu Bhaskar (2016) e Bruns (2018), uma vez que “possui uma natureza que se constitui como crítica e **reflexiva**, que orienta a **mediação** da cultura cívica e democrática” (Lourenço, 2024c, p. 186). Ao informar, isto é comunicar informação de cultura, o jornalismo de cultura contribui para a criação de uma esfera pública de cultura, e consequentemente para a **democracia**, a participação e a cidadania (Riegert, Roosvall, Widholm, 2018). Como defendeu Ignacio Blanco Alfonso, “o volume de informação disponível atingiu valores tão desproporcionados que é muito difícil para o público manter-se atualizado, distinguir os factos e verificar a sua veracidade, compreender o significado de uma obra, decidir se vale a pena ler este livro, ver aquele filme ou visitar aquela exposição” (2019, p. 10).

Para Felipe de Oliveira, o jornalismo deve ocupar “um lugar de mediação qualificada entre os acontecimentos públicos e a sociedade” no espaço público contemporâneo. Cabe-lhe, para além da função de

mediação que se estende a outros profissionais da informação como os gestores de informação, um papel de curadoria da informação, no seu sentido mais literal, que implica investigação com vista ao apuramento da verdade, ainda que esta possa ser plural. É esta função mediadora que permite justificar a legitimidade dos jornalistas e a responsabilidade social do jornalismo. Se a função mediadora entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade (Oliveira, 2016) existe desde que há jornalismo, nunca se impôs de forma tão premente quanto hoje disputa o seu lugar nas redes sociais digitais e se lhe exige uma mediação qualificada pela via da especialização. Pois, existindo uma segmentação de públicos, exige-se a simplificação da linguagem que não altere *grosso modo* o conteúdo transmitido por especialistas numa determinada área ou subárea de especialização e que, para segmentos de público especializados, garanta, simultaneamente, o rigor concetual e informativo do acontecimento. Por outro lado, existe a percepção de que o jornalista é quem melhor pode mediar a informação, colocando em perspetiva distintas verdades, quando da representação de um acontecimento através da sua representação numa notícia. Assim, a mediação assume a ideia de tradução.

Deste modo, o jornalismo, e por consequência o jornalismo especializado, assume-se como um filtro no espaço público, que as redes sociais não oferecem nem garantem. Todavia, o jornalismo já não parece ocupar o lugar de relevo no acesso aos debates públicos, ou à esfera pública, definida pelo sociólogo alemão Jürgen Habermas (1990), como o lugar e o escrutínio do melhor argumento, isto é, a curadoria da informação, tendo em vista o bem-comum como fim teleológico. Este fim confere legitimidade ao jornalista, que não deve ter a preocupação de disputar sentidos, própria das redes sociais digitais, procurando diversificar vozes e pontos de vista.

Ao jornalismo cabe também a definição do que é ou não é notícia, bem como da sua importância. Talvez cada vez menos, mas a importância dada aos acontecimentos encontra-se hierarquizada, desde logo pelo alinhamento de um noticiário na televisão ou na primeira página de um jornal. Assim também acontece no campo do jornalismo de cultura.

### **Jornalismo de cultura**

Cultura é um termo abrangente para um campo em que emergem cada vez mais subcampos, que reclamam a sua identidade e autonomia. Para cultura, dentre as centenas de conceitos, tomamos por base o conceito de Williams, isto é, “trabalhos e práticas da atividade intelectual e sobretudo atividade artística” (Williams, 1976, p. 80), incluindo-se aqui também a produção e o consumo de cultura, bem como a cultura como estilo de vida. Usa-se aqui um conceito amplo, porém restrito de cultura, uma vez que, num sentido mais largo, todo o Jornalismo é de cultura (Bennett, Grossberg, Morris, 2005, p. 64).

Em virtude do tema *Jornalismo de Cultura*, seguimos o “Modelo de classificação de especializações jornalísticas” de Jaime Lourenço (2024b, pp. 39-40) que, para a categoria ‘cultura’ considera as seguintes subcategorias:

- Literatura
- Música
- Cinema
- Artes performativas
- Artes plásticas
- *Lifestyle*

Se podemos incluir o teatro e a dança nas artes performativas, bem como o artesanato nas 'artes plásticas', outros subcampos da cultura, considerando a proposta, integrarão distintas secções. Deste modo, turismo cultural terá de enquadrar-se na secção 'viagens', verificando-se a ausência de uma secção para 'património cultural', que inclui as instituições de memória (arquivos, bibliotecas, centros de documentação, centros culturais, centros de memória, museus e galerias), bem como sítios e monumentos. Na verdade, tem-se acentuado nos últimos anos o esbatimento de fronteiras entre o jornalismo de *lifestyle* (ex. moda, gastronomia ou psicologia), o jornalismo de cultura (ex. cinema, música, teatro, espetáculos, livros) e o jornalismo de serviços (ex. automóveis, tecnologias e viagens), tornando-se cada vez mais difícil a categorização dos subtemas de cultura (Kristensen, From, 2012). Assiste-se assim a uma hibridização de temas de cultura, *lifestyle* (estilos de vida e comportamentos urbanos, incluindo, por vezes, viagens, entretenimento, lazer, comida, música, artes e jardinagem, incluindo serviços) e consumo que privilegia o consumidor em detrimento do leitor, de que são exemplos as revistas *Time out*, *Observador*, *Lifestyle*, *Prima* e o suplemento *Visão 7*, que definem os temas em função do consumo, da agenda e da experiência (Lourenço, 2024c), ou seja, numa lógica de mercado e consumo. Deste modo, esbate-se aqui a função de curadoria e crítica do jornalista de cultura em favor de um serviço cultural recheado de informações factuais e de aconselhamento, dificultando a distinção entre jornalistas e outros produtores de conteúdos (Silva, 2017).

Também uma abordagem cada vez mais próxima do entretenimento e lazer vem adquirindo relevo no jornalismo de cultura, cultuando celebridades e dando primazia às suas vidas privadas em detrimento do interesse público ou do bem-comum habermasiano. Consequentemente, tende-se para um jornalismo *light*, ameno, muito

assente na reprodução de imagens e com leitura superficial, privilegiando a aparência à realidade, à semelhança da *Sociedade do espectáculo*, caracterizada pelo pensador e cineasta francês Guy Debord (1931-1994) (2005). Todavia, ao mesmo tempo que integramos estes conteúdos na cultura, vamo-nos afastando do próprio campo restrito da cultura, bem como da missão do jornalismo de cultura.

Assim acontece com o jornalismo de cinema, o jornalismo de literatura e o jornalismo de música, em que, neste caso, se fabricam e promovem continuamente autores consagrados, as vedetas ou os ‘olímpicos’ de Edgar Morin, *bestsellers* (quando não *fast-sellers*), por vezes pivôs dos próprios jornais, como *pop stars*, num tratamento jornalístico muito personalizado, de que é exemplo a tabela de vendas *Top 10!*, divulgada semanalmente nos *media* e acompanhada por uma entrevista a autor destacado, bem como de publicidade (Lopes, 2024, p. 208), procurando impor, ainda que de forma encoberta, a ditadura do gosto cultural a um público massivo em sintonia com os objetivos da promoção comercial do produto, ultrapassando a função informativa. Neste sentido, o jornalista toma o lugar de promotor de filmes, livros e álbuns, como de outros bens culturais, de forma irrefletida e acrítica, onde não há lugar à mediação da informação de cultura.

A exemplo do que acontece com o jornalismo generalista, também neste jornalismo especializado se nota uma tendência para a dependência das agendas culturais e recreativas e da sua agenda (Silva, Silva, 2017), limitando-se, por vezes, a reciclar um determinado comunicado de imprensa. Este é mais um sintoma da dependência do jornalismo de cultura da lógica de mercado e consumo, em que os temas estão alinhados por estratégias comerciais, de captação de públicos, autopromocionais e espetaculares (Lourenço, 2024c), que condicionam o leitor e distinguem o consumidor. O valor comercial sobrepõe-se ao valor simbólico que tradicionalmente distingue o campo da cultura. A

estratégia deveria passar por cada órgão social definir a sua política de comunicação institucional para o jornalismo de cultura, sujeitando as diversas agendas a essa política. Porém, anula-se parcial ou totalmente a função de edição e seleção dos temas/objetos de notícia, bem como o papel de curadoria que o jornalista de cultura deve ter.

A própria pandemia Covid-19 não ajudou quanto à cobertura jornalística de conteúdos de cultura. A título de exemplo, com o cancelamento de inúmeros eventos de cultura, suspenderam-se as secções de cultura de alguns jornais, como aconteceu no *Correio da Manhã*. Também, no contexto do audiovisual, se assistiu ao cancelamento de programas de televisão dedicados ao jornalismo de cinema, de que são exemplos *Cinebox* (TVI24) e *Cartaz Cinema* (SIC Notícias) (Lourenço, 2024c, p. 197).

Nos jornais das televisões, a agenda de temas de cultura permanece pobre quando comparada com o volume e a diversidade de acontecimentos na área da cultura, e com dificuldade de incremento e projeção. Naturalmente, tal não é alheio à inexistência de uma política forte para a área da cultura, por vezes sem ministério e sem ministro, como aconteceu em 2011, e quando tem ministro, por vezes sem ministério, e quando o Orçamento de Estado (OE) para a área da cultura representou apenas 0,43% da despesa total consolidada da Administração Central em 2023, muito distante da ainda utópica meta de 1% do OE, quando se prevê o aumento de 0,1% para 2025. Como defendeu Jaime Lourenço, o Jornalismo não aproveitou o período da pandemia para fazer, durante ou no final, uma reflexão e contextualização sobre a cultura em Portugal, tendo em conta a sua responsabilidade social e cultural (Lourenço, 2022).

Os géneros mais comuns neste tipo de jornalismo especializado são a notícia, a entrevista e a crítica, o “género por excelência do jornalismo de cultura” (Lopes, 2024, p. 209). No que se refere à crítica

literária, de que Manuel Frias Martins é hoje autor ímpar em Portugal, remonta a 5 de janeiro de 1665, quando da publicação *Journal des Sçavans*, em Paris (Arnt, 2001), o mais antigo periódico literário e científico da Europa, então com 12 páginas e o objetivo de “ce faire çsavoir ce qui se passe de nouveau dans la [Republique des lettres](#)”. Todavia, é já no final do século XVIII e início da centúria seguinte que a crítica do teatro, da música e literatura impera na imprensa diária em diversos países da Europa (Riegert, Roosvall, Widholm, 2018).

Em Portugal, assistimos nos últimos anos à redução de espaços para publicação de peças de jornalismo de literatura, bem como à diminuição dos números de jornalistas especializados em cultura, deixando-se o caminho livre para os departamentos de comunicação e marketing dos grupos económicos (Lopes, 2024, p. 210). Assim, o valor noticiável sobrepõe-se ao valor cultural (Bustamante, 2017).

Por outro lado, os *influencers*, mormente os digitais, ocupam o lugar dos jornalistas especializados, adquirindo destaque a plataforma *Goodreads*, subsidiária da Amazon, criada em dezembro de 2006, que permite aos leitores avaliarem livros e encontrarem recomendações a partir de anotações, citações e críticas. Mas também *bookstagramers*, *booktokers* e *booktubers* (Silva, Catanho, 2021; Lopes, 2024; Reis, 2023), entre outros, ocupam esse lugar outrora de jornalistas especializados, em desvantagem para o Jornalismo e os leitores, em que a mediação nos novos espaços de divulgação, participação e conversação se rege por critérios distintos, isto é, menos objetivos e subjugados a interesses de natureza económica.

O primeiro periódico de jornalismo de literatura publicado em Portugal, não dedicado exclusivamente à publicação de conteúdos de gramática ou de textos de literatura, e que reúne algum consenso para além de o seu redator, Francisco Bernardo de Lima, reivindicar ser o primeiro a praticar este género de jornalismo especializado, foi o

semanário publicado entre julho de 1761 e junho de 1762, sob o título *Gazeta literária ou notícia exata dos principais escritos que modernamente se vão publicando na Europa, conforme a análise que deles fazem os melhores críticos e diaristas das nações mais civilizadas* (Tengarrinha, 2013, p. 116). Francisco Bernardo de Lima é considerado também o primeiro folhetinista e crítico de teatro português. Aqui se encontram, entre outros conteúdos, notícias sobre literatura e personalidades, bem como a divulgação de livros sobre questões sociais de atualidade. Porém, a crítica literária surge com maior destaque na *Gazeta literária* (1761), e de forma expressiva em inúmeros títulos de periódicos de meados do século XIX, quando no século XVIII e ao longo da primeira metade deste se dedicaram sobretudo à publicação de textos, originais e traduções, de literatura, subalternizando a crítica literária que permitiria a avaliação da produção que vinha a público (Tengarrinha, 2013). Na sua maioria, apesar da referência ‘literária’, eram jornais dedicados à “instrução popular”.

Tendo por base um estudo recente sobre as peças jornalísticas de cultura publicadas na primeira página de quatro diários português – *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Público* – e em dois semanários – *Expresso* e *Visão* – e o seu tratamento nas páginas interiores, os géneros jornalísticos mais usados são as reportagens, as notícias desenvolvidas, as críticas e as entrevistas. Os temas mais destacados são a música, a literatura e o cinema, centrando-se na atualidade, com destaque, em 2010, para os óbitos de personalidades ligadas à cultura, seguindo-se os festivais de música e cinema, as estreias de filmes, os lançamentos de discos e livros. O maior volume de peças diz respeito a Lisboa, sendo as restantes cidades portuguesas quase silenciadas, quando paradoxalmente se nota uma tendência progressiva para a descentralização da oferta cultural (BAPTISTA, 2017). Entre 2000 e 2010, temos “uma década de perdas: de

suplementos culturais que desapareceram, de secções de artes que quase foram dizimadas, de temáticas que deixaram de ser tratadas e de perda de visibilidade da representação jornalística da cultura” (Baptista, 2017, p. 69)

No que diz respeito ao Jornalismo de Música, em Portugal, o surgimento da imprensa periódica de música, que não apenas para a produção de partituras, surgiu em meados do século XIX. Publicavam-se notícias e comentários a respeito da atividade músico-teatral de Lisboa, em que se destacavam as temporadas Teatro de S. Carlos e respetivas companhias líricas (Calado, 2020). O *Jornal do Conservatório* terá sido o primeiro dedicado à música, editado pelo Conservatório Geral de Arte Dramática, fundado em 1836 em Lisboa, incluindo de modo semelhante conteúdos de teatro. No entanto, a música popular apenas recebeu a atenção do jornalismo de música em Portugal no final da década de 60 do século XIX (Reis, 2024). Atualmente, os periódicos que dedicam especial atenção à música são o suplemento *Ípsilon* (2007), que integra o jornal Público de sexta-feira, a revista *E* (suplemento cultural reformulado em 2015) do semanário *Expresso* e o site *Blitz* (fundado em 1984 como semanário de música, passando a revista em 2006, e ao ambiente digital em 2017), que integra com o jornal *Expresso* o mesmo grupo de *media* Impresa. Daqui se entende que o jornalismo de música está presente em Portugal na imprensa escrita, com uma tendência para a sua submissão às leis do mercado (Reis, 2024, p. 219).

No jornalismo de música, a entrevista (a bandas, músicos) é o género jornalístico que adquire maior relevância, permitindo publicá-la enquanto tal ou contar uma história, a par da crítica (a trabalhos lançados), que exige uma reflexão por parte do jornalista acerca da produção enquanto manifestação cultural, e a reportagem (de festivais e concertos). Na música, como em outros contextos da cultura e do

jornalismo, em geral, a digitalização inculuiu velocidade à circulação da informação, alterando os seus *timings*, bem como os da promoção de produtos culturais, tornando tudo mais efémero: o tempo, a cobertura, a relevância jornalística (Reis, 2024, pp. 228-229). Também aqui, apesar de alguma autonomia, os jornalistas estão subjugados às agendas das editoras e às hierarquias dos *media*, à sua linha editorial, obliterando a reflexão e o debate para dar lugar à informação e à divulgação. Percebe-se, no entanto, que os jornalistas já não sentem ser modeladores de gosto nem *gatekeepers*, isto é, guardiães da fronteira entre a arte e o entretenimento. Pelo contrário, mantêm a função de mediação, porém oferecendo a cultura como entretenimento que divulgam, decidindo as modas e o foco, acompanhando os gostos dos públicos.

Quanto ao teatro, o primeiro periódico a dedicar-se prioritariamente à crítica teatral, tendo como objetivo “informar, orientar e educar o espectador”, foi o *Entre-acto: Jornal dos Theatros*, de que se editou o nº 1 em 17 de maio de 1837. A crítica teatral está também presente em outros periódicos, com destaque na *Revista teatral: Semanário crítico-literário* (Lisboa, 8 de ago. a nov. de 1840) e em *A sentinela do palco: Semanário teatral* (11 de nov. De 1840 a 4 de jul. de 1841) e o *Vigia: Jornal de teatros* (Porto, 1841) (Tengarrinha, 2013, pp. 554-555).

Relativamente ao cinema, o panorama não é muito distinto. Nesta área sente-se também a diminuição do papel mediador cultural e de avaliação qualitativa do jornalista (Natálio, 2017). O lugar da crítica do cinema nos jornais vai conhecendo espaços cada vez mais reduzidos, com um discurso tendencialmente descritivo, de narração do filme em desfavor da análise do próprio filme. Os textos são “remastigados” de *press releases*, não questionam, limitando-se a reproduzir de forma sintética a ideia dos departamentos de comunicação das indústrias

culturais e criativas, perdendo a sua essência. Mas, como o jornalismo de cultura, o papel do jornalismo de cinema é informar sobre a produção e a cultura cinematográficas, através de abordagens interpretativas profundas e reflexivas, colocando o debate na esfera pública (Lourenço, 2024d), articulando jornalismo e crítica de cinema, contribuindo para a formação estética dos públicos e o interesse no objeto da informação. Por último, quando possível, estimular o leitor a ir ver determinado filme (Lourenço, 2024d).

### **Conclusão**

O Jornalismo de cultura deve ser uma representação do mundo assim como através da cultura se observa o mundo representado (Chartier, 2005). E, enquanto tal, o Jornalismo deve ser capaz de o representar, mantendo-se, assim, em permanente diálogo com ele. Todavia, diversas questões colocam-se quanto ao jornalismo de cultura no âmbito da sua missão e responsabilidade social e cultural: entre a mediação da informação e o exercício da crítica, modelador de gostos; entre um jornalismo de informação especializada livre e a sujeição às agendas dos departamentos de comunicação das produtoras e editoras; entre um jornalismo mediador de cultura, *gatekeeper*, modelador de gostos e legitimador da produção cultural e a modelação e gostos por *influencers* e algoritmos; entre um jornalismo para leitores e um jornalismo para consumidores; entre fazer a diferença e concorrer, com a mesma linguagem, com a cultura *streaming*, *youtubizada* (2005), *spotifyzada* (2006) de uma sociedade digital.

Na verdade, as grandes discussões em torno de um novo livro, uma nova peça de teatro, uma nova obra ou um novo filme antes acometidas ao jornalismo especializado parecem escapar-lhes para as mãos dos *influencers* digitais que, sem preparação e conhecimento

específicos, respondem a uma lógica comercial, à partida distinta da do jornalista, não indo além do superficial e do festivo. O jornalismo de cultura tende a afastar-se das questões intrinsecamente culturais e artísticas, aproximando-se dos valores das indústrias culturais e criativas e do valor comercial dos seus conteúdos em que aquelas impõem as suas agendas, transformando o leitor num consumidor.

O papel do jornalismo especializado de cultura na promoção do acesso democrático à cultura cinematográfica, da literacia cultural e, mais especificamente, das literacias artística, fílmica, literária e musical vai perdendo espaço. Neste sentido, reforçando a responsabilidade cultural e social do jornalismo especializado, compreende-se o papel diferenciador do jornalista que o faz, contribuindo para a criação de significados e para a experiência estética, que caracterizava a cobertura jornalística de cultura, desvanecendo-se simultaneamente a sua imagem diferenciadora.

## Bibliografia

### Fontes

*Le Journal des sçavans*, Académie des inscriptions et belles-lettres (France) Gallica, 1<sup>er</sup> jan. 1665. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56523g/f3.item>

### Estudos

ALEXANDER, Jeffrey C., BREESE, Elizabeth Butler, LUENGO, María, *The crisis of Journalism reconsidered*, Cambridge, Cambridge University Press, 2016.

ARNT, Hérís, *A influência da literatura no jornalismo: O folhetim e a crônica*, Rio de Janeiro, Editora E-papers, 2001.

BAPTISTA, Carla, “Jornalismo cultural em Portugal: retrato de uma década e projecções para o futuro”, in BAPTISTA, Carla (Org.), *A cultura na primeira página*, [S. l.], Escrit’orio editora, 2017, pp. 43-85.

BENNETT, Tony, GROSSBERG, Lawrence, MORRIS, Meaghan (Eds.), *New keywords: A revised vocabulary of culture and society*, Malden, USA, Blackwell Publishing, 2005.

BERGANZA CONDE, María Rosa, *Periodismo especializado*, Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias, 2005.

BHASKAR, Michael, *Curation: The power of selection in a world of excesso*, London, Piaktus, 2016.

BLANCO ALFONSO, Ignacio, “Prólogo”, in BLANCO ALFONSO, Ignacio, GARBISU BUESA, Margarita (Coord.), *Periodismo cultural*, Madrid, Centro de Estudios Financieros, 2019, pp. 9-14.

[https://www.academia.edu/39140318/Periodismo\\_cultural](https://www.academia.edu/39140318/Periodismo_cultural)

BRUNS, Axel, *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*, New York, Peter Lang Publishing, 2018.

<https://eprints.qut.edu.au/215471/>

BUSTAMANTE, Enrique, “El periodismo contemporaneo y la cultura”, in BAPTISTA, Carla (Org.), *A Cultura na primeira página: Uma década de jornalismo cultural na imprensa em Portugal*, [S. l.], Escrit’orio Editora, 2017, pp. 13-29.

CALADO, Mariana, “A imprensa sobre música em Portugal no século XIX”, in BAPTISTA, Carla, SOUSA, Jorge Pedro (Coords), *Para uma história do jornalismo em Portugal*, Lisboa, Livros ICNOVA, 2020, pp. 83-102.

[https://www.academia.edu/93407021/Para\\_uma\\_histo\\_ria\\_do\\_jornalismo\\_em\\_Portugal](https://www.academia.edu/93407021/Para_uma_histo_ria_do_jornalismo_em_Portugal)

CHARTIER, Roger (2005), *El mundo como representación: Estudios sobre historia cultural*, Barcelona, Editorial Gedisa, 2005.

DEBORD, Guy, *A sociedade do espectáculo*, Lisboa, Edições Antipáticas, 2005.

DOMINGUES, José António, *O ensaio como método*, Covilhã, Universidade da Beira Interior, 2019.

[https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/7941/1/domingues\\_jose\\_2019\\_ensaio\\_como\\_metodo.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/7941/1/domingues_jose_2019_ensaio_como_metodo.pdf)

ESTEVE RAMÍREZ, Francisco, “Fundamentos de la información periodística especializada”, in CAMACHO MARKINA, Idoia (Ed.), *La especialización en el periodismo: Formarse para informar* Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Madrid, Editorial Síntesis, 2010, pp. 7-22.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier, “Prefácio”, in LOURENÇO, Jaime, *Jornalismo de especialidade*, Lisboa, Livros Horizonte, 2024, pp. 11-29.

Habermas, Jürgen, *Mudança estrutural da esfera pública: Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa*. Editora Unesp, 1990.

KRISTENSEN, Nete Nørgaard, FROM, Unni. “Lifestyle journalism: Blurring boundaries”, *Journalism Practice*, 2012, vol. 6, nº 1, pp. 26-41.

<https://doi.org/10.1080/17512786.2011.622898>

LOPES, Paula, “Jornalismo de literatura: criar leitores, promover autores, expandir negócio”, in LOURENÇO, Jaime, *Jornalismo de especialidade*, Lisboa, Livros Horizonte, 2024, pp. 205-214.

LOURENÇO, Jaime, *Jornalismo de especialidade*, Lisboa, Livros Horizonte, 2024a.

LOURENÇO, Jaime, “Introdução: A Sociedade do Desconhecimento e a necessidade do jornalismo especializado”, in LOURENÇO, Jaime, *Jornalismo de especialidade* Lisboa, Livros Horizonte, 2024b, pp. 31-43.

LOURENÇO, Jaime, “Jornalismo cultural: O diálogo agregador com o mundo”, in LOURENÇO, Jaime, *Jornalismo de especialidade*, Lisboa, Livros Horizonte, 2024c, pp. 185-203.

LOURENÇO, Jaime, “Jornalismo de cinema: Por um resgate da interrogação e da reflexão” in LOURENÇO, Jaime, *Jornalismo de especialidade*, Lisboa, Livros Horizonte, 2024d, pp. 239-253.

LOURENÇO, Jaime, “O acto final? Jornalismo português de cinema em tempos pandémicos”, in *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 2022, nº 58, pp. 41-57.

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i58.02>

LOZANO ASCENSIO, Carlos, AMARAL FRANZ, Márcia, “El periodismo especializado o el saber del hacer periodístico” in PEÑA ACUÑA, Beatriz, JOVER LÓPEZ, Juan José (Eds.), *Periodismo especializado*, Editorial ACCI Ediciones, 2017, tomo II, pp. 11-17.

MAGALLÓN ROSA, Raúl, *Desinformação e pandemia: A nova realidade*. Porto, Media XXI, 2021.

MASUDA, Yoneji, *The information society: as post-industrial society*, 2nd printing, Washington, D. C., World Future Society, 1983.

<https://archive.org/details/informationstoc0000masu/page/n1/mode/2up>

NATÁLIO, Carlos, “O gosto, o cânone e o aforismo: (Ainda) problemas da crítica de cinema”, in CUNHA, Paulo, PENAFRIA, Manuela (Eds.), *Crítica de cinema: Reflexões sobre um discurso*, Covilhã, LabCom.IFP, 2017, pp. 69-80. [https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/201803051022-201814\\_ccinema\\_mpenafriapcunha.pdf](https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/201803051022-201814_ccinema_mpenafriapcunha.pdf)

OLIVEIRA, Felipe Moura de, *A semiose da notícia em ambiente de crise: movimentos de rede e mediação na semiosfera contemporânea*, São Leopoldo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, 2016. <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5372>;

PENA, Paulo, “A crise do jornalismo” in GUSTAVO CARDOSO, Ana Pinto Martinho, CRESPO, M. (Eds.), *Jornalismo, indignação e esperança*, Lisboa, Mundos Sociais, 2018, pp. 201-203. [https://www.researchgate.net/profile/Gustavo-Cardoso-2/publication/328841929\\_Jornalismo\\_Indignacao\\_e\\_Esperanca/links/5be5eb51a6fdcc3a8dcb16a8/Jornalismo-Indignacao-e-Esperanca.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Gustavo-Cardoso-2/publication/328841929_Jornalismo_Indignacao_e_Esperanca/links/5be5eb51a6fdcc3a8dcb16a8/Jornalismo-Indignacao-e-Esperanca.pdf)

REIS, Bruno Carriço, “Comunidades literárias em línea: Una aproximación exploratória a los booktubers”, in BONALES DAIMIEL, G., SIERRA SÁNCHEZ, Javier (Coords), *Desafíos y retos de las redes sociales en el ecosistema de la comunicación*, McGraw Hill, 2023, pp. 101-107.

RIEGERT, Kristina, ROOSVALL, Anna, WIDHOLM, Andreas, “Cultural journalism” in Oxford research encyclopedia of communication, 2018.

<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.796>

SILVA, Carlos Guardado da, CATANHO, Cláudia, “Bookstagram y los mercados editoriales estadounidense y português”, in *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, Sevilla: Universidad de Sevilla, 2021, nº 53 monográfico: Instagram como objecto de estúdio, pp. 25-41. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i53.02>

SILVA, Carlos Guardado da Silva, MACEDO, L. S. Ascensão de, “Nota de apresentação”, *Boletim do Arquivo da Universidade de Coimbra*, Coimbra, Imprensa da Universidade, 2022, nº extra 1: *Informação, desinformação e pós-verdade*, pp. 7-11. [https://doi.org/10.14195/2182-7974\\_extra2022\\_1\\_0](https://doi.org/10.14195/2182-7974_extra2022_1_0)

SILVA, Dora Santos, SILVA, Marisa Torres da, Definições, tendências e marcas discursivas do jornalismo cultural, in BAPTISTA, Carla (Org.), *A cultura na primeira página: Uma década de jornalismo cultural na imprensa em Portugal*, [S. d.]: Escritório Editora, 2017, pp. 87-107.

TENGARRINHA, José, *Nova história da imprensa portuguesa: Das origens a 1865*, Lisboa, Círculo de Leitores, 2013.

WILLIAMS, Raymond, *Keywords: A vocabulary of culture and society*, London, Fontana/Croom Helm, 1976.