

**Jornalismo, campo cultural e poder:
notas sobre um jornal regional**

*Journalism, cultural field and power:
notes on a regional newspaper*

Roseane Arcanjo PINHEIRO¹
Rodrigo Nascimento REIS²
Thays Assunção REIS³

Resumo

O artigo analisa a constituição do jornalismo cultural em Imperatriz-MA, através da análise discursiva do jornal O Progresso. Traz como aporte teórico o conceito de campo de poder, instituído através das lutas simbólicas, para discutir o campo cultural. E adota-se o conceito de cultura como sistema significante através do qual a ordem social é forjada. Discute-se o discurso jornalístico, compreendendo-o também a partir dos sujeitos, das condições de produção e dos contextos de disputa, acomodações e interesses das instituições políticas e econômicas, envolvidas no processo de produção da notícia. Sugere-se que a mensagem jornalística no campo cultural constrói sentidos sobre os produtores e produtos, e delinea um mapa das referências culturais na cidade, a ser ressignificado ou revisitado pelos leitores do jornal.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural. Jornal. Campos de poder. Cultura. Maranhão.

Abstract

The article analyzes the establishment of cultural journalism in Imperatriz-MA by the journal Discourse Analysis Progress. Brings as the theoretical concept of the field of power instituted through the symbolic struggles to discuss the cultural field. And adopts the concept of culture as signifying system through which the social order is forged. We discuss the journalistic discourse, understanding it also from the subject, the conditions of production and dispute contexts, accommodation and interests of political and economic institutions, involved in the news production process. It is suggested that the journalistic message in the cultural field builds senses on producers and products. And it

¹ Doutora em Comunicação pela PUC/RS. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, Campus de Imperatriz. E-mail: roseane.ufma@gmail.com

² Mestrando em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa.
E-mail: rodrigoreisitz@gmail.com

³ Mestranda em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa.
E-mail: thays.jornalista@gmail.com

outlines a map of cultural references in the city, to be reframed and revisited by the readers.

Keywords: Cultural Journalism. Newspapers. Power Fields. Culture. Maranhão.

Introdução

O jornalismo como forma de conhecimento é uma questão controversa, pois não há consenso entre os pesquisadores sobre o assunto. Para problematizarmos o campo jornalístico e o campo cultural, trataremos para a reflexão a contribuição dos pesquisadores que abordaram essa temática: o norte-americano Robert Ezra Park e os brasileiros Adelmo Genro Filho e Eduardo Meditsch.

A abordagem de Robert Park (2008) parte do formato/gênero notícia como forma de conhecimento. O autor situa primeiramente a ideia de notícia e de conhecimento de forma separada para então propor uma junção. Para ele, a função da notícia é orientar o homem na sociedade, funcionando como uma luz instantânea e momentânea sobre os eventos. Por se tratar de um “flash”, a importância da notícia e seus desdobramentos irão depender das circunstâncias.

Quanto ao conhecimento, Park (2008) os distingue em formal (*knowledge about*) e não sistemático, intuitivo ou de “senso comum” (*acquaintance with*). O primeiro é definido como lógico e inteligível porque pode ser checado através de experimentos, pois possui exatidão e precisão. O segundo leva em consideração o conhecimento como um acúmulo de experiências pessoais, adquirido por costume, sendo, portanto, um senso comum devido à acomodação do indivíduo que, muitas vezes, não procura romper com a realidade que vive.

Nesse contexto, a notícia não se enquadra na categoria *knowledge about*. Park, inclusive considera isto uma obviedade porque a notícia trata de eventos únicos diferente das ciências exatas que buscam classificar as coisas em função delas terem mobilidade no tempo e espaço. Feita esta colocação, o autor destaca que a notícia trata de eventos isolados diferente da história:

A notícia, como forma de conhecimento, primariamente não está interessada no passado ou no futuro, mas no presente – o que tem sido descrito pelos psicólogos de “o presente precioso”. Pode-se dizer que

a notícia existe somente nesse presente. O significado do “presente precioso” é sugerido aqui pelo fato de que a notícia, como é sabido no meio da imprensa comercial, é um produto muito perecível. A notícia continua notícia até chegar às pessoas para as quais ela possui “interesse de notícia”. Uma vez publicada e reconhecida sua importância, o que era notícia vira história”. (PARK,2008, p. 59)

Assim, Park assinala o ‘presente’ como conhecimento produzido pela notícia de interesse apreciativo ‘para aquele que ouve e lê’. Daí o motivo do autor pontuar por várias vezes os limites entre notícia e história ao afirmar que diferente de lendas que não precisam nomear pessoas e lugares para terem legitimidade, a notícia desempenha papel fundamental na sociedade.

Adelmo Genro Filho (2007) delimita os vários tipos de conhecimento: o empírico, pragmático, senso comum e enfatiza o conhecimento teórico. Ele analisa que o jornalismo não possui concepção teórica satisfatória. Nessa perspectiva, Adelmo Genro Filho propõe definir o jornalismo além de uma forma de comunicação e para isso se apoia na herança hegeliana. “Em todas as coisas no mundo, no universo, existem pelo menos três dimensões: o singular, o particular e o universal”. (FILHO, 2007, p. 88). Logo, não seria diferente com o jornalismo. Didático, o exemplo de João socializa de forma clara as diferenças entre tais categorias. João tem atributos próprios, pertinentes somente a ele, isto pode ser características físicas ou psicológicas, sendo portanto, a sua singularidade. Todavia ele é um sujeito particular por compartilhar valores de determinados grupos, seja por usar um objeto comum ou ter ideias referentes à determinada classe. E João se enquadra como ser universal por ser, simplesmente humano, ou seja, sua condição mais geral e abrangente.

Feita essa alegoria, o jornalismo na concepção de Adelmo Genro Filho (1987) não é um conhecimento qualquer, mas sim cristalizado no singular. Ou seja, solidez da prática jornalística estaria em identificar aquilo que é singular nos fatos. “Sempre que um fato se torna notícia jornalística, ele é apreendido pelo ângulo da sua singularidade, mas abrindo um determinado leque de relações que formam o seu contexto particular”. (FILHO, 1987. p.186-187).

Eduardo Meditsch (2008) dialoga com os dois autores supracitados e defende que o jornalismo é sim uma forma de produção de conhecimento. Todavia, explica as diferenças entre o jornalismo e o conhecimento científico. Para justificar a questão, Meditsch crítica o método científico como parâmetro adequado para se conhecer a realidade.

de. Para ele, usar a “ciência” como fonte norteadora e única digna de crédito deixou outras formas de conhecimento à margem das pesquisas e estereotipadas de ilegítimas, imperfeitas e insuficientes.

Porém, a metodologia científica não é o a única forma de chegar ao conhecimento como provou as pesquisas das nas áreas da sociologia e antropologia ao estudarem o dia a dia da sociedade. Situando o jornalismo nesse imbróglio, Meditsch destaca que o mesmo revela a realidade diferente de outros campos do saber:

Com tantas surpresas, como a descoberta de tantas limitações e ao mesmo tempo de tantas possibilidades novas no que já conseguimos saber, não é aconselhável descartar a priori qualquer das formas disponíveis de conhecer e reconhecer o mundo, por mais limitada e singela que possa parecer. Daí a necessidade de se compreender melhor como funciona o Jornalismo como modo de conhecimento, e de investigar até que ponto ele não será capaz de nos revelar aspectos da realidade que não alcançados por outros modos de conhecer mais prestigiados em nossa cultura. (MEDITSCH, 2008, p. 9).

Enquanto Park sinaliza a notícia como uma forma de conhecimento do presente, Adelmo Genro Filho e Eduardo Meditsch detalham as especificidades do jornalismo na contemporaneidade. Certamente, como argumenta Meditsch, tal noção faria o campo ter mais aperfeiçoamento e rigor profissional. “Considerar o jornalismo como modo de conhecimento implica também em aumentar a exigência sobre a formação profissional dos jornalistas, que deixam de ser meros comunicadores para se transformarem em produtores e reprodutores de conhecimento” (MEDITSCH, 2008, p.11).

Apontamentos sobre cultura e jornalismo cultural

Definir o termo “cultura” não é uma tarefa das mais fáceis. No entanto, adotamos para esse trabalho a perspectiva de Raymond Williams (1992). O pesquisador explica que conceito de cultura até o século XVIII estava associada à “civilização”, no sentido de um progresso intelectual, espiritual e material. Somente a partir do século XIX, o significado de cultura começou a migrar para o campo da antropologia, sendo associado ao modo de vida dos povos.

Para o autor, a cultura pode ser apreendida como um sistema significante através do qual uma ordem social é comunicada, reproduzida, vivida e explorada. Logo, a cultu-

ra permite a compreensão das atitudes humanas ao longo da história, pois ela é responsável pelas coordenadas da ação social e da atividade produtiva em uma sociedade.

Como já aponta Eagleton (2005), esta é uma das duas ou três palavras mais complexas de nossa língua. O autor lembra que o “conceito de cultura, etimologicamente falando, é um conceito derivado de natureza. Um de seus significados originais é “lavoura” ou cultivo agrícola” (EAGLETON, 2005, p.09).

Ainda na década de 1960, conforme Eagleton (2005), a palavra “cultura” passou a significar a afirmação de uma identidade específica: nacional, sexual, étnica, regional. Esta concepção contribuiu para que se instalasse um ‘estado’ de conflito, visto que todas as identidades mencionadas se viam como oprimidas.

Para o autor Stuart Hall (*apud* Eagleton, 2005), cultura pode ser definida como “práticas vividas ou ideologias práticas que capacitam uma sociedade, grupo ou classe a experimentar, definir, interpretar e dar sentido às suas condições de existência” (EAGLETON, 2005, p. 55).

Por outro lado, vale apenas pensar a cultura sob uma perspectiva construtivista, ou seja, como um campo⁴ em construção contínua, marcado por conflitos e diversas formas de expressão da materialidade. Deve-se então entender que a cultura “estaria mais para expressões, situações e relações construídas pelos humanos em suas relações cotidianas da vida social” (GADINI, 2009, p.38).

Ao situar a cultura segundo esta visão, Gadini (2009) ainda considera que, metodologicamente, a compreensão deste conceito perpassa pela leitura dos produtos e expressões empíricas, que podem apontar traços e identificações culturais. Daí a importância do jornalismo cultural como uma destas manifestações que oportunizam o entendimento da sociedade.

No que diz respeito ao jornalismo cultural, Faro (2009) o discute como um processo de apropriação dos sentidos pelos leitores, ouvintes ou internautas, pois o campo cultural é forjado com demandas mercantil e intelectual. “Ultrapassa o aspecto informativo ou construtor da realidade: ele estrutura a percepção dos leitores, orienta suas apreensões, conduz pragmaticamente a localização de sua recepção no complexo de sentidos presente em cada pauta” (FARO, 2009, p.58). Em diálogo com a mesma linha, Daniel

⁴ A ideia de campo formulada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu (2012) não aponta para um lugar pontual e localizado, mas uma relação de poder. Trata-se de um poder simbólico, um poder invisível, às vezes não notado, que perpassa a vivência cotidiana e possibilita a dominação de uma classe sobre a outra.

Piza (2003) enfatiza que o papel do jornalismo cultural é “(..) refletir (sobre) os comportamentos, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte (...)” (PIZA, 2003, p. 57).

Por sua vez, Jorge Rivera (*apud* Gadini, 2009) apresenta uma reflexão em torno do caráter complexo e abrangente do conceito de jornalismo cultural:

se ha consagrado historicamente con el nombre de periodismo cultural a una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las ‘bellas artes’, ‘las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental. (RIVERA *apud* GADINI, 2009, p. 78).

Para Gadini (2009), o jornalismo cultural configura-se como um espaço composto pelos mais variados produtos e discursos midiáticos orientados pelos critérios comuns ao jornalismo.

Compreende-se aqui por jornalismo cultural os mais diversos discursos midiáticos orientados pelas características tradicionais do jornalismo – atualidade, universalidade, interesse, proximidade, difusão, clareza, dinâmica, singularidade, etc – que ao abordar assuntos ligados ao campo cultural (...) efetuando assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde ele é produzido, circula e consumido (GADINI, 2009, p. 81).

A maioria das concepções sobre jornalismo cultural apresentava a “divulgação” como um traço quase que “obrigatório” deste tipo fazer jornalístico. “A arte deve ter contato com o público. Embora haja várias instituições capazes de tal aproximação, universidades, museus e eventos, aparentemente o jornalismo cultural faz a melhor mediação entre arte e público no quesito visibilidade da oferta” (BALLERINI, 2015, p.46).

No entanto, nas últimas décadas a estrutura jornalística dos cadernos de cultura tem investido na antecipação de lançamentos como: filmes, peças de teatro, livros, novelas, desfiles de moda, novos restaurantes etc. Esse sistema de lançamentos, atrelado a publicização dos eventos de reconhecido impacto público em uma das duas principais metrópoles do país (Rio de Janeiro e São Paulo) e estratégias de *marketing* de determinados produtos são ações que atualmente também norteiam o agendamento nos cadernos de cultura brasileiros, de acordo com Gadini (2009).

Nas páginas do jornal

Nosso objeto são as páginas do jornal *O Progresso* de Imperatriz-MA⁵. Foi escolhido por ser o mais antigo em circulação na cidade e destinar espaços aos produtos culturais. Trata-se de um impresso de uma cidade de porte médio, com cerca de 252.320 mil habitantes (IBGE, 2015). A cidade teve desenvolvimento econômico recente, que se intensificou no final dos anos 60, com a exploração de madeiras, minérios e terras, viabilizados pela construção da BR Belém-Brasília que atravessa também a cidade.

O crescimento demográfico se intensificou desde os anos 70 e a população é formada hoje também por habitantes de diversas regiões do país. A cidade tornou-se uma das mais populosas do estado (FRANKLIN, 2005, p.92). E a cena cultural é dominada pelas festas oficiais de Carnaval e São João, pelo movimento de grupos teatrais no Teatro Ferreira Gullar, o único da cidade, pelos produtos audiovisuais das redes de cinema, pela produção do Núcleo Imperatrizense de Cinema-Nice, por projetos alternativos na área cultura, entre outras ações.

O jornal tem alcance regional e circula em cidades do sul do Pará e também no norte do Tocantins, além de municípios do oeste do Maranhão. O jornal *O Progresso* é diário, porém não circula às segundas-feiras. Possui dois cadernos: principal e o segundo caderno, somando em torno de quatorze páginas. O primeiro envolve as matérias locais, policiais e políticas. O segundo traz a cobertura esportiva e também notícias gerais e regionais. Há um terceiro caderno, aos domingos, com material sobre novelas, cruzadas, horóscopo e dicas culturais. Nele é publicada também uma página da Academia Imperatrizense de Letras (AIL) com a produção de um dos associados no Caderno Extra.

Iremos seguir as orientações propostas por Gadini (2008, p.4-6) quanto à análise das notícias relacionadas ao jornalismo cultural. O autor, ao propor uma perspectiva metodológica para o jornalismo cultural, indica alguns parâmetros que podem ser relacionados para uma compreensão maior da produção noticiosa no campo cultural:

⁵ O jornal *O Progresso* foi fundado em 3 de maio de 1970 em Imperatriz-MA pelo empresário gráfico José Matos Vieira e pelo jornalista Jurivê de Macedo. Posteriormente foi vendido e teve vários proprietários. Hoje tem como diretor superintendente Sergio Godinho. O jornal se caracteriza pelo destaque às matérias de política e polícia. No tocante à cobertura política, é comum a publicação de material jornalístico enviado pelo poder municipal através das assessorias de imprensa.

- 1) Agregar à análise discursiva as especificidades dos complexos processos de produção, circulação e consumo;
- 2) Considerar os interesses e estratégias das indústrias culturais, de empresas e investidores na localidade;
- 3) Analisar táticas de agendamentos de temas e serviços por parte das instituições e sujeitos do campo cultural como forma de visibilidade e legitimação;
- 4) Levar em conta o envolvimento dos profissionais do campo da cultura (produtores, atores, músicos, escritores etc) na produção da notícia;
- 5) Identificar como os usuários se apropriam dos produtos culturais.

Neste artigo vamos considerar principalmente a primeira indicação, pois faremos a análise dos sentidos construídos pelo jornal quanto ao campo cultural, a partir da análise de discurso francesa. Compreendemos que o “texto é decorrência de um movimento de forças que lhe é exterior e anterior (...) é parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário” (BENETTI, 2007, p.111).

Para fins de análise, a sequência discursiva (SD) envolve a notícias do período entre 1 a 15 de julho de 2015. Entendemos que para a análise será necessário compreender o texto e os contextos anteriores e posteriores a ele.

Com o objetivo de captar os sentidos gerados pelo jornal no tocante à ação dos agentes no campo cultural, apontaremos as formações discursivas, nas quais estudaremos as instituições e sujeitos a quem o impresso atribui competência e poder no campo cultural: FD1 – Competência para legitimar o que é cultura e FD2 – Competência para promover o consumo cultural. Elas se referem às camadas ideológicas e àquilo que deve ser dito em determinadas conjunturas à audiência, em contraponto ao que não deve ser dito (BENETTI, 2007, p.112). Trata-se de uma posição numa dada situação em função da luta pelo poder, em decorrência das disputas entre as classes sociais pela hegemonia.

Tabela 1 – Notícias publicadas entre 1 a 15 de julho

Data	Editoria	Título	Matéria
02 de julho	Cidade	Concurso de breakdance começa nesta sexta em Imperatriz	M1

02 de julho	Cidade	Rockimpera será realizado na praça Mané Garrinha	M2
02 de julho	Cidade	Fundação Cultural se reúne com segmento junino	M3
02 de julho	Geral	Arraial do Povo movimenta Ribamar Fiquene	M4
4 de julho	Regional	Arraial do Nosso Sítio tem Amado Batista hoje	M5
4 de julho	Regional	Público lotou a praça do mercado durante as três noites do Arraia da Alegria	M6
5 de julho	Cidade	Perfil: cantor Zeca Tocantins	M7
5 de julho	Caderno extra, capa	Creio sim, anjos existem	M8
5 de julho	Espaço das Letras, capa	O que é homofobia – Luiz Carlos Porto	M9
5 de julho	Caderno de domingo	Poster perfil - Bruno Gissoni	M10
5 de julho	Caderno de domingo	Novo programa na Globo terá casa como cenário	M11
5 de julho	Caderno de domingo	TV paga – destaques	M12
5 de julho	Caderno de domingo	A 'Madona de Cedro' foi das melhores minisséries da Globo	M13
5 de julho	Caderno de domingo	Dicas de livro, CD e DVD	M14
5 de julho	Caderno de domingo	Carlos Gomes, o autor de O Guarani	M15
8 de julho	Cidade	Imperatriz 163 anos: dupla sertaneja Vitor e Leo será atração nacional no "Show da cidade"	M16
8 de julho	Regional	XV edição do Arraial do Nosso Sítio se consagra como maior festa da região	M17
9 de julho	Tocantins	Paulo Vieira vence Risadaria de Humor Brasileiro na categoria destaque do ano	M18
10 de julho	Cidade	Prefeitura divulga lista de	M19

		eventos e ações na programação dos 163 anos de Imperatriz	
11 de julho	Cidade	Evento em comemoração ao dia mundial do rock faz parte da programação do aniversário de Imperatriz	M20
11 de julho	Cidade	Novos comendadores de Imperatriz recebem honraria hoje à noite	M21
12 de julho, domingo	Capa, Caderno extra	São Domingos da Lagoa	M22
12 de julho, domingo	Capa, Espaço das Letras	O correto e o justo: os fins justificam os meios? - Joaquim Nagib Haikel	M23
12 de julho	Caderno de domingo	Além do Tempo, uma história de amor eterno	M24
12 de julho	Caderno de domingo	Poster perfil – Aline Moraes	M25
12 de julho	Caderno de domingo	Os garotos de Liverpool	M26
12 de julho	Caderno de domingo	Dicas: livro, CD e DVD	M27
12 de julho	Caderno de domingo	TV Paga – Destaques	M28
14 de julho	Cidade	Madeira anuncia revitalização da praça da Cultura	M29
15 de julho	Cidade	1ª Feira de Gastronomia e Cultura de Montes Altos acontece amanhã	M30
15 de julho	Cidade	Etapa do 'Circolando' leva arte ao bairro da Caema	M31

Fonte: Os autores

Não podemos desprezar a atividade de uma instituição jornalística, que opera em busca de força e legitimidade para agir em nome da sociedade e com capacidade de interferência no jogo de forças. “Um jornal é um agente social a partir do momento em que ele é considerado como um agente de estratégias no interior do campo jornalístico”

(FERREIRA, 2015, p.10). Portanto, proporcionar visibilidade a determinados sujeitos, determinar ações culturais e referendar sentidos a todo esse processo é agir no campo jornalístico e alcançar o campo político.

Quem tem competência para gerar bens culturais?

Na sequência dos textos publicados, destacam-se as ações promovidas pela prefeitura da cidade de Imperatriz (M2, M3, M15, M18, M19, M28) e outras cidades quanto à mobilização de pessoas, instituições e projetos ligados à cultura. A competência da prefeitura é reafirmada:

A determinação do prefeito Sebastião Madeira é de promover uma festa democrática, que contemple os diversos musicais e que valorize também os artistas locais (...) Para manter a tradição de trazer uma atração recorde de público, Lucena (*presidente da Fundação Cultural*) ressalta que o sertanejo é o mais pedido, por isso a festa traz os irmãos de Abre Campo (MG)” (Jornal O Progresso, M16).

A capacidade de reconhecer as personalidades culturais e referendá-las faz parte do conjunto de atribuições do poder municipal, conforme instituiu o jornal:

Na gestão do prefeito Madeira foram criadas mais duas honrarias: o troféu Jurivê Macedo, que mantém viva a memória do jornalista, advogado e professor Jurivê de Macedo, e a distinção honrosa Orgulho da Gente, que como o próprio nome sugere, distingue personalidades que enchem a cidade de orgulho (Jornal O Progresso, M19)

Estamos amparando nossa reflexão na teoria dos campos de poder, explicitada nas ideias de Pierre Bourdieu. Para o pensador francês, o espaço social é multidimensional e marcado por relações de poder. As lutas simbólicas envolveriam todos os campos (econômico, cultural, político etc), que se relacionam através de divisões e hierarquias (2012, p. 133). O poder simbólico, na visão de Bourdieu (2012, p. 10) institui uma realidade imediata e uma ordem do mundo social. Portanto, os sistemas simbólicos se transformam em formas de dominação através de distinções e estruturas hierárquicas. As classes sociais detentoras dos sistemas simbólicos conseguem, dessa forma, viabilizar a dominação sobre as demais classes.

Bourdieu também explica como são tecidas as relações sociais, que se articulam através da posse do capital (econômico, cultural, político etc) pelos agentes sociais ou instituições no interior dos diversos campos. O domínio em cada espaço social se dará pelo acúmulo maior ou menor desse capital por parte desses sujeitos e organizações (MIRANDA, 2006, p.12).

O jornalismo está situado no campo cultural, conforme as premissas do autor francês, e está entremeadado aos demais campos. É constrangido especialmente pelo campo político. Surgido efetivamente no século XIX, o jornalismo surgiu como ofício não tocado por pressões externas, o que não se confirmou, porque a atividade passou a depender de governos, anunciantes e da adesão do público, principalmente em sua fase industrial (MIRANDA, 2006, p. 120).

Os campos político e jornalístico aparecem atrelados na cobertura do jornalismo cultural em *O Progresso*. As prefeituras são apontadas na cobertura jornalística como um dos principais produtores culturais. A recorrência de agentes políticos, com suas ideias e projetos, no jornalismo cultural, parece respaldar o domínio de determinados grupos políticos nas cidades e outorgando a eles a capacidade de apontar o que é cultura e delimitar os espaços da ação cultural:

A festa iniciou ontem (03) e segue nos dias 4 e 5 de julho no Centro Cultural de Eventos Alcides Moreira Neto (...) nova arena multiuso construída no bairro Vila Araújo, que será usada pela primeira vez para receber o evento (...) A arena foi construída pela Prefeitura Municipal (da cidade de Sítio Novo) para sediar eventos culturais, esportivos e religiosos, como shows, torneios, apresentações, cultos e missas (Jornal *O Progresso*, M5).

A produção da notícia, na ótica das teorias construtivistas, é marcada por um processo complexo de produção de sentido, para onde confluem a competência técnica do jornalista, os interesses e acomodações das instituições jornalísticas, as condições técnicas, os embates políticos, os contextos culturais e sociais e as determinantes históricas (SOUSA, 2000, p. 21). Neste processo, ocorrem as disputas e luta pelo poder de determinar o ordenamento social.

Além das prefeituras, nas páginas de *O Progresso* são recorrentes às referências aos agentes culturais institucionalizados, como a Academia Imperatrizense de Letras (AIL), ou às personalidades que articulam posições através de textos publicados em

espaços especiais no jornal: a página da AIL aos domingos e o Caderno Extra. São poetas, políticos e cantores com carreiras reconhecidas e que ressaltam suas produções literárias ou leituras de mundo nas páginas do jornal (M7, M8, M9, M22 e M23). Dessa forma, suas percepções e trajetórias são legitimadas e referenciadas como exemplos no campo cultural.

O que devemos consumir culturalmente?

Se as coberturas noticiosas do jornalismo cultural englobam “os mais diversos produtos e discursos midiáticos” e “projetam modos de ser, pensar e viver dos receptores” (GADINI, 2008, p.3), entendemos que as proposições de Pierre Bourdieu irão nos amparar nas seguintes questões: a) Quais as ações do campo jornalístico, em especial as notícias sobre serviços, agentes e produtos culturais, que são delineadas pelas relações de poder? e b) Quais as estruturas econômicas e alianças políticas das instituições jornalísticas que delimitarão produtos e bens culturais a serem abordados nas mensagens?

A partir desse quadro, podemos considerar que as relações de poder balizam a produção de notícias naquele jornal no campo cultural, entremeando-as aos interesses econômicos e às relações hegemônicas no campo político. Como aponta Berger (1997, p.4) ao analisar o discurso jornalístico e destacar que a linguagem é atividade do campo simbólico: “inscrever o modo de produção da linguagem na produção social geral nos permite situar a notícia no interior de uma complexa rede produtiva (...) Estas condições sociais de produção do discurso jornalístico marcam as relações entre jornalistas e suas fontes, e o jornal e seus leitores”.

O jornal O Progresso, ao instituir significados no campo jornalístico sobre a cultura, autoriza formas de consumo (M10, M11, M12, M13, M14, M15, M118, M24, M25, M26, M27, M28 e M29): “‘Em Casa com Madame Charme’ (*livro*) revela os segredos para se ter uma vida doméstica feliz, recompensadora e apaixonante. Com 272 páginas, o livro é um lançamento da Nova Fronteira” (Jornal O Progresso, M 27).

O jornal, em uma cidade com indústria cultural insipiente, dá respaldo ao consumo de produtos culturais (canais a cabo, novelas, artistas, livros, shows etc) produzidos em outras realidades socioeconômicas. Essa competência para gerar bens culturais é atribuída às emissoras de TV, à indústria editorial e aos mercados musical e do audiovisual.

sual. Essas referências culturais ganham destaques nos finais de semana, com edições ampliadas e novos cadernos.

Ao abordarmos o campo cultural é necessário apreender as relações de poder que forjam simbolicamente modos de pensar e ver o mundo através da mensagem jornalística a respeito de bens ou agentes culturais. Como aponta Gadini (2008, p. 12):

Os produtos e serviços do jornalismo cultural resultam de processos de produção simbólica que são cotidianamente instituídos, negociados e forjados em relações de interação que envolvem uma variedade de atores sociais, que tendem a disputar sentidos, espaços e possibilidade de expressão identitários em tais ações culturais.

O jornal proporciona visibilidade aos bens culturais e incentiva o seu consumo, como postura a ser adotado pelos leitores que desejam não ficar de “fora” da produção cultural hegemônica. As características dos produtos são ressaltados, bem como a novidade e especificidades de cada um:

Além do Tempo (nova novela da Rede Globo no horário das 18h) tem enredo interessante que será mostrado através de cenas gravadas em quatro cidades diferentes: Vassoura e Rio das Flores, na região sul fluminense e São José dos Ausentes e Garibaldi, no Rio Grande do Sul. Tem tudo para ser sucesso. É esperar e assistir (Jornal O Progresso, M 24).

Esses sentidos atribuídos à produção cultural, avessa ao contexto local, traficam a perspectiva de uma cidade desprovida de cenas culturais diversificadas ou múltiplas. Pois o jornal retrata que o consumo cultural ora é decidido pelos poderes públicos ou pela indústria cultural que não dialoga com a realidade local, com suas mercadorias estandardizadas e decididas foram dos contextos regionais.

Conclusão

Esse artigo sobre a constituição do jornalismo cultural em um jornal da cidade de Imperatriz-MA trouxe reflexões sobre as conexões entre jornalismo, política e cultura. Ao contrário dos grandes centros, nas cidades menores ou de porte médio a cena política atravessa permanentemente a cena cultural. Os demais agentes culturais praticamente não aparecem ou são minimizados.

O poder político aposta no jornalismo cultural como estratégias de visibilidade e legitimação junto à sociedade. Dessa forma, os agentes políticos sinalizam, através das matérias jornalísticas, os sentidos de cultura, os espaços e aonde estão agentes e serviços culturais. Essa recorrência indica alianças entre a instituição jornalística e os poderes municipais, onde a primeira retrata os projetos dos agentes políticos dominantes, esses por sua vez promovem a acomodação do jornal frente ao contexto político local.

A capacidade de atuação e articulação no campo cultural (eventos, mobilizações, ocupação de espaços públicos, produção literária, entre outros) é atribuída aos poderes públicos e segmentos sociais institucionalizados. Além disso, agentes do campo literário, reconhecidos e alguns atrelados ao poder instituído, são referendados com espaços para suas produções literárias.

O jornal citado encampa, por outro lado, a indústria cultural nacional, em espaços editoriais especiais e cadernos. Há destaque para a divulgação de produtos televisivos ou audiovisuais (novelas, TV paga, perfis de artistas, livros, CDs, DVDS etc). Não há indicação no discurso analisado da indústria cultural local, cujos traços não aparecem na cobertura jornalística.

O discurso jornalístico tende para duas ideias centrais: a) a competência dos poderes municipais (a exemplo das prefeituras) como um dos agentes principais do campo cultural e b) a competência da indústria cultural como geradora dos principais bens a serem consumidos pelos leitores na atualidade. O jornalismo cultural, ora praticado, não envolve sujeitos da sociedade civil ou de grupos destituídos de poder político ou econômico como atores capazes de participar da cena cultural. Portanto, os significados sobre o campo cultural agregam oficialismo, silêncios e poder hegemônico.

Referências

BALLERINI, Franthiesco. **Jornalismo cultural no século 21**: literatura, artes visuais, teatro, cinema e música: a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática. São Paulo, Summus: 2015.

BERGER, Christa. A reestruturação da política em tempos midiáticos. *In: Revista Intexto*. Porto Alegre: UFRGS, v.1, no.1, janeiro/junho, 1997.

BENETTI, Márcia. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. *In: LAGO, Cláudia, BENETTI, Márcia. Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2007.

- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. São Paulo: Editora Unesp, 2012.
- EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: UNESP, 2005.
- FARO, José Salvador. **Dimensão e prática do jornalismo cultural**. Revista Fronteiras. São Leopoldo: Unisinos, v.11, n° 01, janeiro/abril, 2009.
- FERREIRA, Giovandro Marcus. **Apontamentos sobre as propriedades do campo de produção jornalístico**. In: <http://www.portcom.intercom.org.br>. Acesso em 31 de junho de 2015.
- FRANKLIN, Adalberto. **Breve história de Imperatriz**. Imperatriz-MA: Ética, 2005.
- GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009 – Coleção Comunicação.
- _____. **Breves sugestões e estratégias (metodológicas e contextuais) para compreender os processos editoriais no campo cultural**. VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Metodista de São Paulo, novembro de 2008.
- GENRO FILHO, Adelmo. O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo. In: AMARAL, Márcia F (Org) et al. **A Contribuição de Adelmo Genro Filho**. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2007.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cidades. In: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=210530&search=mara%7Cnhaol%7Cimperatriz>. Acesso em 29 de junho de 2015.
- JORNAL O PROGRESSO. O início. In: <http://www.oprogressonet.com/institucional/o-inicio.html>. Acesso em 20 de junho de 2015.
- MEDITSCH, Eduardo. O Jornalismo como Forma de Conhecimento: uma abordagem qualitativa. In: MELO, José Marques et al. **Jornalismo, História, Teoria e Metodologia da Pesquisa: perspectivas luso brasileiras**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2008.
- MIRANDA, Luciano. **Pierre Bourdieu e o campo comunicacional: por uma teoria da comunicação praxiológica**. Porto Alegre: Edpuers, 2005.
- PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: BERGER, C; MAROCCO, B. **A era glacial do jornalismo**. Teorias Sociais da Imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.
- SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e seus efeitos: as teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos**. Coimbra: Minerva, 2000.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.