

AVISO AO USUÁRIO

A digitalização e submissão deste trabalho monográfico ao *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia* foi realizada no âmbito do Projeto *Historiografia e pesquisa discente: as monografias dos graduandos em História da UFU*, referente ao EDITAL Nº 001/2016 PROGRAD/DIREN/UFU (<https://monografiashistoriaufu.wordpress.com>).

O projeto visa à digitalização, catalogação e disponibilização online das monografias dos discentes do Curso de História da UFU que fazem parte do acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia (CDHIS/INHIS/UFU).

O conteúdo das obras é de responsabilidade exclusiva dos seus autores, a quem pertencem os direitos autorais. Reserva-se ao autor (ou detentor dos direitos), a prerrogativa de solicitar, a qualquer tempo, a retirada de seu trabalho monográfico do *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia*. Para tanto, o autor deverá entrar em contato com o responsável pelo repositório através do e-mail recursoscontinuos@dirbi.ufu.br.

Trab. Cient
S. 9. (c)
3525

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE HISTÓRIA

**Revista *Digestivo Cultural* e o Jornalismo Cultural na
Internet**

WILLIMAR BISCO DE MORAES

3525
S. 9 (c)

Trabalho de Conclusão de Curso
Curso de História
Disciplina: História da Escrita e da Imprensa
Av. Universidade, 1000 - 13000-000 - Uberlândia, MG
Tel: 3841-9092 Fax: 3841-9093 E-mail: willimar@ufu.br

WILLIMAR BISCO DE MORAES

**Revista *Digestivo Cultural* e o Jornalismo Cultural na
Internet**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em História, do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em História, sob a orientação da Profa. Ms. Ivonilda Lemes.

Uberlândia, agosto de 2007.

Moraes, Willimar Bisco de.

Revista *Digestivo Cultural* e o Jornalismo Cultural na Internet.

Willimar Bisco de Moraes – Uberlândia, 2007.

48 fl.

Orientador: Profa. Ms. Ivonilda Lemes.

Monografia (Bacharelado) – Universidade Federal de Uberlândia,
Curso de Graduação em História.

Inclui Bibliografia.

Jornalismo Cultural – Internet – Digestivo Cultural.

WILLIMAR BISCO DE MORAES

**Revista *Digestivo Cultural* e o Jornalismo Cultural na
Internet**

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ms. Ivonilda Lemes – INHIS/UFU - Orientador

Prof. Ms. Elmiro Lopes da Silva – Rede Estadual de Ensino/MG

Mestrando Gilmar Alexandre da Silva – INHIS/UFU

À Clarisse e aos meus pais.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos contribuintes que, por meio de impostos escorchantes, tornaram possível a minha estada neste estabelecimento de ensino.

À Profa. Ivonilda Lemes, pela disposição em aceitar um caso complicado.

Aos examinadores desta Monografia e ao secretário João Batista.

Agradeço aos meus amigos de turma Leandro B2, Flávio Roxinho e Rogério Macaco.

Aos colegas: Edilson Lama, Júlio Cobra, Carniça, Jeovanisses, Douglas da Matemática, Cristina “dos livros”, Dino, Luís Fernando e Joe Strume.

À Banda de Blues.

A todos os funcionários operacionais desta Universidade, em especial aos servidores do R.U. e aos da conservação e limpeza

Ao Bar Verde e a toda sua clientela selecionada.

SUMÁRIO

Introdução.....	07
Capítulo 1. “Cultura” no jornalismo cultural.....	12
1.1. Os sentidos de cultura.....	12
1.2. Massificação da imprensa no Brasil.....	15
1.3. Imaginação e liberdade em recesso.....	20
1.4. O jornalismo em tempo de incertezas.....	26
1.5. Novos rumos para o jornalismo cultural.....	27
Capítulo 2. <i>Digestivo cultural</i> e internet.....	30
2.1. A internet como alternativa.....	30
2.2. Revista eletrônica <i>Digestivo Cultural</i>	32
Considerações finais.....	43

RESUMO

Esta monografia tem por objetivo analisar as alterações sofridas no campo do jornalismo cultural nos últimos anos, especialmente após a consolidação da internet como meio de comunicação. Por meio do estudo de um caso concreto – a revista eletrônica *Digestivo Cultural* - tenta-se perscrutar a possibilidade de a internet se apresentar como alternativa no campo da imprensa cultural.

INTRODUÇÃO

A pesquisa que apresentamos centrou-se na análise de uma modalidade no jornalismo, mais especificamente as produções que enfocam temas relativos ao campo da produção artístico-cultural, veiculadas por meio da internet. Tomamos como base a revista eletrônica *Digestivo Cultural*, idealizada e coordenada no Brasil, disponível a partir de 2000 e com publicações regulares até a atualidade.

A historiografia mantém com o tempo presente uma relação problemática. Desde o seu surgimento como disciplina autônoma e no processo mesmo de sua afirmação frente às outras áreas do conhecimento, a história como conhecimento sistemático, fruto de um trabalho intelectual, elegeu como pressuposto tratar apenas do passado. O método e o objeto do historiador deveriam partir de uma visão retrospectiva sobre os fatos, visto que apenas a distância dos problemas poderia conferir “objetividade” ao trabalho do historiador.

Essa visão do ofício do historiador teve em Charles Seignobos e em Charles Langlois, historiadores franceses, seus grandes defensores. Fruto do positivismo reinante no século XIX francês, o seu *méthode historique* estabelecia, portanto, uma cisão profunda entre passado e presente. Para esses historiadores nunca foi tão evidente a máxima do filósofo alemão Hegel segundo a qual o pássaro de Minerva (detentor do conhecimento) só alça vôo ao final da tarde. Ou seja, a elaboração do conhecimento somente torna-se possível após, e para eles muito após, os fatos terem acontecido.

O movimento de renovação da historiografia iniciado na França com a fundação da revista *Annales*, em 1929, em que se valorizavam as estruturas econômicas e sociais em detrimento dos “grandes” homens e dos “grandes” eventos e em que importava mais identificar as relações que se davam na longa duração do que lidar com o episódico ou com o factual não conseguiu, contudo, alçar o tempo presente à categoria válida de estudo no meio historiográfico. Segundo Marieta de Moraes Ferreira:

O século XX recebeu o estigma de objeto de estudo problemático, e a legitimidade de sua abordagem pela história foi constantemente questionada. (...) O contemporâneo podia ser matéria das Ciências Sociais em geral, mas não da história. Com isso, a história recente tornou-se uma história sem historiadores. (...) Ancorada [a tradição dos Anais] em princípios que sustentavam a necessidade do distanciamento temporal do pesquisador frente ao seu objeto, através do que os historiadores costumam chamar de 'visão retrospectiva', ou seja, a possibilidade de trabalhar com processos históricos cujo desfecho já se conhece, a história criava limitações para o trabalho com a proximidade temporal, por temer que a objetividade da pesquisa pudesse ser comprometida.¹

A partir dos anos 80 nota-se o início de certa inflexão nas discussões sobre o campo da pesquisa historiográfica. As estruturas e a longa duração, tão caras a um Fernand Braudel da segunda geração ou a um Marc Bloch da primeira geração dos Anais cedem lugar às experiências individuais, à valorização da memória, às representações. O apelo do singular e do ínfimo, a importância da cultura em seu sentido antropológico, o retorno ao estudo do político e a incorporação da atualidade aos interesses do historiador marcam, desde então, a pesquisa histórica.

Todavia, mesmo sendo evidente o lado positivo dessas transformações no campo historiográfico, a história, e as ciências sociais no geral, sofrem desde então abalos em certezas até então inquestionáveis, sobretudo em seus fundamentos epistemológicos. A prática do historiador, o seu relacionamento com as fontes, o seu objeto de pesquisa e até mesmo seu estatuto como disciplina científica vêm sendo questionados. A vaga pós-moderna que reduz o discurso historiográfico à retórica simplesmente, aproximando-o do discurso literário, onde o objetivo seria apenas convencer por meio de estratégias típicas das formas utilizadas pelos literatos, sem a necessidade de se referir ao campo extratextual, vem causando estragos nítidos. Postulantes dessa maneira de pensar o método historiográfico chegam a recusar qualquer pretensão à verdade à história como disciplina. Ela teria tão somente como objetivo estabelecer eficácia ao seu discurso.²

¹ FERREIRA, Marieta de Moraes. História, tempo presente e história oral. **Topoi – Revista de História**, Rio de Janeiro, nº. 5, p. 314-332, dez 2002, p. 318-319.

² A visão pós-moderna da história pode ser encontrada em Hayden White de **Metahistória** (Edusp, 1994). Duas visões contrárias a essa onda podem ser encontradas em Carlo Ginzburg de **Relações de força** (Cia das letras, 2002), especialmente no ótimo ensaio **Sobre**

Em meio a esse cenário de referências pouco seguras no campo da historiografia, a escolha de um tema extremamente vinculado à atualidade e merecedor de atenção limitada do meio acadêmico não poderia soar menos promissor. Afinal, tenta-se entender por meio desta monografia o impacto da tecnologia da internet em um campo também pouco explorado pela historiografia: o do jornalismo cultural. A bem da verdade, a intenção do texto é bem mais modesta: levantar algumas questões relacionadas ao surgimento da internet em meio às intensas transformações por que passa o jornalismo cultural tradicional, especialmente nos últimos quinze anos. É certo também que ao falarmos de jornalismo cultural temos em mente que o jornalismo em si, e não somente a parte dedicada aos assuntos culturais, passa por tais transformações.

A própria internet é ainda escassamente estudada pelas disciplinas voltadas para o estudo da sociedade. O sociólogo Manuel Castells, dos poucos que se dedicam a estudá-la, esclarece que:

Apesar de sua difusão, a lógica, a linguagem e os limites da internet não são bem compreendidos além da esfera das disciplinas estritamente tecnológicas. A velocidade da transformação tornou difícil para a pesquisa acadêmica acompanhar o ritmo da mudança com um suprimento adequado de estudos empíricos sobre os motivos e os objetivos da economia e da sociedade baseadas na internet.³

A afirmação de Castells sobre a dificuldade trazida à pesquisa acadêmica pela velocidade da transformação provocada pela internet e sobre a incompreensão de sua linguagem faz lembrar a feliz sentença de Marc Bloch sobre a inércia dos homens que, a cada mudança de costumes, não alterarem também seu vocabulário.⁴ Nada mais verdadeiro para o impacto da internet na sociedade: estamos diante de uma realidade essencialmente nova e dispomos, para compreendê-la, do velho arsenal de conceitos, de idéias e do vocabulário concebidos em um contexto em vias de superação.

Aristóteles e a história, mais uma vez; em *Olhos de madeira* (Cia das letras, 2001), do mesmo autor, e em Robert Darnton de *Os dentes falsos de George Washington* (Cia das letras, 2005).

³ CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003. p. 8.

⁴ Cf. BLOCH, Marc. **Apologia da história ou o ofício do historiador.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001. p. 59

Toda essa sorte de dificuldades foi se revelando, apenas, à medida que a pesquisa se desenvolvia. A hesitação em prosseguir com tal tema também foi uma constante. A decisão de continuar, portanto, veio somente da curiosidade sobre todo esse conjunto de alterações por que vem passando a imprensa nos últimos anos e da conclusão pela viabilidade dessa pesquisa a partir do momento em que várias mudanças vêm ocorrendo na perspectiva historiográfica, ampliando campos para a análise das relações e produções humanas, abrindo a possibilidade de problematizarmos acontecimentos mais recentes. Ademais, como afirma Marc Bloch, sendo o objeto da história o homem imerso no tempo e sendo esse tempo um “continuum” e em perpétua mudança, não há razão para a historiografia abdicar do tempo presente.⁵

Como dito, a historiografia pouco se ocupa do tema. Tivemos de recorrer a trabalhos desenvolvidos no campo da comunicação e da sociologia e a alguns autores que indiretamente poderiam nos auxiliar na construção e na delimitação do tema e, principalmente, poupar-nos de falsos problemas. Tais trabalhos são devidamente referenciados no corpo do texto.

Por se tratar de jornalismo cultural, a monografia faz inúmeras referências, implícitas e explícitas, a um conceito por demais debatido no campo acadêmico e demasiadamente controvertido que, por isso mesmo, merece um esclarecimento em separado.

O conceito de “indústria cultural” aqui segue em linhas gerais e sem alguns de seus exageros deterministas, o estabelecido por Max Horkheimer e Theodor W. Adorno. Sob impacto da perseguição nazista e sob os escombros da II Guerra Mundial, os autores intentaram uma crítica mordaz ao projeto de autonomia humana elaborado pelo Iluminismo. As Luzes, na visão dos autores, haviam falhado em sua promessa de felicidade. Vivia-se o esgotamento desse projeto. Ou melhor: vivia-se, naquele período, a revelação das contradições desse projeto e o capitalismo, tendo na indústria cultural a sua face mais visível, mostra todo seu potencial de aniquilamento.

⁵ Cf. BLOCH, Marc. **Apologia da história ou o ofício do historiador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001. p. 54-55.

Das inúmeras e complexas nuances do conceito arquitetado por Adorno e Horkheimer, retém-se para os fins a que se propõe esta monografia o caráter totalizante dessa indústria e seu poder em sufocar qualquer iniciativa que não redunde em lucro. De acordo com os autores, “quanto mais sólidas se tornam as posições da indústria cultural, tanto mais brutalmente esta pode agir sobre as necessidades dos consumidores, produzi-las, guiá-las e discipliná-las (...) a única escolha é colaborar ou se marginalizar.”⁶

É tendo em mente as determinantes da indústria cultural em meio às transformações proporcionadas pela internet que tentaremos delinear alguns aspectos do problema que ora se apresenta: até que ponto a internet pode ser considerada realmente alternativa ao que se vem fazendo tradicionalmente na imprensa cultural?

Para tanto o primeiro capítulo discute os sentidos do termo “cultura”, além de narrar as transformações principais sofridas pelo jornalismo cultural em seu percurso histórico. Tenta-se assim construir um contexto a partir do qual se busca conferir inteligibilidade aos desdobramentos na imprensa após o surgimento do mundo virtual.

Já o segundo capítulo parte da descrição de uma revista eletrônica dedicada a assuntos culturais tributária dessa realidade proveniente do surgimento da internet no intuito de formar um quadro que permitam algumas conclusões, mesmo que parciais. Dá-se ainda atenção a depoimentos de operadores desses novos veículos na tentativa de descortinar o que pensam sobre essa realidade.

As fontes utilizadas neste trabalho circunscrevem-se basicamente à página da revista *Digestivo Cultural* na internet e às entrevistas disponíveis nela e em outras páginas referenciadas ao longo do texto.

⁶ ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. Indústria cultural. O iluminismo como mistificação das massas. IN: LIMA, Luís Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**. 4 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990, cap. 5, p. 181-185.

CAPÍTULO I

“CULTURA” NO JORNALISMO CULTURAL

Neste primeiro capítulo será abordada a questão dos sentidos contidos no conceito de “jornalismo cultural”, tentando destacar o papel da antropologia no processo de reavaliação do que vem a ser considerado “cultura”. Será ainda delineado sumariamente o percurso histórico do jornalismo cultural, concentrando-se nas principais transformações por que passaram os veículos e os profissionais de imprensa, em especial as que se deram a partir do final do século XX. O texto desse capítulo inicial tenta, portanto, montar o contexto em que se dão as mudanças experimentadas pelo jornalismo cultural nos últimos anos.

1.1. Os sentidos de cultura

A abordagem do tema “jornalismo cultural” requer, a princípio, o esclarecimento dos sentidos mais comuns contidos nas palavras “jornalismo” e “cultura”. Muito mais que definições acadêmicas, adquirem importância aqui os aspectos que essas palavras assumem em determinadas épocas e contextos. Até porque no campo acadêmico o jornalismo cultural é escassamente debatido e, mesmo entre os autores dedicados ao assunto, reina certa imprecisão e falta de clareza conceitual.¹ Arthur Netrovski, pesquisador e crítico musical, esclarece bem a dificuldade de se lidar com o tema:

‘Jornalismo cultural’, a rigor, é uma contradição de termos. A palavra ‘jornalismo’ vem do latim ‘diurnalis’, que significa ‘do dia’, menos no sentido de diurno do que de diário, cotidiano. ‘Cultural’ é um termo figurado, por analogia ao cultivo da terra. Jornalismo é do dia-a-dia; cultural, de longa duração. O jornalismo reage rapidamente aos acidentes; a cultura define a identidade de um grupo, ou de uma sociedade, e só se transforma aos poucos. O jornalismo cultural existe nessa tensão, entre o contingente e o permanente, com a balança quase nunca no meio.²

¹ A discussão sobre a imprecisão conceitual e a dificuldade de delimitação do sentido de jornalismo cultural pode ser conferida em PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

² NESTROVSKI, Arthur. **Um ideal de crítica**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 10 set 2000, Caderno Mais!, p. 6.

Em uma hipotética competição sobre o grau de controvérsia contido em determinados conceitos acadêmicos, seguramente “cultura” ganharia amplo destaque. Do senso comum - herdeiro da concepção iluminista e que associa cultura a acúmulo de conhecimento e informação e, num sentido influenciado pela ideologia do progresso, à civilização - ao antropológico, em que “sistemas de atitudes, valores e significados compartilhados, e as formas simbólicas (desempenhos e artefatos) em que se acham incorporados”³ revelam importância, são inúmeros os usos e sentidos assumidos pelo conceito. Conceito esse que, no desenvolvimento histórico do jornalismo cultural, sinaliza sua própria relevância.

Em que pese tratar-se de uma convenção mundialmente aceita, a separação dos temas por editoriais, nos casos dos jornais e revistas, e em blocos ou seções, nos casos dos programas de televisão e rádio, não deixa de mostrar seu caráter arbitrário, especialmente após a influência dos preceitos antropológicos. Se tudo é cultura, como nos diz a antropologia, que sentido teria separar um espaço específico para o tratamento desse assunto? Por que seções de economia, política ou esportes, se tudo isso é, ou poderia ser, cultura? É necessário, portanto, esclarecer o sentido de cultura para o jornalismo.

As colunas de variedades, que durante o Iluminismo viram seu público leitor e sua circulação aumentarem de forma vertiginosa, são consideradas o embrião do que veio a ser considerado jornalismo cultural⁴ e tinham como referência e propósito “elevar” o leitor, distingui-lo, por meio da difusão das artes e do conhecimento, da grande massa despossuída e “ignorante”. Culto e elevado seria aquele que dominasse, mesmo que superficialmente, o código da alta sociedade. Essa concepção de cultura, denominada “clássica”, expandiu-se entre o final do século XVIII e início do século XIX pela Europa.⁵

³ BURKE, Peter. **Cultura Popular na Idade Moderna – Europa, 1500-1800**. São Paulo: Cia das Letras, 1989. p. 10 (Introdução).

⁴ ALZAMORA, Geane C. **Comunicação e Cultura na Internet: em busca de outros jornalismo culturais**. 2005. 173p. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica, PUC – SP, São Paulo, p. 29.

⁵ SILVA, Luis M. Imprensa, discurso e interatividade. In: MOULLIARD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (orgs). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 60.

Conforme Alzamora, foram os folhetins - suplementos da imprensa que publicavam de curiosidades a capítulos de romances no século 19 - impulsionados pela transformação ocasionada na técnica da imprensa, pelo aumento ainda que relativo da alfabetização nos países europeus e pela diversificação da esfera pública como efeito dos desdobramentos políticos de 1789 - que acabaram por introduzir uma perspectiva menos restrita quanto ao caráter da cultura na imprensa. É nesse período que o lazer e o entretenimento, anseio de determinada sociabilidade burguesa em crescimento, começam a adquirir dimensões relevantes para uma imprensa em busca de ampliação de público e de se firmar como negócio viável.⁶

De acordo com Laplantine, no final do século XIX, a antropologia começa a se definir como ciência e conquistar legitimidade junto às demais disciplinas. Devido em parte ao lugar de onde surge - a Europa como centro hegemônico - e também devido ao momento em que se consolida com disciplina - o incipiente colapso do imperialismo e de sua face mais drástica, o colonialismo - o projeto antropológico reside no reconhecimento da pluralidade do homem e sua sociedade. Muito do que se tinha como inferior, "baixo", arcaico, em comportamentos de grupos ou classes sociais passa por um processo de relativização. Não se olha o "outro" tendo como referência absoluta e parâmetro de comparação o mundo do observador, apenas. Surge uma ruptura profunda com o pensamento de que existe um local de onde o olhar adquire legitimidade, o centro do mundo, e por consequência o conhecimento sobre o outro se amplia.⁷

O jornalismo cultural que viria a se consolidar no século XX refletiu e incorporou todas essas alterações por que passou o conceito de cultura. Nota-se a convivência das concepções clássica, herdeira do Iluminismo, e antropológica de cultura. Os suplementos culturais já não consideravam, no início do século XX, apenas determinadas manifestações, como artes plásticas e visuais, música erudita e literatura dignas de figurarem em suas páginas. O circo, o teatro de rua e o cinema começam a merecer atenção das redações,

⁶ Cf. ALZAMORA, Geane C. op. cit., cap.1.

⁷ Cf. LAPLANTINE, François. **Aprender Antropologia**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1998. (Introdução).

notadamente com o desenvolvimento da cultura de massa que, ao longo do século, mesclou-se aos ideais de progresso humanista e ao diversificado conjunto de práticas e costumes, característico do que se convencionou chamar de cultura popular. A interação entre o “culto”, o popular e o massivo ocuparia progressivamente o espaço que os meios de comunicação destinavam ao campo cultural.⁸

Cabe ressaltar ainda, dentro desses esclarecimentos preliminares sobre os sentidos de “jornalismo cultural” assumidos no decorrer da história, que vulgarmente pode-se diferenciar a atuação do jornalismo cultural em duas frentes: a voltada mais para um objetivo noticioso – divulgação de eventos, livros, discos ou mesmo de pormenores da vida de artistas – e a dedicada à análise crítica da produção cultural. Como exemplos do primeiro tipo, têm-se a *Ilustrada*, na *Folha de S. Paulo*, o *Caderno 2*, no *Estado* e o *Metrópolis*, na *TV Cultura*. Já o caderno *Cultura*, do *Estado* e o *Mais!*, da *Folha de S. Paulo*, são exemplos do segundo tipo.

A despeito da dificuldade de se distinguir os assuntos propriamente “culturais”, a verdade é que, desde sempre, eles contaram com espaço, abordagens e linguagem próprios, mais afeitos ao experimentalismo e, não raro, a frente das transformações comunicacionais. E, como não poderia deixar de ser, sensível às transformações no campo dos comportamentos e dos hábitos de seu público, o jornalismo cultural não passaria incólume ao impacto da tecnologia da informação, especialmente a partir da popularização da internet.

1.2. Massificação da imprensa no Brasil

É por volta de meados do século XIX que o incipiente jornalismo brasileiro, até então voltado quase que exclusivamente aos assuntos políticos da corte, inclui entre seus assuntos aproximações com o mundo cultural, considerando a sua expressão mais literária. “É, digamos, o momento em que o jornalismo passa a adquirir uma perspectiva já comum nos similares

⁸ Sobre a interação entre “culto”, “popular” e “massivo”, cf. CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997.

européus, configurando uma confluência temática política/economia/variedades.”⁹

Segundo Gadini, ao final do século XIX o Brasil passa por profundas transformações – abolição da escravidão, Proclamação da República, intensificação da imigração, início do processo de secularização do Estado – que coincidem com formação da imprensa nacional. Estimuladas pelos ventos que sopravam da Europa, França em especial, os espaços urbanos, principalmente o Rio de Janeiro, assistem a mudanças de hábitos culturais e de idéias. E a imprensa, como mediadora dessas mudanças, torna-se local de discussão desses novos hábitos de ser e pensar.¹⁰

Ainda na história da incursão dos assuntos culturais no espaço noticioso dos jornais, um periódico carioca merece atenção. O *Correio da Manhã*, que circulou por 73 anos, de 1901 a 1974, desde o início abriu-se para seções dedicadas ao teatro, à literatura ou à música. Além do caráter pioneiro, o jornal carioca estabeleceu paradigmas não só na área cultural, mas em todos os aspectos da imprensa. Em 2003, após a morte de Niomar Bittencourt - membro da família dos ex-controladores do jornal - Alberto Dines fez declarações sobre a importância do periódico. Segundo ele:

*Padrão de qualidade literária, paradigma de inovações empresariais e tecnológicas, incubadora de talentos, o Correio da Manhã foi também o protótipo do 'jornalismo de dono de jornal' – explosiva combinação de personalismo, audácia e arrogância capaz de produzir grandes jogadas políticas e jornalísticas como também tremendas injustiças.*¹¹

Cabe ressaltar aqui, apenas a título de informação, que os assuntos culturais, em que pese a importância dos meios impressos, objeto desta explanação, encontram verdadeira penetração junto ao público, em especial o de baixa escolaridade, devido à consolidação do rádio como principal veículo de comunicação. A chamada “Era do Rádio” estabelece, a partir dos anos 30, e dentro de um projeto político maior de Vargas, marcos referenciais, como a

⁹ GADINI, Sérgio Luiz. **A cultura como notícia no jornalismo brasileiro**. (Cadernos de Comunicação/ Sério Estudos. V.8). Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro/Secs, 2003. p. 11.

¹⁰ Ibid., p. 13.

¹¹ DINES, Alberto. **O Correio da Manhã está cada vez mais longe**. Observatório da imprensa. s/d. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/mem041120031.htm>. Acesso em: 01 jan 2007.

expansão do samba por todo o território nacional e o propósito de integração nacional por meio, por exemplo, dos programas da Rádio Nacional.¹²

Estudos realizados por Eric Hobsbawm dão conta de que o progressivo e irrefreável domínio da lógica capitalista de produção de mercadorias associado a um mercado consumidor em contínua expansão revolucionou o modo de vida das pessoas no centro do mundo em meados do século XX, com inevitáveis reflexos na periferia, sobretudo em países em adiantado processo de industrialização, caso do Brasil. A renovação tecnológica logrou em curto espaço de tempo inserir o homem em uma realidade essencialmente diferente da anterior. Em questão de uma ou duas gerações, o mundo se tornara outro aos olhos dos mais velhos: novos padrões de consumo e formas de socialização e comportamento, massificação intensa do entretenimento, internacionalização das relações de produção e consumo levaram alguns a denominar essa era do pós-guerra de a “Era de Ouro”. Hobsbawm chega a afirmar que tal era realizara “a mais impressionante, rápida e profunda revolução nos assuntos humanos que a história tem registro.”¹³

O campo de renovação tecnológica, cabe insistir, é propício para se ter uma idéia da magnitude e densidade dessas alterações. De acordo com Sevcenko, se considerássemos todas as descobertas científicas, invenções e inovações realizadas pelo homem desde sua origem até hoje, chegaríamos ao dado espantoso de que mais de oitenta por cento de todas elas se deram nos últimos cem anos, sendo que mais de dois terços delas ocorreram após a Segunda Guerra. Outro dado não menos admirável relaciona-se com a taxa de crescimento dos conhecimentos técnicos, que cresce a assombrosos treze por cento ao ano desde o início do século XX. Significa que a cada cinco anos e meio esse acúmulo de conhecimento técnico praticamente dobra. Alguns estudiosos, de acordo com esse mesmo autor, em face das possibilidades

¹² Cf. GADINI, Sergio Luiz. A tematização jornalística da cultura. In: **A cultura como notícia no jornalismo brasileiro**. (Cadernos de Comunicação/ Sêrio Estudos. V.8). Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro/Secs, 2003. p. 11-22.

¹³ Cf. HOBBSAWM, Eric J. Os anos dourados. In: **Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Cia das Letras, 1999. p. 276-281.

surgidas com a Revolução da Microeletrônica, chegam a afirmar que, de cinco anos e meio, essa taxa passará a duplicar a cada doze meses.¹⁴

O Brasil não passaria incólume a esse processo acelerado de mudanças. Num período relativamente curto, entre 1930 e 1980, com ênfase nos anos do pós-guerra, o país conseguira se firmar como uma economia em consonância com os padrões estabelecidos nos países de economia mais avançada. Produzia-se para um mercado consumidor em franco crescimento: desde maquinaria pesada, destinada a propulsionar a indústria leve, até os mais variados gêneros de consumo privado, como eletrodomésticos, calçados, bebidas, móveis, produtos de higiene e automóveis. Os historiadores não hesitam em taxar de “revolução” o que se passou. À maneira do que ocorrera no mundo industrializado, o Brasil assiste a uma alteração significativa em seus padrões de consumo e comportamento.¹⁵

É nesse período também, principalmente após o golpe de 64, que o país tem sua indústria cultural em processo de desenvolvimento acelerado. De um lado, o crescimento das grandes empresas, e a concorrência entre elas, cria um mercado sólido de anunciantes, de outro, a expansão do emprego e do nível de renda das classes popular e média impulsiona o mercado de bens do consumo. Não se pode minimizar ainda nesse processo o papel decisivo do Estado autoritário na montagem de uma infra-estrutura de telecomunicações e na concessão de privilégios a determinados grupos empresariais.¹⁶

A televisão tornou-se, à semelhança do que ocorrera no mundo todo, a ponta de lança e agente dinamizador dessa indústria. Voltada exclusivamente para o mercado do entretenimento e estruturada em rígida lógica empresarial, a televisão nacional, desde o início sempre contando com tecnologia avançada, priorizou os números da audiência, relegando a segundo plano aspectos

¹⁴ Cf. SEVCENKO, Nicolau. Aceleração tecnológica, mudanças econômicas e desequilíbrios. In: **A corrida para o século XXI: No loop da montanha**. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

¹⁵ Para os contornos gerais da interpretação da industrialização no Brasil, cf. MELLO, J. Manuel Cardoso de. **O capitalismo tardio**. São Paulo: Brasiliense, 1982; a história geral do período encontra-se em FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Edusp, 2006.

¹⁶ A consolidação da indústria cultural no Brasil e o papel do regime militar nesse processo são analisados em ORTIZ, Renato José P. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

educativos ou culturais que contivessem, a seu ver e a de seus anunciantes, menor apelo junto à grande audiência. Conforme Bolaño:

*O público é o objeto dessa indústria; a audiência, seu capital. É ele quem determina tudo. Em última instância. Tudo se explica pelas necessidades que têm o capital individual e o Estado de comunicar-se com o público, com as massas de eleitores e consumidores, e conquistar-lhe corações e mentes. Infantil pensar o contrário.*¹⁷

Ainda que pese certo determinismo marxista na análise de Bolaño, cabe não deixar de lado o papel decisivo da busca por índices crescentes de audiência (leia-se consumidores) na definição do formato e da natureza dessa indústria. A par disso, não podemos relegar a segundo plano a noção de que, sendo a audiência o “capital” dessa indústria, inovação e constante atenção quanto ao gosto desse público sempre foram uma preocupação. É complexa a relação em que as duas partes - indústria televisiva e audiência - estão inseridas, onde graus variados de manipulação e autonomia, a depender da fatia dessa audiência a ser considerada, coexistem. Determinar o grau de autonomia ou de manipulação dentro dessa relação é das tarefas mais complicadas a que se dedica o pesquisador.

Já o crescimento na tiragem de jornais no pós-64 está associada à expansão da classe média escolarizada, que possuía os meios, de renda e educacionais, para comprá-los. À semelhança das empresas de televisão, os jornais se firmaram como sólidas empresas de comunicação. Consolidam-se grandes grupos, como o *Estado de S. Paulo* e o *Jornal do Brasil*; o parque editorial se diversifica com o surgimento de seções e revistas destinadas a esse novo público urbano e mais escolarizado.¹⁸

Notável também nesse período é o surgimento da revista *Realidade* (1966). Inspirada no *new journalism* norte-americano¹⁹, a revista possuía ambições estéticas, numa tentativa de libertar a reportagem das convenções

¹⁷ BOLANÕ, César. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: BRITTOS, Valério C.; Bolaño, C. R. Siqueira (orgs). **Rede Globo 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 20.

¹⁸ Cf. GADINI, Sérgio Luiz. op. cit. p. 87-88.

¹⁹ Denominada também de Jornalismo Literário, trata-se da tentativa de junção entre a objetividade do jornalismo noticioso e a técnica narrativa proveniente da literatura. Sucesso nos anos 60 e 70, teve como obra de grande destaque a reportagem de Truman Capote, depois editada em livro, sobre o massacre de uma família no interior dos Estados Unidos, publicada pela *The New Yorker* em 1965.

jornalísticas que defendiam uma idéia de objetividade e clareza na forma em que a matéria deveria ser apresentada. A narração poderia, assim, ter seus espaços ampliados, com a presença da imaginação do profissional em maior relevo. Em que pese a linha editorial marcada pela presença ativa de Roberto Civita, proprietário da publicação, preocupado com possíveis dissabores com os generais da ditadura, os repórteres mantinham autonomia acima da média.²⁰

Há ainda que se citar a imprensa alternativa que pululou nas décadas de 60 e 70. Diferenciando-se de boa parte da imprensa estabelecida, não deixava de tratar das violações aos direitos individuais e à liberdade de imprensa, ou do modelo econômico excludente adotado no pós-64. A censura aos meios de comunicação impunha a essa parcela da imprensa a necessidade de lidar com esses temas com dose acentuada de criatividade, visto que a repressão não se contenta em apenas enquadrar os jornais, vindo a perseguir e mesmo a forçar jornalistas a se exilar. O primeiro a surgir nesse cenário alternativo foi o *Pif Paf*, lançado por Millôr Fernandes em 1964, depois vieram o *Bondinho*, o *Pasquim* e inúmeros outros. Ao final do regime militar, mais de 150 jornais diversificavam a cena editorial, dedicando-se a temas os mais diversos (feminismo, política, homossexualismo, ecologia, entre outros). Há que consignar ainda a influência que o movimento da contracultura exerceu sobre essas publicações. Temas relacionados ao comportamento e aos costumes conquistaram espaço.²¹

1.3. Imaginação e liberdade em recesso

Os anos 80 conta com intensas transformações na maneira como a notícia era tratada nas redações de jornais, rádios e emissoras de TV. A evolução tecnológica imprimiu velocidade inaudita no processamento do noticiário. A diferença temporal existente entre o surgimento do fato objeto da seleção noticiosa e sua divulgação diminui progressivamente. Eventos eram agora transmitidos via satélite para qualquer parte do mundo. Em meados da

²⁰ Sobre o a influência do *new journalism* na maneira de se praticar o jornalismo e o papel da revista *Realidade* nesse processo, cf. **New Journalism**: a reportagem como criação literária. (Cadernos de Comunicação/ Série Estudos. V.7). Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro/Secs, 2003.

²¹ Para maiores detalhes, cf. **Imprensa Alternativa**: apogeu, quedas e novos caminhos. (Cadernos de Comunicação/ Série Memória. V.13). Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro/Secs, 2005.

década o Brasil pôde, por exemplo, acompanhar em tempo real os desdobramentos da doença, e posterior óbito, de Tancredo Neves e, já no final da década, ao vivo, a derrubada do Muro de Berlim.

Com a popularização da internet comercial, a partir de meados da década de 90, bastam então alguns minutos para que fatos considerados *notícia* entrem em circulação em jornais eletrônicos e, logo depois, transitem por programas de rádio e TV. É fato também o aumento vertiginoso na quantidade de informação em circulação. Inúmeros são os meios, as fontes, as versões. Os critérios que regulam a seleção do que pode vir a figurar como uma possível *notícia* estão cada vez menos ligados às questões que antes ditavam sua seleção, como relevância no debate público ou no campo econômico, e mais afeitos à vida privada.

A sobreposição do público pelo privado, nesse sentido, parece alcançar uma dimensão mais ampla, na qual a “tendência” jornalística é apenas um exemplo. Integra-se às demais mudanças de ordem cultural verificadas – segundo Hobsbawm – a partir de meados do século XX, abalando antigos valores, relações. Em suas palavras, temos:

O velho vocabulário moral de direitos e deveres, pecado e virtude, sacrifício, consciência, prêmios e castigos não mais podia ser traduzido na nova linguagem de satisfação dos desejos. Uma vez que tais práticas e instituições não eram mais aceitas como parte de um modo de ordenar a sociedade que ligava as pessoas umas às outras, e que assegurava a cooperação social e reprodução, desapareceu a maior parte de sua capacidade de estruturar a vida social humana. Foram reduzidas simplesmente a manifestações de preferências individuais (...) comunidades deram lugar a indivíduos ligados em sociedades anônimas.²²

Outro fator importante quanto aos critérios que afetam a seleção do que vem a ser notícia é a busca obsessiva - estimulada pela concorrência entre os meios de comunicação e entre os seus profissionais - da primazia em reportar o fato. Os editores e seus subordinados trabalham em clima de permanente tensão, de olho nos concorrentes e temerosos de serem superados pelos

²² HOBBSAWM, E. J. Revolução Cultural. In: **Era dos Extremos** – o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Cia das Letras, 1999, p. 331-332.

concorrentes. É mais importante ser o primeiro a noticiar, mesmo que critérios antes tidos como indispensáveis ao jornalismo sejam ignorados.

Sérgio Augusto - jornalista dedicado a assuntos culturais com passagem por praticamente todos os jornais e revistas de maior circulação do país - comenta, através de um artigo de grande repercussão, a agitação na imprensa cultural pelo “furo”, que passa a compor as mudanças ocorridas nas últimas décadas, com efeitos visíveis na qualidade do texto e na seleção dos assuntos abordados. Tais considerações foram publicadas na revista *Bravo!* em outubro de 2000. Pela importância do autor e pela discussão suscitada desde sua publicação, vale a extensão da citação:

Não saberia precisar, exatamente, quando tudo mudou nem quem teve a idéia de equalizar todas as seções do jornal, submetendo-as a um mesmo conjunto de regras, necessidades e urgências, que terminou por inibir a criatividade dos cadernos dedicados à cultura e exigir deles obrigações antes exclusivas das editoriais de cidade, política, economia e esporte. Mas se alguém me dissesse que foi na Folha de S. Paulo que essa ‘revolução’ começou, uns 15 anos atrás, não me seria fácil desmenti-lo. Conferir à cultura o mesmo status jornalístico da política e da economia foi, sem dúvida, um avanço, mas algumas deformações ocorreram, ao longo do processo, nenhuma tão lamentável quanto o desatinado culto ao furo, à primeira mão, à exclusividade, que na maioria dos segundos cadernos vicejou. Os editores de cultura e amenidades não se preocupam mais em dar bem um assunto (sic) em seus cadernos; sua única e obsessiva preocupação é dar antes o que quer que seja, é ‘furar o concorrente’, como se um novo livro de Rubem Fonseca ou um novo disco de Caetano fosse uma novidade tão importante para a vida da população quanto a notícia de mais um plano econômico do governo ou a descoberta de uma falcatura no sistema bancário.²³

Outros efeitos, deletérios na visão de Sérgio Augusto, desses novos tempos na imprensa cultural decorrem ainda de uma aproximação por vezes exagerada das redações com a denominada “indústria cultural”. As pautas²⁴ acabam por serem ditadas pelos eficientes departamentos de marketing de gravadoras, editoras ou mesmo de artistas. Os eventos artísticos, por uma “estranha” coincidência, são noticiados, em veículos diferentes, quase sempre no mesmo dia. É patente a uniformidade no conteúdo e na forma dos meios.

²³ AUGUSTO, Sérgio. **O frenesi do furo**. Digestivo Cultural. 22 abr 2002. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=4>. Acesso em: 30 mar 2007.

²⁴ Matérias a serem abordadas em determinada edição.

Nesse caso, o articulista faz um contraponto em relação aos cadernos culturais de 30,40 anos atrás, onde, diz ele:

*Nem tudo que estreava ou era lançado no mercado merecia nos dois mais influentes diários cariocas (O Globo, naquela época, não contava) as extensas, e quase sempre laudatórias, reportagens a que hoje qualquer bobagem tem direito. A palavra hype, se já existia, circulava apenas na redação do Variety. Quando fui editor do 'Segundo Caderno' do Correio da Manhã, cansei de relegar a notas ou minúsculas reportagens o que aos críticos de minha equipe ou a mim parecia pouco relevante, descartável, indigno, (...) remexendo em papéis velhos, encontrei vários 'Segundos Cadernos' e 'Cadernos B' de 30 e 40 anos atrás, alguns com a mesma data, mas tão diferentes entre si no que diz respeito a pautas que até pareciam circular em cidades ou países diferentes. A imaginação ainda estava no poder. E a liberdade de criar também.*²⁵

A versão da profissão de jornalista como homem influente no debate público - como aquele que não se furtava em tomar posição frente aos mais variados assuntos, exemplificada nos profissionais do *Última Hora* ou nos do *Correio do Povo*, ou em homens como Samuel Wainer ou Carlos Lacerda - frente a esse quadro de padronização e indefinição entre jornalismo e marketing, é substituída pelo profissional especializado e burocratizado.²⁶ Afinal, numa época em que os negócios demandam atenção redobrada, não há espaço para controvérsias que pudessem vir a atrapalhá-los. Alberto Dines, em um depoimento sobre o jornalismo ontem e hoje, em coletânea organizada pela secretaria de comunicação social da Prefeitura do Rio, esclarece melhor essa questão:

*O jornalismo brasileiro atual caracteriza-se por não ter uma marca. Ficou muito mais frívolo, fragmentado, sinal dos tempos. Sinal também de que os jornalistas não estão sabendo reagir aos tempos. As causas podem ser atribuídas a uma série de fatores: jornalismo-empresa, competição, falta de preparo dos profissionais, concentração da imprensa. O fato é que está menos idealista, menos altruísta.*²⁷

Outros relatos, nesse mesmo trabalho sobre o jornalismo ontem e hoje, demonstram o desalento dos antigos profissionais com o rumo do jornalismo nesse início de século. O que ocorre com o jornalismo pode estar relacionado à

²⁵ AUGUSTO, Sérgio. op. cit.

²⁶ Cf. NOVAIS, Fernando A; MELLO, João M. C. de. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, Lília M.(org). **História da Vida Privada 4**. São Paulo: Cia das Letras, 2004, p. 559-658.

²⁷ Rio de Janeiro (Cidade). Sec. Especial de Comunicação Social (SECS). **Jornalismo ontem e hoje**. (Cadernos de Comunicação/Série Estudos. v. 15). Rio de Janeiro: Secs, 2006. p.8.

perda dos referenciais – ou “abalo dos paradigmas” – verificados a partir dos anos 60, e mais intensamente, segundo Hilda Dmítuk após a derrocada do chamado “socialismo real”, somado aos desdobramentos do capitalismo contemporâneo (com aumento na pobreza absoluta de ¾ da humanidade, o desemprego estrutural, os desastres ecológicos). Para a autora, tal realidade vem engendrar novos problemas e questões cruciais na esfera do social. As especificidades da presente realidade social tem suscitado questionamentos dos referenciais das teorias sociais, na busca de respostas adequadas para as novas problemáticas propostas²⁸. Ao que tudo indica, a área do jornalismo também não saiu ilesa.

Ana Arruda Callado, jornalista com passagens por importantes órgãos de imprensa, com *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã*, *Diário Carioca*, revista *Senhor*, *TV Rio*, entre outros, ressalta a preocupação dos jornais do passado recente com a coisa pública:

*O jornalista talvez tivesse então a romântica idéia de que estava ajudando a construir uma cidade melhor, um país melhor. Ninguém achava que ser jornalista era o mesmo que ser pedreiro ou corretor de ações. O jornalismo era investigativo por uma própria natureza (hoje, a investigação é uma rara especialidade) (...). Os jornais estão cada vez mais parecidos com as revistas de fofoca. Não é, porém, problema da imprensa, apenas. É a tendência geral ao hedonismo desenfreado, à superficialidade, ao lucro a qualquer preço. Enfim, no mundo atual, o jornalismo como serviço público – no sentido estrito do termo – parece coisa antiquada.*²⁹

Em outro momento a jornalista levanta sérias dúvidas sobre o impacto da tecnologia nos rumos da profissão:

*Não creio que se saiba, ainda, o impacto da internet em longo prazo no jornalismo. Mas já se pode afirmar que na produção de conhecimento o impacto é negativo (...). A idéia de internet como um deus onipotente leva ao desprezo pela leitura, pela cultura, pelo saber. O saber está lá, e eu pego a parte que eu quiser, quando quiser. Não preciso, eu, saber nada.*³⁰

²⁸ DMITRUK, H. B. **A História que fazemos: pesquisa e ensino de história**. Chapecó: Grifos, 1998, p.76.

²⁹ Rio de Janeiro (Cidade). Sec. Especial de Comunicação Social (SECS). **Jornalismo ontem e hoje**. (Cadernos de Comunicação/Série Estudos. v. 15). Rio de Janeiro: Secs, 2006. p. 12-15.

³⁰ Ibid., p. 12-15.

José Augusto Ribeiro, jornalista, trabalhou, entre outros, no *Diário Carioca*, nas revistas *O Cruzeiro*, *Manchete*, *Fatos e Fotos*, nos jornais *Última Hora*, *Correio da Manhã*, *O Globo*, traz em seu depoimento as mesmas preocupações com o sentido público da atividade:

*A imprensa contemporânea pode comportar amenidades compatíveis com o estilo de vida frívolo do neoliberalismo – colunas sobre restaurantes, vinhos e charutos. Nada tenho contra isso. Mas o fundamental no jornalismo é outra coisa, é a discussão de questões de interesse público. É para isso que os regimes políticos constitucionais e democráticos asseguram a liberdade de imprensa e vários privilégios aos jornais e aos jornalistas. Não é para badalar este restaurante e falar mal daquele vinho.*³¹

Como se pode notar, nos depoimentos citados e nos demais constantes da coletânea, todos atribuídos a renomados jornalistas com longa experiência, existe um quase consenso a respeito do significado das alterações ocorridas no último quarto do século no modo de se praticar o jornalismo. As preocupações versam sobre certa frivolidade na pauta da imprensa, contaminada por um culto às celebridades, onde o que importa é a vida privada dos que, por qualquer motivo que seja, conseguem alçar os tão decantados quinze minutos de fama. É um jornalismo que se retro alimenta, visto que no mais das vezes essas pessoas que pululam nas páginas dos jornais ou nas telas da TV nada mais são do que puro fruto dos mecanismos internos a esse próprio *modus operandi* do jornalismo atual. São *notícia* porque, simplesmente, assim o quiseram editores, jornalistas ou colunistas. Nada têm, essas pessoas, em contato com o mundo real para que se pudessem imaginar objeto das atenções midiáticas.

A obsessão por exclusividade, pelo “furo”, a concorrência feroz entre as empresas de comunicação, a proximidade perigosa com as assessorias de imprensa e marketing das empresas anunciantes, a despreocupação com a qualidade do texto; tudo isso vem sendo motivo de inquietude entre quem, dentro da profissão, ainda dedica tempo para refletir sobre seus caminhos. É dentro desse quadro, desalentador para alguns, que a imprensa, a cultural em especial, na última década, viu-se obrigada a lidar com um novo elemento: a internet.

³¹ Ibid., p.37.

1.4. O jornalismo em tempo de incertezas

Lá se vão pouco mais de 10 anos entre abril de 1995, data do início da internet comercial no Brasil, e os dias que correm. Pouco tempo, dirão alguns, para uma avaliação do impacto causado por ela na imprensa cultural. Ledo engano. Cronologicamente, o tempo de uma década pode parecer pouco. A questão é que a última década não foi uma década qualquer. Os acontecimentos no mundo da política, da economia e da cultura, entremeados com os espantosos desenvolvimentos no campo da tecnologia, sobretudo na esfera da informação, nos legaram um mundo essencialmente transformado.

O objetivo aqui é tentar entender a natureza dessas transformações e esquadriñar, mesmo que de forma hesitante, possíveis tendências. Há exatos dez anos, o jornal *Folha de S.Paulo*, em documento³² produzido com a finalidade de organizar a experiência recente e apontar perspectivas para o futuro do jornalismo brasileiro, já se questionava nos seguintes termos:

Conceito sempre difuso, a opinião pública ganha unidade com a convergência geral de idéias, mas se dispersa numa segmentação de interesses que desafia a linguagem em comum. O jornalismo reflete fraturas e deslocamentos que ainda estão por mapear e se defronta com dilemas capazes de pôr seus pressupostos em questão: o que informar, para quem e para quê?

Com a perspectiva de uma década, desde a divulgação desse documento, algumas fraturas e alguns deslocamentos já são perceptíveis.

Alguns dos problemas enfrentados pela imprensa já foram levantados anteriormente no texto, entre eles, pode-se destacar, rapidez e quantidade em detrimento da qualidade, culto a celebridades, irrelevância na pauta ou ainda a proximidade perigosa com a indústria cultural. E a internet, ou mais precisamente sua capacidade espantosa de fazer circular informação, idéias, futilidades ou de engendrar novas maneiras de sociabilidade, nesse contexto? Representa alternativa ou apenas vem a reiterar, em proporções incomensuráveis, os mesmos impasses?

³² Folha de S. Paulo. **Projeto Editorial 1997**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc170805.htm>. Acesso em: 30 dez 2006.

1.5. Novos rumos para o jornalismo cultural

Dados da pesquisa Ibope/NetRatings mostram que os 25 milhões de brasileiros que acessam a internet de casa ficaram em média 21 horas e 44 minutos navegando durante o mês de abril de 2007. Segundo a metodologia do Ibope, o internauta brasileiro é o que passa mais tempo na rede. Estados Unidos, com tempo médio por internauta residencial de 18 horas e 49 minutos, França, com 18 horas 32 minutos, Espanha, com 18 horas 30 minutos, Japão, com 17 horas 39 minutos e Austrália, com 17 horas 38 minutos por pessoa foram os países que mais se aproximaram do Brasil. Números da Abinee (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica) revelam que foram comercializados, somente no primeiro trimestre de 2007, 1, 998 milhão de computadores, 21% a mais do que no mesmo período de 2006.³³ O Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio) de 2005, do IBGE, demonstra que existem diferenças nítidas entre o perfil do grupo de pessoas que usam a internet e o que não usa. São mais jovens, escolarizados e com rendimento superior à média da população os que a utilizam.³⁴

Números como esses, se não revelam muito, indicam, entretanto, uma tendência verificável desde o surgimento da internet comercial no Brasil: o seu crescente apelo junto à parcela jovem e escolarizada da classe média. É essa parcela, cansada do jornalismo cultural praticado na mídia *mainstream* e mais afeita ao universo virtual, a responsável por um movimento que, se nos seus primeiros sinais ainda deixa nublado o grau da mudança, vem alterando o modo de se praticar o que até então se entendia por jornalismo cultural.

Com a apropriação social da internet e sua consolidação, uma nova era cultural iniciou-se há pouco mais de quinze anos. Conceitos como *cibercultura* e *ciberespaço* buscam incorporar a técnica, a infra-estrutura, à cena cultural que emana desses novos tempos. Conforme Pierre Levy, um dos pioneiros nos estudos da era da informação:

³³ TEMPO do brasileiro na internet atinge maior marca desde 2000. **Folha Online**. São Paulo, 22 mai 2007 (Informática). Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u22080.shtml>. Acesso em: 22 mai 2007.

³⁴ PESQUISA mostra que internauta tem mais renda e escolaridade. **Folha Online**. São Paulo, 23 mar 2007 (Informática). Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u21853.shtml>. Acesso em: 23 mar 2007.

O ciberespaço (que também chamarei de 'rede') é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo 'cibercultura', especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), práticas, modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.³⁵

Outro pesquisador dedicado ao estudo dos desdobramentos dessas novas tecnologias no campo da informação social, Manuel Castells, define, na mesma linha de argumentação de Levy, a sociedade contemporânea como *Sociedade em Rede*, onde estaríamos inapelavelmente, pelo menos a maioria da parte "ocidental" do mundo, interligados de forma global, com interações entre pólos locais (de cada país, ou mesmo cada região) e pólos difusos (ou globais). A *sociedade em rede* é o palco, na visão de Castells, em que desenrolam toda a sorte de conflitos e aproximações da atualidade. Espaço e tempo já teriam um novo significado não só em sua dimensão material – o óbvio encurtamento das distâncias e a quase abolição dos intervalos temporais –, mas principalmente em sua dimensão simbólica. É no campo das vivências, dos valores, ou seja, no da cultura, que as transformações teriam maior ressonância.³⁶ Serão conceitos, portanto, como *cibercultura*, *ciberespaço* e *sociedade em rede* que teremos em mente ao abordar o tema.

É necessário, antes de qualquer discussão, esboçar as características básicas da internet enquanto meio de comunicação: a rede de Internet existe através de conexões entre os seus vários elementos integrantes e está sempre num contínuo processo de construção por meio da adição ou da retirada de qualquer informação. A navegação pela *World Wide Web* implica uma comunicação, e em consequência uma interação entre computador, meio de comunicação e usuário; é ainda um meio de comunicação imediato e de alcance global, permitindo a interação simultânea de usuários localizados em espaços geográficos distintos, em que o modelo de comunicação é baseado

³⁵ LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. p.17.

³⁶ Cf. CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

em interesses comuns entre os vários usuários; a rede de Internet é dinâmica e o seu processo de comunicação pretende ser democrático e não hierárquico.³⁷

O próximo capítulo, após essa breve contextualização, deter-se-á na análise de exemplos concretos do jornalismo cultural em rede, tendo em mira o questionamento, acima esboçado, sobre a possibilidade de a internet representar alternativa aos impasses da mídia cultural na última década. Foram escolhidos uma revista eletrônica – *Digestivo Cultural* – e *blogs* dedicados a assuntos culturais. Os critérios de escolha e a importância desses sites serão oportunamente esclarecidos.

³⁷ **III Congresso Online** (2006). Observatório para la Cibersociedad. Disponível em: <http://www.cibersociedad.net/congres2006>. Acesso em: 03 mar 2007.

CAPÍTULO II

DIGESTIVO CULTURAL E INTERNET

Neste capítulo discutimos, a partir da análise da revista eletrônica *Digestivo Cultural*, dedicada a assuntos culturais, a possibilidade de a Internet representar algo diferente do que vem sendo produzido no campo da imprensa cultural “tradicional”, especialmente no jornal impresso. Damos especial atenção ao que é dito pelo próprio idealizador do site, não na tentativa de identificar possíveis inconsistências, mas apenas tentar construir um panorama do que os operadores desse novo jornalismo pensam sobre o que fazem. No capítulo anterior pudemos notar a série de transformações pelas quais vem passando a imprensa cultural nos últimos anos. E, no meio desse processo de mudança, consolida-se a internet, considerada aqui mais do que simples suporte para circulação de informação e dados. Resta saber, e é a isso também que se propõe este segundo capítulo, se essa consolidação se oferece como alternativa ou apenas como um espaço novo em que os mesmos velhos impasses se dão.

2.1. A internet como alternativa

Vimos no capítulo anterior a descrição, ainda que sumária, da consolidação da imprensa como indústria, ocorrida, sobretudo, a partir de meados do século passado. E, como indústria, a imprensa passou a atender aos ditames do mundo dos negócios. Pertencentes a grandes grupos de mídia, os veículos não levam apenas em conta critérios estritamente jornalísticos na seleção e publicação de matérias. Entra sempre em consideração a possibilidade do retorno publicitário, até por uma questão de sobrevivência do ponto de vista mercadológico.

As aproximações com o mercado, e o estabelecimento de critérios empresariais na gestão das empresas de mídia, repercutiram na parte da imprensa dedicada a esfera cultural. Conforme análise de Elizabeth de S. Lorenzotti:

*Os suplementos culturais tornaram-se guias de consumo dos chamados produtos da indústria cultural, modelo adotado na década de 80, baseado nos serviços, nos lançamentos, nas resenhas. São raras as críticas como consciência de uma obra. (...) Atrai-se o campo cultural ao mercado, assim como se atrelam todos os outros setores. As criações do espírito, que devem ser regidas pelas leis da estética, agora são regidas pelas leis do mercado. Na chamada indústria cultural, em geral não há espaço para a reflexão intelectual por si: tudo tem um preço e uma medida.*³⁸

Soma-se a esse quadro de aproximação com o mercado o crescente aumento dos custos da produção jornalística – inclusive devido ao preço do papel – em meio a um processo contínuo e progressivo de competição entre os veículos, o que veio a resultar em um estreitamento dos espaços disponíveis aos assuntos culturais, ou mesmo no tom superficial com o qual os assuntos são abordados. É o que os entusiastas desse novo modelo jornalístico denominam de “profissionalização” da área: a obediência irrefletida ao que supostamente o público consumidor demandaria.

A internet, apenas como meio em um primeiro momento, viria, portanto, a oferecer uma opção para as pessoas, tanto produtores quanto consumidores, insatisfeitas, ou mesmo impossibilitadas de participar do mercado, com o que é oferecido hoje em termos de imprensa cultural visto que, conforme reflexão de Paulo C. Schmitz:

*Não é mais possível, do ponto de vista empresarial, manter um produto no mercado apenas por idealismo, sem garantia de retorno publicitário, e ao mesmo tempo desconsiderar as pessoas que demonstram interesse pelo que oferece a indústria cultural e cuja bagagem de conhecimento médio lhes permite renegar o caráter superficial da cobertura feita atualmente.*³⁹

O baixo custo de lançamento e manutenção de publicações *online*, aliados à dinâmica própria do meio em comparação com os formatos tradicionais (jornais, revistas, rádio) possibilitou o surgimento de inúmeros sites dedicados a assuntos culturais nos últimos anos, que atenderiam a essas

³⁸ LORENZOTTI, Elizabeth de Souza. **Do artístico ao jornalístico: vida e morte de um Suplemento**. 2002. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002. p. 94-5. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27142/tde-30032004-123234/>.

³⁹ SCHMITZ, Paulo Clóvis. **O Jornalismo Cultural em Santa Catarina**: Os avanços e recuos da imprensa numa área que se rendeu à superficialidade e aos modismos impostos pelo mercado. Monitor de Mídia. Itajaí: Univali, 2001. p. 1. Disponível em: <http://www.univali.br/default.asp? P=1057>.

peças a que se refere Schmitz: interessadas em parte no que a indústria cultural oferece, mas ao mesmo tempo distantes do caráter superficial da cobertura da imprensa de hoje. Sites que, não raras vezes, sobrevivem da colaboração voluntária das pessoas envolvidas nos projetos. Nesse sentido, o depoimento de Ricardo Tacioli, produtor do *Gafieiras*, site dedicado à música brasileira, ilustra bem essa situação:

*O site é mantido pelos seus criadores, um grupo de amigos de diferentes formações (sociólogo e produtor cultural; documentarista; radialista; fotógrafo; etc.). O dinheiro relativo à sua manutenção vem dos trabalhos de cada um. Na verdade, os gastos ainda são pequenos: programador/webdesigner, provedor de internet, hospedeiro, Fapesp (registro do domínio) e os custos relativos às entrevistas, como fotografias, mini-discs, mini-DVDs.*⁴⁰

Uma das características mais salientes dos sites dedicados à cultura é, por conseguinte, esse caráter de iniciativa, isolada ou de um grupo de pessoas com afinidades em assuntos como música, literatura, teatro ou comportamento, que, aproveitando o baixo custo e a relativa simplicidade de operação oferecidos pela internet, buscam, pelo menos em um primeiro momento, destoar do que é oferecido pela imprensa tradicional. É o que fica bastante claro no depoimento acima transcrito. O site da revista eletrônica *Digestivo Cultural*⁴¹, escolhido aqui como fonte de análise, reúne exemplarmente todas essas características e é o que tentaremos detalhar a seguir.

2.2. Revista eletrônica *Digestivo Cultural*

O primeiro *Digestivo* foi ao ar em 19 de setembro de 2000. Idealizado por Júlio Daio Borges, que também é seu editor, a página hoje é visitada por aproximadamente sete mil pessoas por dia (visitantes-único/dia), num total de mais de duzentas mil por mês, em dados de maio de 2007.⁴² A par desses

⁴⁰ **III Congresso Online** (2006). Observatório para la Cibersociedad Periodismo Cultural en la Internet y Música Independiente: Condiciones, Convicciones y Convergências. Disponível em: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=672&llengua=es>. Acesso em: 02 mai 2007.

⁴¹ **Digestivo Cultural**. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com.br/>.

⁴² O método de medir audiência na web, desenvolvido pela Nielsen/NetRatings, consultoria norte-americana, inclui duas variáveis: a contagem do *page views*, que soma quantas páginas de um mesmo site foi carregada (visitada) pelo usuário e a contagem do *visitante-único*, que contabiliza apenas o primeiro acesso ao site. Para maiores detalhes sobre a metodologia da aferição de audiência, confira o portal da consultoria, disponível em: <http://www.nielsen->

números, e como um dado mais revelador, resta saber um pouco mais sobre o objetivo e as motivações do projeto.

Júlio Daio Borges, o fundador do site, tem uma trajetória pouco convencional para alguém que se dedica a tratar de assuntos culturais. Formado em engenharia pela Poli-USP, desde os tempos da faculdade se interessa em escrever e em participar do debate sobre assuntos relacionados ao ambiente cultural. É dessa época um texto que o projetou para fora do círculo estudantil da faculdade de engenharia uspiana.

“A Poli como ela é”⁴³ surgiu, de acordo com o próprio autor, em meio ao conturbado momento que acomete todo estudante prestes a concluir a formação universitária e que se vê envolto em questões como emprego, tarefas de conclusão de curso e futuro acadêmico, além de, em seu caso, uma constatare dúvida vocacional entre engenharia ou literatura. O objetivo do texto era exatamente extravasar os problemas do ambiente universitário, em especial os da Poli, e tentar montar um quadro das experiências vividas pelo autor e seus colegas. Mesmo tocando em questões fundamentais, o texto teve acolhimento frio dentro de sua faculdade.

Encontrando inicialmente dificuldade em divulgá-lo junto aos seus colegas e professores, o autor resolveu remetê-lo para o então colunista da *Folha de S. Paulo*, Luis Nassif, que, na época, debatia em sua coluna questões sobre o financiamento da ciência no Brasil e a situação do ensino universitário público. Em dezembro de 1997, Nassif cita longo trecho do texto de Daio Borges em sua coluna no jornal e o reputa como uma “crônica arrasadora de um quintanista de engenharia da Escola Politécnica da USP sobre sua faculdade, uma das mais reputadas do país.”⁴⁴

Após essa referência ao seu texto na *Folha de S. Paulo*, o autor começa a acumular as reações, antes esparsas, de professores, amigos e alunos e

[netratings.com/](http://www.digestivocultural.com/editoriais/release.asp?codigo=209). Sobre os dados da audiência do *Digestivo*, confira: <http://www.digestivocultural.com/editoriais/release.asp?codigo=209>.

⁴³ BORGES, J. D. **A poli como ela é**, 1997. Disponível em: <http://www.jdborges.com.br/artigos/coletaneas/policomoelae/otexto.htm>. Acesso em 01 mai 2007.

⁴⁴ NASSIF, Luis. **Modelo para a universidade**. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 12 dez.1997, Cad. Dinheiro, p. 2-3.

mantém, agora com ânimo renovado, a distribuição de seu texto. Monta uma pequena compilação de todas essas reações, que em suas contas chegou à quarta edição.

Após a repercussão ao seu texto sobre a situação da Poli-Usp e a conclusão da graduação em engenharia, Daio Borges mantém o interesse em continuar a escrever. Com temas relacionados a atividades culturais, seus textos se valem da então incipiente internet para impulsionar sua circulação. Enviados por e-mail, esses escritos (chamados por ele de *Digestivos*) conseguem aos poucos despertar a atenção e a formar certo público.

Em um texto de agosto de 2000, intitulado *Curriculum Vitae*, o autor já nos fornece sua visão sobre a imprensa tradicional e, ao mesmo tempo, indica uma das principais características de seu futuro projeto de revista eletrônica. É verdade que ele já havia pensado em atuar nos periódicos tradicionais, tanto que lhes enviara trabalhos inúmeras vezes, sem obter resposta. É uma visão, portanto, construída sobre um conjunto de experiências que incluem um vago sentimento de rejeição pelos periódicos estabelecidos e um propósito de independência. De acordo com ele:

*Num periódico qualquer que fosse, eu jamais teria a liberdade para criticar quem quer que seja, para usar e abusar de termos mais "rebuscados", expressões ou trechos inteiros em língua estrangeira, para soltar um texto quando efetivamente me sentisse pronto, e para — principalmente — dar giros de 180 graus, saltando de música para literatura, de literatura para cinema, de cinema para filosofia, de filosofia para comportamento, de comportamento para o que quer que seja, sem qualquer restrição ou constrangimento.*⁴⁵

"Sem qualquer restrição ou constrangimento". É esse, com pequenas variações, o ideário que se depreende da leitura das inúmeras entrevistas e dos textos "hospedados" no site da revista *Digestivo Cultural* e de outros sites dedicados aos mesmos assuntos. É curioso notar ainda que esse propósito de intenções, digamos assim, presente nesses textos e entrevistas, é constantemente reafirmado, tendo como contraponto o que os autores chamam, não raras vezes em tom depreciativo, de imprensa *mainstream* ou "velha" mídia. Em outro momento, por ocasião da inserção do *Digestivo*

⁴⁵ BORGES, J.D. *Curriculum Vitae*, 2000. Disponível em: <http://jdborges.com.br/curriculumvitae/index.htm>. Acesso em: 15 mar. 2007.

Cultural com fonte no *Google News*⁴⁶, o editor volta a afirmar esse suposto contraponto à mídia tradicional:

*É mais uma prova de que a independência, o espírito crítico e a aposta em novos talentos compensam. E de que, para ser 'campeão de audiência', não é mais necessário apelar para a velha (grande?) mídia de massas.*⁴⁷

Em que pese certo idealismo nas constantes reafirmações de independência desses novos jornalistas, é certo que não estão submetidos a muitas das contingências ou restrições a que estão submetidos os profissionais dos veículos tradicionais. Até porque esses novos projetos freqüentam um lugar ainda não explorado pela indústria cultural por conta do baixo retorno financeiro (lucro), afinal, a rentabilidade surge apenas quando os projetos atingem proporções de massa.

Em setembro de 2000, e após essa experiência preliminar com a internet, o autor lança o projeto *Digestivo Cultural*. Dedicado basicamente ao jornalismo cultural, o site vem despertando crescente interesse desde o seu surgimento. Nesses sete anos de existência, a revista passou de cinco mil visitantes-únicos no ano de 2000 para mais de duzentos mil em maio de 2007. Mas o que vem a ser propriamente uma revista eletrônica dedicada à cultura? O próprio Júlio D. Borges nos explica:

*Digestivo Cultural é a mais importante revista eletrônica do Brasil em matéria de jornalismo cultural. Não é um portal (ainda); não é um blog (embora tenha um). Não trata de "cultura" no seu sentido mais amplo (pois quando "tudo é cultura", nada é cultura); mas faz jornalismo cultural (crítica de livros, discos, filmes, peças, programas, exposições, publicações, sites e até restaurantes). Indiretamente, é também uma comunidade e um ponto de encontro para interessados no assunto.*⁴⁸

Apesar da discutível afirmação de que o *Digestivo Cultural* é a mais importante revista eletrônica brasileira dentro do jornalismo cultural, é inegável a repercussão adquirida por ela nesses últimos sete anos. Repercussão essa

⁴⁶ Portal que agrega mais de 200 fontes de notícias, permitindo ao leitor pesquisar um determinado assunto (notícia) em todas elas. Disponível em: <http://news.google.com.br/>.

⁴⁷ BORGES, J.D. **Digestivo Cultural no Google News**. *Digestivo Cultural*. 13 mar 2006. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/editoriais/release.asp?codigo=179>. Acesso em: 01 mai 2007.

⁴⁸ BORGES, J.D. **FAQ**. *Digestivo Cultural*. 20 abr 2007. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/editoriais/release.asp?codigo=172>. Acesso em: 01 mai 2007.

que vai além dos números da audiência e que reafirma a necessidade surgida nos últimos anos de um jornalismo cultural menos ligeiro em suas análises e com certo grau de autonomia em relação aos imperativos da indústria cultural.

A afirmação de que existe uma demanda por um jornalismo cultural com maior grau de autonomia em relação à dita indústria cultural baseia-se principalmente em depoimentos e textos, tanto de leitores quanto de estudiosos do assunto e no surgimento de inúmeros sites voltados ao tema.⁴⁹ É recorrente a sensação de que a crítica cultural hoje carece de profundidade e se ressentida profundamente de sua exagerada aproximação dos meandros do mercado, como afirmamos em momentos anteriores neste texto. Em entrevista, Julio Daio Borges reafirma esse aspecto:

Como alternativa, o Digestivo foi formado por pessoas que estavam, obviamente, descontentes com a cobertura cultural de jornais, revistas, rádios, televisões, portais e até sites (não havia, ainda, os blogs). Assim, o Digestivo, nos seus textos, sempre se caracterizou por uma “pegada” bastante autoral (até problemática em alguns sentidos). (...) Aquelas primeiras pessoas, que acreditavam numa “alternativa” ao jornalismo mainstream, não fundaram apenas um site mas disseminaram uma mentalidade que atraiu sempre novos Colaboradores, e o Digestivo cresceu em função disso.⁵⁰

Atualizada diariamente, a revista *Digestivo Cultural* é dividida em cinco principais seções, que se resumem basicamente em *Notas* (ou *digestivos*), *Colunas*, *Ensaio*s, *Entrevistas*, *Editoriais* e *Blog*.

As *Notas*, editadas, pautadas e redigidas por Daio Borges, têm por finalidade emitir comentários sobre lançamentos de livros, estréias de filmes ou peças de teatro ou mesmo sobre assuntos diversos que estejam em destaque e seguem, nas palavras do editor, “critérios mínimos de qualidade e relevância”. As *Colunas* têm por objetivo abordar assuntos relacionados ao universo da cultura por meio de ensaios, artigos e crônicas. As diretrizes são fornecidas pelo editor e foco é o jornalismo cultural e não a cultura em seu sentido mais amplo, como enfatiza o mesmo editor. Há colunistas fixos e

⁴⁹ Podemos citar, apenas entre os mais representativos, os seguintes sites: o próprio **Digestivo Cultural** (temas variados), **Cronopios** (literatura e arte), **Trópico** (temas variados), **Críticos** (cinema), **Verdes Trigos** (literatura), **Rascunho** (literatura), entre inúmeros outros.

⁵⁰ BORGES, J.D. *Entrevista ao contrário*. Entrevista com Silvia Mello. *Digestivo Cultural*. 27 nov 2006. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/editoriais/release.asp?codigo=198>. Acesso em: 15 mai 2007.

colaboradores eventuais. Da seção *Ensaio*s participam apenas jornalistas e escritores de “renome” dentro do universo cultural brasileiro. Geralmente, nas palavras do editor, “egressos da grande imprensa ou de publicações especializadas”. A intenção, ainda de acordo como ele, “é divulgar textos longos e reflexivos, pouco usuais no universo da internet, mas fundamentais no âmbito da cultura.” Há ainda as *Entrevistas*, feitas com quem o “*Digestivo* considera que tenha o que falar”, os *Editoriais*, por meio dos quais o site divulga novidades, promoções ou alterações em seu formato ou funcionamento. O *Blog* destina-se ao comentário sobre algum assunto que, na visão do editor ou dos colunistas, mereça urgência em ser abordado. Permite uma interação mais ágil entre o site e seus leitores. Há ainda o Newsletter do site, que distribuiu, via e-mail, as atualizações das seções para aproximadamente duzentas mil leitores cadastrados.⁵¹

Digestivo Cultural

A grande jogada de mestre está em esconder o verdadeiro segredo.

palavra-chave: busca | **avancada** 19568 visitas hoje (217 mil no mês)

DIGESTIVOS

Segunda-feira
Artes
Internet
Terça-feira
Teatro
Televisão
Quarta-feira
Cinema
Música
Quinta-feira
Além do Mais
Gastronomia
Sexta-feira
Imprensa
Literatura
Newsletter
o seu e-mail aqui

COLUNAS

Segunda-feira
Eduardo Mino
Raimundo
Verônica Mambri
Terça-feira
Luis Eduardo Matta
Marcelo Spalding
Marília Almeida
Quarta-feira
Guga Schultze
Rafael Fernandes

ANÚNCIOS

Seja Pago Por Escrever
Ajude a Construir o Site de Resumos Contribua artigos & ganhe Dinheiro shvoong.com

PROMOÇÕES

críticacontexto
A arte de escrever bem
Arlene Salvador
Dad Squerzi
por R\$ 27,00
SEXO E PODER

Música, 11/7/2007
Los Hermanos na Fundação Progresso
O último show do Los Hermanos, na Fundação Progresso, em meados de junho, foi atípico. [Leia Mais](#)

Além do Mais, 9/7/2007
Programa de Democratização Cultural da Votorantim
O Instituto Votorantim lançou um programa não só de incentivo à cultura mas de democratização cultural. [Leia Mais](#)

Literatura, 6/7/2007
Alguns poemas traduzidos, de Manuel Bandeira
Manuel Bandeira era cultíssimo. Podia, então, brincar à vontade com a língua. [Leia Mais](#)

Música, 4/7/2007
Orquestra de Câmara do Estado de Mato Grosso, no Itaú Cultural
Ariano Suassuna quando viu em 2006 classificou, na sua aula-espetáculo seguinte, de "emocionante". [Leia Mais](#)

Artes, 2/7/2007
Cores Paulistas e os Quatro Anos da IQ Art Gallery
No final de 2007, serão quatro anos que o Chakras mantém a IQ Art Gallery. [Leia Mais](#)

Quarta-feira | 11/7/2007 (-)

O romance espinhoso de Marco Lacerda
>>> Assim que me chegou um exemplar de *As Flores do jardim da nossa casa*, de Marco Lacerda, tomei a decisão de não ir atrás de saber da vida do autor, para poder separar direitinho o que é e o que não é ficção no livro. Há fatos relatados que, conhecendo detalhes da vida do autor, não seriam mais ficção.

Dez obras da literatura latino americana
>>> Não é demais afirmar que a literatura latino-americana está no auge. Não é por menos: muitas obras de seus principais autores estão sendo relançadas no Brasil, pois muitas delas não eram reeditadas aqui com novas traduções desde os anos 70, o que é uma grande perda para a cultura brasileira.

Até onde vejo, as escolhas do idealizador do *Digestivo* e de quase toda a mídia surgida por meio da Internet, em que pese todo o discurso de

⁵¹ Para maiores detalhes quanto à organização do site, cf. BORGES, J.D. **Mapa do Site. Digestivo Cultural.** 20 abr 2007. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/editoriais/release.asp?codigo=57>.

contraposição ao jornalismo cultural “tradicional”, mostram que, em parte, as referências, os temas e, em menor grau, o formato desse auto-intitulado novo jornalismo cultural têm origem no “velho” jornalismo. O esquema de divisão em seções, os colunistas fixos, os temas abordados, as entrevistas, os textos em forma de ensaio; tudo isso remete, mesmo que não o queiram os editores dos sites eletrônicos, à maneira como se produz na mídia tradicional. Há ainda a confirmar essa filiação do jornalismo cultural online ao jornalismo impresso a aproximação, deliberada em um caso, involuntária em outro, da agenda de lançamentos de livros, espetáculos e eventos em geral, conforme comentamos no primeiro capítulo. As pautas, tanto no jornalismo impresso quanto no online, coincidem quando do lançamento de espetáculos, livros ou filmes, sobretudo se quem estiver por trás desses lançamentos forem as grandes empresas do setor.

É certo que, como disse acima, apenas em parte o jornalismo cultural online tem originariamente o jornalismo tradicional como referência. As diferenças são nítidas, especialmente no que se refere à possibilidade que a internet oferece, como meio, de existir interação inaudita entre o veículo e leitor. As seções existentes nas publicações tradicionais destinadas a publicar as manifestações de leitores sempre se ressentiram da pouca agilidade e mesmo da falta de espaço. O próprio jornal *Folha de S. Paulo*, em nota em sua página na internet destinada ao esclarecimento de dúvidas e ao contato com o leitor, responde de antemão a possíveis questionamentos sobre a morosidade ou mesmo a não publicação de correspondência de leitores:

*A seção recebe de oito a dez vezes mais cartas do que tem condições de publicar. Na seleção, o redator responsável leva em conta a atualidade do conteúdo e a necessidade de garantir a manifestação de pontos de vista diferentes sobre determinado assunto.*⁵²

Restrições essas de que não padece o jornalismo cultural online. O espaço destinado à interação não sofre de restrição alguma, além do que a reação do leitor é publicada instantaneamente, não existindo critérios pré-definidos para a manifestação do leitor. O *Digestivo*, por exemplo, oferece o Blog, que, pela característica própria da ferramenta, tem por objetivo promover

⁵² DÚVIDAS mais frequentes. **Folha de S. Paulo**. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/foha/ombudsman/duvidas_frequentes.shtml.

a interação do leitor como o conteúdo publicado. Há ainda possibilidade, no site, de comentar toda matéria publicada. Bastando, para isso, preencher um formulário embaixo do texto em que deseja inserir o comentário. Na internet, como diz Julio D. Borges:

Todo mundo quer 'fazer parte' – e eu acho que os leitores do Digestivo Cultural sentem que fazem parte dele. Porque nós damos essa abertura (...). O cidadão comum não pode debater as questões que o afligem – sejam quais sejam – no jornal de todo dia: 'a dor da gente não sai no jornal' (sic). Por questões de espaço, por questões editoriais, até por questões econômicas. Mas o cidadão com uma conexão pode fazer isso na internet.⁵³

E é essa interação que permite aos veículos online a constante alteração de rumos e as constantes mudanças na forma como o site é mantido em resposta ao retorno dos leitores e às ininterruptas transformações na tecnologia. Algo difícil de acontecer e de lenta gestação nos periódicos tradicionais devido aos custos envolvidos, aos compromissos assumidos com a indústria cultural e, principalmente, ao caráter descentralizado e fragmentado que hoje assume a circulação das informações. Não se tem apenas, hoje, a antiga relação entre imprensa e leitor onde uma parte agia como a fonte única de informação e opinião, dificilmente contestável e quase sempre infensa à crítica e a outra, figurava como o pólo quase sempre passivo dentro dessa relação.⁵⁴

Em entrevista, Lúcio Ribeiro, jornalista cultural especializado em música, colaborador da *Folha de S. Paulo* e editor de um dos mais populares blogs⁵⁵ sobre cultura, comenta essa questão:

Ainda tento entender o que está acontecendo. Antigamente, por ser jornalista você tinha informações que não eram tão acessíveis a todos. A relação entre o crítico e o leitor era vertical: o crítico ficava lá em cima falando para os leitores que estavam ouvindo lá embaixo. Hoje essa relação é horizontal. Eu falo sobre alguma banda no meu blog e no segundo depois vem alguém me contestar ou acrescentar alguma

⁵³ BORGES, J.D. **Entrevista ao contrário**. Entrevista a Silvia Mello. Digestivo Cultural. 27 nov 2006. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/editoriais/release.asp?codigo=198>. Acesso em: 15 mai 2007.

⁵⁴ É necessário ressaltar que o relativo caráter de passividade do leitor/consumidor de informações é, no meu modo de ver, algo intrínseco apenas à relação imprensa tradicional e leitor/consumidor. Não advogo aqui uma passividade absoluta, muito menos que inexistam alternativas que busquem o rompimento dessa relação de mão única.

⁵⁵ Trata-se do **Popload**. Disponível em: <http://lucioribeiro.blog.ig.com.br/>.

*informação. Está tudo muito mais acessível e girando muito mais rápido. Os jornalistas da velha mídia estão até meio perdidos, justamente porque hoje o leitor já leu sobre a maior parte do que é publicado no jornal antes de ser publicado.*⁵⁶

Os que vivem mais ativamente esse processo de mudança são mais peremptórios. Para André Deak, editor executivo multimídia da Agência Brasil, por exemplo, “muitos se recusam a enxergar, mas é fato: a velha mídia e a velha maneira de fazer jornalismo está morrendo. Cabe a nós ajudá-la a morrer mais rápido, ou sermos enterrados juntos”⁵⁷.

Todo esse conjunto de transformações tem repercutido de forma negativa nos tradicionais padrões jornalísticos, segundo quem se dedica a estudar o assunto. Em debate promovido pelo jornal “Folha de São Paulo” por ocasião do lançamento do livro “Crítica Cultural: Teoria e Prática”, do crítico cultural e jornalista Marcelo Coelho, José Teixeira Coelho Netto, professor de política cultural da ECA - USP, Luís Augusto Fischer, doutor em literatura brasileira e professor do Instituto de Letras da UFRGS, e a professora Ivana Bentes Oliveira, diretora da Escola de Comunicação da UFRJ foram unânimes em criticar o que chamaram de “balcanização” do jornalismo cultural da atualidade, isto é, uma fragmentação excessiva. O termo é uma alusão à conflituosa região dos Bálcãs. Criticaram ainda como a pauta jornalística, devido à necessidade do furo (tema aludido no primeiro capítulo desta monografia), acaba impossibilitando a análise mais desenvolvida dos temas

Philip Meyer, jornalista e professor da universidade de Carolina do Norte, onde se dedica a pesquisar a história da imprensa, tem análise parecida sobre as transformações sofridas pelo jornalismo. Publicado há três anos nos EUA, e agora traduzido no Brasil, seu livro “Os jornais podem desaparecer?”⁵⁸ trata exatamente dessa questão: qual o futuro, se é que existe algum, do modelo de jornalismo a que estamos acostumados? Ao ser questionado se a velha maneira de fazer jornalismo está morrendo, o autor é categórico:

⁵⁶ RIBEIRO, Lúcio. **Seguindo o itinerário da música**. Entrevista a A. Spera e M. Cobra. Faculdade Cásper Líbero (Jornalismo). 08 mai 2007. Disponível em: http://www.facasper.com.br/jo/notas.php?id_nota=287. Acesso em: 27 jun 2007.

⁵⁷ DEAK, A. **O bom e velho jornalismo está morrendo**. Observatório da Imprensa. 10 jul 2007. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=441IMQ004>. Acesso em: 12 jul 2007.

⁵⁸ MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** São Paulo: Editora Contexto, 2007.

*Sim. O velho jornalismo era dominado por um único jornal local e, mesmo no nível nacional, sempre foram alguns poucos jornais que não respondiam a ninguém. Com os blogueiros ou mesmo com outros usos da Internet, esta cobrança da qualidade da informação está vindo e forte. Isto será bom para o jornalismo, o padrão de qualidade vai ser mais exigente. Grande parte da imprensa está acostumada com o monopólio da informação e ficou arrogante. A nova mídia será muito mais humilde e mais disposta a aprender.*⁵⁹

Colocado diante da questão da inevitável fragmentação do jornalismo devido à “quebra” do monopólio da informação detida pela grande imprensa, o professor demonstra certo otimismo: “este híbrido de jornais, televisão e rádio na Internet será fragmentado, mas imagino que terá algum tipo de um gerenciamento centralizado. E este gerenciamento será mais inteligente.”⁶⁰

Ao que tudo indica, portanto, existe sim um “novo” jornalismo sendo gestado em meio à crise do antigo modelo de jornalismo cultural - alvo de crítica dos jornalistas e de estudiosos do tema - e à consolidação da internet como veículo - encarada com entusiasmo por jovens jornalistas. Os indícios não apontam, e não permitem qualquer asserção mais segura quanto aos rumos que ele trilhará. O certo é que, como vivemos o processo em si e todas as suas conseqüências, podemos apenas tentar antever suas tendências e procurar entendê-lo, sem a pretensão do conhecimento seguro. Até porque todo o conjunto de informação e teoria acumulado quando se trata de outros temas, não existe aqui.

Para além das críticas, um dado é seguro: percebe-se que a tendência do jornalismo interativo está em conformidade com a urgência presente na atualidade, que busca obter respostas imediatas ao que se apresenta, atendendo ao urgente “presentismo”, possível graças à rapidez da circulação das informações. Tal tendência é denunciada por alguns historiadores, como Eric Josef Hobsbawm, considerando que vivemos, a partir do final do século XX, como conseqüência dessa circulação frenética de informações, a morte da memória histórica. Para o autor, “A destruição do passado... é um dos

⁵⁹ MEYER, Philip. **Jornais em crise** Entrevista a Pedro Dória. Observatório da imprensa. 06 dez 2005. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358ASP005>. Acesso em: 02 fev 2007.

⁶⁰ Ibid.

fenômenos mais característicos e lúgubres do final do século XX. Quase todos os jovens de hoje crescem numa espécie de presente contínuo”.⁶¹

O sentido de processo histórico é fatalmente atingido com essa “destruição do passado” a que se refere Hosbsbawn. Para alguns, como Fredric Jameson⁶², este sentido de processo histórico já não existe mais, visto que a sociedade contemporânea encontra-se em meio a uma vertiginosa sucessão de mudanças que impossibilita encarar a história como um vir-a-ser, como decorrência de um processo sinuoso e errático. Vive-se em um presente eterno, sem a percepção dos vínculos que unem o “agora” ao passado.

Como a sociedade, a meu ver, só adquire inteligibilidade se vista em perspectiva histórica, cabe, portanto, a inserção, pela historiografia, do jornalismo cultural em seu percurso histórico na tentativa de compreender a série de mudanças pelas quais vem passando.

⁶¹ HOBBSBAWM, E. J. O Século: Vista Aérea – Olhar panorâmico. In: **Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 13.

⁶² Cf. JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1996. p. 70-75.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É preciso, ao final do trabalho, dedicar algumas palavras às dificuldades de ordem prática enfrentadas no decorrer da execução desta monografia. Faço isso não no intuito de tornar desculpáveis as evidentes falhas do texto ou de amenizar cobranças no momento da arguição, mas para deixar registrado o percurso tortuoso enfrentado para se atender a uma exigência imposta pelo curso.

Cumpra aqui evidenciar a inexistência, durante o curso de graduação, de qualquer disciplina voltada especificamente para o estudo de documentos. Parte essencial no trabalho historiográfico, a crítica aos documentos é solenemente ignorada, em que pese constar da ementa de algumas disciplinas. Nesse mesmo sentido, a parte dedicada à epistemologia da história, ou seja, aos métodos de pesquisa, é insuficiente. Tem-se uma superficial narrativa das escolas historiográficas, com ênfase em algum autor da predileção do professor. Isso quando o professor responsável pela disciplina encara a desgastante tarefa, convenhamos, de dar aulas.

A orientação ao trabalho monográfico é outra parte a ser ponderada. Inexperiente, quase sempre, na execução de pesquisa, e após passar por um curso que não lhe oferece as ferramentas mínimas para tal empreitada, o aluno se vê na difícil tarefa de delimitar o tema e, calvário dos calvários, procurar um professor que concorde em orientá-lo. Se obtiver sucesso nesta procura, disporá o aluno de dois semestres, referentes às monografias I e II, para suprir a deficiência no que concerne à pesquisa propriamente dita: fontes, referencial metodológico, recorte cronológica, redação do texto, enfim, uma tarefa descomunal. Isso quando, é claro, o professor responsável pela orientação encara a desgastante tarefa, convenhamos, de orientar. Caso contrário, o aluno terá que cumprir a obrigação solitariamente.

Somando-se a esse conjunto de problemas do curso a deficiência de formação própria do aluno, além do curto espaço de tempo para a conclusão (entre a delimitação do tema e essas considerações finais, transcorreram

pouco mais de 45 dias), tem-se como resultado o texto desta monografia: algo fragmentado, carente em algumas partes de continuidade lógica, além de apresentar insuficiências na parte metodológica e na redação.

Reitero aqui os agradecimentos à prof^a. Ivonilda, orientadora desta monografia, visto que se dispôs, a menos de dois meses do prazo final para apresentação da monografia, a auxiliar na conclusão do texto. Obviamente, nessas condições, não se pode imputar a ela qualquer responsabilidade pelas evidentes deficiências.

Com relação ao tema do jornalismo cultural na internet, podemos afirmar, à guisa de conclusão, que, conforme ressaltamos no segundo capítulo, existe, aparentemente, um “novo” jornalismo cultural surgindo em meio à crise do antigo modelo de jornalismo. É claro também que, devido ao caráter incipiente do processo, qualquer afirmação no sentido de definir tendências ou delimitar questões certamente incorrerá em incongruências.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. Indústria cultural. O iluminismo como mistificação das massas. IN: LIMA, Luís Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**. 4 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

ALZAMORA, Geane C. **Comunicação e Cultura na Internet**: em busca de outros jornalismo culturais. 2005. 173p. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica, PUC – SP, São Paulo.

BLOCH, Marc. **Apologia da história ou o ofício do historiador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BOLAÑO, César. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: BRITTOS, Valério C.; Bolaño, C. R. Siqueira (orgs). **Rede Globo 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

BURKE, Peter. **Cultura Popular na Idade Moderna – Europa, 1500-1800**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

_____. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

DMITRUK, H. B. **A História que fazemos: pesquisa e ensino de história**. Chapecó: Grifos, 1998.

FERREIRA, Marieta de Moraes. História, tempo presente e história oral. **Topoi – Revista de História**, Rio de Janeiro, nº. 5, p. 314-332, dez 2002.

GADINI, Sergio Luiz. **A cultura como notícia no jornalismo brasileiro**. (Cadernos de Comunicação/ Sério Estudos. V.8). Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro/Secs, 2003.

HOBBSBAWM, E. J. **Era dos Extremos** – o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1996.

LAPLANTINE, François. **Aprender Antropologia**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1998.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LORENZOTTI, Elizabeth de Souza. **Do artístico ao jornalístico: vida e morte de um Suplemento**. 2002. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** São Paulo: Editora Contexto, 2007.

NASSIF, Luis. **Modelo para a universidade**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 dez.1997, Cad. Dinheiro, p. 2-3.

NESTROVSKI, Arthur. **Um ideal de crítica**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 10 set 2000, Caderno Mais!, p. 6.

NOVAIS, Fernando A; MELLO, João M. C. de. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, Lilia M.(org). **História da Vida Privada 4**. São Paulo: Cia das Letras, 2004.

ORTIZ, Renato José P. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

RIO DE JANEIRO (CIDADE). **Imprensa Alternativa**: apogeu, quedas e novos caminhos. (Cadernos de Comunicação/ Série Memória. V.13). Rio de Janeiro: Secs, 2005.

_____. **Jornalismo ontem e hoje**. (Cadernos de Comunicação/Série Estudos. v. 15). Rio de Janeiro: Secs, 2006.

_____. **New Journalism**: a reportagem como criação literária. (Cadernos de Comunicação/ Série Estudos. V.7). Rio de Janeiro: Secs, 2003.

SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI**: No loop da montanha. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

SILVA, Luis M. Imprensa, discurso e interatividade. In: MOULLIARD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (orgs). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

Endereços, artigos e entrevistas online

AUGUSTO, Sérgio. **O frenesi do furo**. Digestivo Cultural. 22 abr 2002. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=4>.

BORGES, J.D. **Curriculum Vitae**, 2000. Disponível em: <http://jdborges.com.br/curriculumvitae/index.htm>.

_____. **Entrevista ao contrário**. Entrevista a Silvia Mello. Digestivo Cultural. 27 nov 2006. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/editoriais/release.asp?codigo=198>.

DEAK, A. **O bom e velho jornalismo está morrendo**. Observatório da Imprensa. 10 jul 2007. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=441IMQ004>.

DINES, Alberto. **O Correio da Manhã está cada vez mais longe**. Observatório da imprensa. s/d. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/mem041120031.htm>.

MEYER, Philip. **Jornais em crise** Entrevista a Pedro Dória. Observatório da imprensa. 06 dez 2005. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358ASP005>.

RIBEIRO, Lúcio. **Seguindo o itinerário da música**. Entrevista a A. Spera e M. Cobra. Faculdade Cásper Líbero (Jornalismo). 08 mai 2007. Disponível em: http://www.facasper.com.br/jo/notas.php?id_nota=287.

SCHMITZ, Paulo Clóvis. **O Jornalismo Cultural em Santa Catarina**: Os avanços e recuos da imprensa numa área que se rendeu à superficialidade e aos modismos impostos pelo mercado. Monitor de Mídia. Itajaí: Univali, 2001. Disponível em: <http://www.univali.br/default.asp? P=1057>.

III Congresso Online (2006). Observatório para la Cibernsiedad. Disponível em: <http://www.cibersociedad.net/congres2006>.

Digestivo Cultural. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com.br/>.

Faculdade Cásper Líbero (Jornalismo). Disponível em: http://www.facasper.com.br/jo/notas.php?id_nota=287.

Folha online. Disponível em: <http://www.folha.uol.com.br/>

Observatório de imprensa. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/>