

# COMUNICAÇÃO, CULTURA E JORNALISMO CULTURAL

Coordenadores  
**JAIME LOURENÇO**  
**PAULA LOPES**

UNIVERSIDADE  
AUTÓNOMA  
DE LISBOA



# Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural

Coordenadores  
**Jaime Lourenço**  
**Paula Lopes**



UNIVERSIDADE  
AUTÓNOMA  
DE LISBOA



## Ficha Técnica

### Título:

Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural

### Coordenação:

Jaime Lourenço e Paula Lopes

### Autores ©

Beatriz Pereira | Beatriz Rosa | Carla Baptista | Celso Martins | Dora Santos Silva | Elsa Carneiro Mendes | Fátima Lopes Cardoso | Jaime Lourenço | Luís Carmelo | Maria João Centeno | Mariana Scalabrin Müller | Nuno Correia de Brito | Paula Lopes | Sara Pereira Porto

### Edição:

© NIP-C@M - Núcleo de Investigação em Práticas & Competências Mediáticas

© Departamento de Ciências da Comunicação | Universidade Autónoma de Lisboa

### Capa:

Bruno Filipe

### Revisão:

Madalena Romão Mira  
Raquel Medina Cabeças

### Edição Técnica:

Miguel Mendes Pereira  
Raquel Medina Cabeças

### Paginação:

Miguel Mendes Pereira  
Raquel Medina Cabeças

ISBN 978-989-9002-14-2

e-ISBN 978-989-9002-15-9

DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2>

Handle <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4747>

### Registo CIP

Lourenço, J. & Lopes, P. (2021). *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M. Disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4747>. DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2>

1. Comunicação; 2. Cultura; 3. Jornalismo cultural; 4. Media; 5. Modelos narrativos.

I.Beatriz Pereira II.Beatriz Rosa III.Carla Baptista IV.Celso Martins V.Dora Santos Silva VI.Elsa Carneiro Mendes VII. Fátima Lopes Cardoso VIII.Jaime Lourenço XI.Luís Carmelo X.Maria João Centeno XI.Mariana Scalabrin Müller XII.Nuno Correia de Brito XIII.Paula Lopes XIV.Sara Pereira Porto

CDU 659.3  
004.8

Esta publicação obedece aos critérios de *open access*, estando cada capítulo assinalado com a licença *Creative Commons*, sem prejuízo do *copyright* pertencer aos autores e a publicação ao NIP-C@M da Universidade Autónoma de Lisboa. Todas as ligações eletrónicas foram revistas à data de 9 de Janeiro de 2020 e estão devidamente apresentadas nas referências de cada capítulo.

A Cooperativa de Ensino Universitário, Entidade instituidora da Universidade Autónoma de Lisboa, promove a produção científica em vários segmentos culturais, valorizando a relação entre a comunidade académica e a sociedade. Desta forma, apoia a edição desta publicação, contribuindo para a divulgação do conhecimento.

# Índice

Introdução.....	8
Jaime Lourenço e Paula Lopes	
Televisão, Covid-19 e Cultura: análise da cobertura de temas culturais nos telejornais durante a pandemia .....	13
Carla Baptista	
Um Salto na Rede - Fronteiras e transições da Crítica Cultural Contemporânea num Contexto Mediático em Mudança.....	36
Celso Martins	
Inovação e Comunicação de Cultura: modelos narrativos emergentes.....	51
Dora Santos Silva	
Combates pelo cinema: da importância de ver, ouvir e ler narrativas audiovisuais na escola .....	71
Elsa Carneiro Mendes	
O Jornalismo de Cinema em Portugal: da cobertura <i>online</i> à estreia dos filmes de 2019.....	93
Jaime Lourenço	
Jornalismo cultural, uma panóptica do nosso tempo.....	111
Luís Carmelo	
A esfera pública cultural e as modalidades de tornar comum .....	138
Maria João Centeno	
Subsetores de Arte e Cultura nos jornais <i>Folha de São Paulo</i> e <i>Público</i> .....	163
Mariana Scalabrin Müller	
Mediação cultural e formação de públicos: o caso da AjaGato e da <i>Revista Cena's</i> em Vila Nova de Santo André (Alentejo Litoral) .....	188
Nuno Correia Brito	
O cinema como construtor do ser: um ensaio sobre o discurso cinematográfico do filme <i>O Fantasma</i> , de João Pedro Rodrigues .....	215
Sara Pereira Porto	

## Entrevistas

Afonso Reis Cabral: “Acho que não se pode estragar uma boa história literária com a verdade e no jornalismo, se não se contar a verdade, é um crime”.....	238
Beatriz Pereira	
Diogo Infante: “Não há um pensamento estruturado para a cultura em Portugal”.....	252
Beatriz Rosa	
Catarina Gomes: “O jornalismo pode ser um norte da selva de informação”...265	
Fátima Lopes Cardoso	
Teresa Nicolau: “Cultura não é um <i>fait-diver</i> ” .....	277
Jaime Lourenço	
João Nuno Pinto: “As pessoas esquecem-se que somos nós que criamos a identidade de um país para as futuras memórias, sem nós é o vazio”.....	289
Paula Lopes	
Notas biográficas .....	321

## Introdução

Jaime Lourenço

Universidade Autónoma de Lisboa

NIP-C@M

Iscte / CIES – Instituto Universitário de Lisboa

Paula Lopes

Universidade Autónoma de Lisboa

CECS-UMinho

NIP-C@M

<https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4748>  
<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.01>

A Cultura e o Jornalismo têm andado de mãos dadas ao longo da História, desde a difusão e crítica a obras literárias no século XVIII, passando pela origem de movimentos artísticos no século XX ou pela colaboração de algumas das personalidades artísticas incontornáveis, espelhada nas páginas dos jornais. Cultura e jornalismo cultural andam, também, de mãos dadas na dificuldade de sistematização conceptual. O conceito de Cultura é dúbio, irresoluto, definido em função da época, do *esprit du temps*. Por outro lado, se podemos assumir o jornalismo cultural como práxis informativa especializada (assente na notícia, na reportagem, na entrevista, enquanto géneros jornalísticos privilegiados), não o podemos recusar enquanto atitude estética, poética, necessariamente subjetiva (assente na crítica, na crónica, na opinião...).

Tal como Mário Mesquita, referência nacional dos Estudos em Jornalismo, indica, toda a prática jornalística corresponde a escolhas culturais. Se, por um lado, o jornalismo está ligado

ao culto da língua e da cultura portuguesas, por outro, o próprio jornalismo também é uma forma de conhecimento (Mesquita, 1998), uma forma de exploração, de descoberta, de desenvolvimento do espírito crítico e da(s) literacia(s).

Assim, o jornalismo cultural é considerado como o expoente máximo desta relação entre o campo cultural e o campo jornalístico: além de informar e dar a conhecer as mais variadas obras, artistas e correntes de pensamento, possui uma natureza que se constitui como crítica e reflexiva, que orienta a mediação da cultura cívica e democrática. Como é natural, tem sofrido mutações e transformações ao longo dos tempos, sendo que, hoje, se situa, de acordo com o contributo teórico de Nete Kristensen (2010), “num contínuo entre arte, cultura popular, lifestyle e consumo”.

Nas últimas duas décadas, a investigação académica em torno do jornalismo cultural recebeu um vasto leque de contributos, quer a nível nacional, quer internacional. Com a obra que aqui apresentamos, o Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa e o NIP-C@M – Núcleo de Investigação em Práticas e Competências Mediáticas – contribuem para a reflexão e debate sobre estas áreas.

Dividida em duas partes, a primeira abre com um texto de Carla Baptista, investigadora no ICNova, que analisa os temas e as figuras do sector da cultura que foram destacados nos principais telejornais portugueses durante os primeiros meses (Março-Maio) da crise pandémica que atravessamos.

Celso Martins, crítico de arte, oferece-nos uma reflexão sobre a crítica cultural e a sua crise de identidade, e os desafios que esta enfrenta numa paisagem mediática que o autor caracteriza como híbrida, fragmentária, desierarquizada e tecnologicamente descontínua.

A proposta de Dora Santos Silva, investigadora no ICNova, debruça-se sobre modelos narrativos emergentes no contexto da comunicação de cultura, procurando conhecer as suas características e que vantagens trazem para o jornalismo cultural.

A coordenadora do Plano Nacional de Cinema, Elsa Carneiro Mendes, traz-nos uma reflexão sobre a importância da divulgação do cinema e audiovisual junto das comunidades educativas, e de como o jornalismo de cinema pode assumir um papel de mediação neste campo.

Jaime Lourenço, investigador bolsheiro no CIES-ISCTE e membro do NIP-C@M, analisa as características da cobertura jornalística aos filmes estreados em 2019 pela imprensa online portuguesa.

Luís Carmelo, investigador no CECS-UM e membro do NIP-C@M, reflecte sobre a emergência do jornalismo cultural nas últimas décadas e a forma como este se manifesta no mundo contemporâneo.

Maria João Centeno, investigadora no ICNova, propõe uma reflexão sobre o papel da crítica de arte na autonomização da esfera pública cultural.

Mariana Müller, investigadora no CECS-UM, através de uma análise às páginas online do jornal *Público* e do *Folha de São Paulo*, observa a cobertura às manifestações culturais com menor espaço nesses jornais.

Nuno Brito, investigador no ICNova e membro do NIP-C@M, olha para uma realidade específica de mediação cultural em Vila Nova de Santo André, através da atividade da associação AjaGato e da *Revista Cena's*.

Sara Pereira Porto, aluna do Mestrado em Comunicação Aplicada da Universidade Autónoma de Lisboa, traz-nos uma reflexão sobre a representação e a construção do ser em *O Fantasma*, obra do cineasta João Pedro Rodrigues.

Numa segunda parte, apresentamos um conjunto de entrevistas a figuras tanto do campo cultural, como do campo jornalístico: ao escritor Afonso Reis Cabral (por Beatriz Pereira), ao ator e encenador Diogo Infante (por Beatriz Rosa), à jornalista e escritora Catarina Gomes (por Fátima Lopes Cardoso), à jornalista e editora de cultura na RTP Teresa Nicolau (por Jaime Lourenço), e ao cineasta João Nuno Pinto (por Paula Lopes).

Encontramo-nos, portanto, perante um vasto leque de textos, diversificado quanto a objetos de estudo, ângulos de abordagem ou opções metodológicas, oferecendo aos leitores contributos atuais para uma reflexão aprofundada. Estamos conscientes que no mundo em que vivemos olhá-lo e refleti-lo através da cultura e pelas mãos do jornalismo é cada vez mais urgente, pois, tal como nos recorda Chico Buarque, “uniformizar

a cultura é perpetuar a ignorância”. Sabemos que a cultura atravessa tempos tenebrosos acentuados pela pandemia, mas o jornalismo pode e deve ter um papel essencial neste contexto, fazendo uso da sua responsabilidade social, cultural e da forma como os *media* se relacionam com as atividades culturais. Esperamos, com esta obra, contribuir para essa reflexão sobre os vários domínios que aqui apresentamos.

Resta-nos agradecer a todos os autores que aceitaram colaborar nesta obra - e que, agradavelmente, integra alunas a frequentarem o Mestrado em Comunicação Aplicada e a Licenciatura em Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma – e à equipa dos serviços editoriais da Universidade Autónoma de Lisboa.

## Bibliografia

Bergamo, M. (7 de Março de 2020). ‘Uniformizar a cultura é perpetuar a ignorância’, diz Chico Buarque em vídeo contra censura, *Folha de S. Paulo*, disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2020/03/uniformizar-a-cultura-e-perpetuar-a-ignorancia-diz-chico-buarque-em-video-contr-censura.shtml#comentarios> (acesso em 20 de Abril de 2020).

Kristensen, N. N. (2010). The Historical Transformation of Cultural journalism. *Film and Media Studies Yearbook*, 8(1), pp. 69-92.

Mesquita, M. (1998). Mário Mesquita: “Não acredito que o serviço público possa ser adequadamente assegurado por operadores privados”. *A Galáxia de Bill Gates e a responsabilidade cultural do jornalismo*, (A. Portela, Entrevistador). Bizâncio, pp. 65-91.

## **Televisão, Covid-19 e Cultura: análise da cobertura de temas culturais nos telejornais durante a pandemia**

*Television, Covid-19 and Culture: analysis of the coverage of cultural themes in the TV news during the pandemic*

Carla Baptista - NOVA FCSH

ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA

[carla.baptista@fcs.unl.pt](mailto:carla.baptista@fcs.unl.pt)

<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.1>

Recebido / Received 06.10.2020	Aceite / Accepted 09.10.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Baptista, C. (2021). "Televisão, Covid-19 e Cultura: análise da cobertura de temas culturais nos telejornais durante a pandemia". In Lourenço, J. & Lopes, P., *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. (pp. 13-35). Lisboa: NIP-C@M & UAL, disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4748>. DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.1>



## Resumo

Este artigo analisa a cobertura jornalística do tema Cultura e Espetáculos nos principais jornais televisivos dos canais generalistas (SIC, RTP, TVI), durante períodos distintos da pandemia de Covid-19. São analisados 9 dias de cobertura informativa televisiva no Jornal da Noite, Telejornal e Jornal das 8, distribuídos pelos 3 estados definidos pelo governo face à situação do país: estado de emergência (março de 2020); estado de alerta (julho de 2020); estado de contingência (setembro de 2020). Procurámos compreender qual a narrativa emergente de crise da cultura relacionada com a pandemia produzida pela informação televisiva. A análise incide sobre o tratamento dos temas culturais, comparando a performance dos diferentes canais numa dimensão quantitativa - quanto tempo dedicado aos temas culturais e qual a share dessas notícias? -, e qualitativa - quais foram os assuntos tratados dentro da cultura e como evoluiu a seleção noticiosa ao longo dos 3 períodos?

## **Abstract**

This article analyzes the journalistic coverage of the theme Culture and Spectacles in the main television newspapers of the generalist channels (SIC, RTP, TVI) during different periods of the Covid-19 pandemic. We analyze 9 days of television information coverage in Jornal da Noite, Telejornal and Jornal das 8, distributed by the 3 states defined by the government in relation to the situation of the country: state of emergency (March 2020); alert stage (July 2020); contingency state (September 2020). We seek to understand the emerging narrative of culture crisis related to the pandemic produced by television information. The analysis focuses on the treatment of cultural themes, comparing the performance of the different channels in a quantitative dimension (how much time dedicated to the cultural themes coverage and what share for these type of news?) and qualitative (what were the subjects dealt with within the culture and how the news selection evolved over the 3 periods?).

## **1. Cancelado. Adiado. Fechado. A cultura segue dentro de momentos?**

Os efeitos da pandemia de Covid-19 no sector cultural podem ser olhados de formas distintas: foi péssimo, porque cancelou as atividades culturais *in situ*, fechou as salas de espetáculo, destruiu empregos, deixou artistas e técnicos em grande precariedade laboral e interrompeu dinâmicas de públicos que levaram décadas a consolidar. É impossível contrapor dizendo que (também) foi “ótimo”, dada a devastação que provocou na economia financeira e moral do campo artístico e criativo, mas o confinamento fez disparar os níveis de consumo de produtos culturais, particularmente filmes, música e entretenimento, assistidos via plataformas digitais. Enquanto a produção cultural sofreu cortes totais, o consumo de bens culturais ajudou a minorar os efeitos do confinamento global, contribuindo para o bem estar emocional, individual e coletivo, e para reforçar sentimentos de partilha e pertença identitária.

A transferência do consumo para os serviços *online* beneficiou apenas as plataformas, cujo modelo de negócio já assentava no pagamento desses serviços distribuídos *on demand*. Os produtores culturais, ao nível institucional (fundações, teatros, museus, cinemas, centros culturais), e ao nível individual ou de micro coletivos (artistas, bandas, companhias de dança e teatro, bibliotecas) disponibilizaram gratuitamente o seu arquivo ou ofereceram *live performances* nas redes sociais sem expectativa de retorno financeiro.

As experiências de inovação tecnológica nas fases de produção, em particular produtos áudio (música) e visuais (cinema e televisão) existiram e vão provavelmente mudar, no futuro próximo, a forma como se faz música, filma, fotografa ou representa. Mas são modestas comparadas com os impactos tremendos que a pandemia provocou na relação com os públicos de cultura. Esta foi dramaticamente transformada, com o regresso às salas, aos palcos, às exposições, em geral a todas as manifestações culturais, a acontecer em formato *digital only*, ou híbridos, deslocando uma parte das atividades ou do público para lugares virtuais. Não sabemos (ainda) como estes modelos impactam nas formas de participação, nas sociabilidades, nas cognições, afetos e percepções, geradas pela exposição e envolvimento com produtos e processos culturais. A obsessão com a digitalização cultural, potenciada como solução principal para um futuro modelo sustentável, empobrece uma agenda de investigação e de questionamentos que devia manter no radar o estudo da diversidade de fruições, interseções e conexões entre a cultura, a política e a tecnologia.

As formas de financiamento da cultura, uma discussão sempre em aberto devido à diversidade de situações laborais e à fragilidade financeira estrutural, tornou-se uma questão de emergência. As quebras de receitas em todos os subsectores, incluindo nas vendas de livros, foram dramáticas. As restrições impostas por razões sanitárias vão prolongar essas quebras durante um longo período, devido aos limites existentes para a ocupação dos espaços. A gratuidade temporária, articulada com um medo

social persistente e o empobrecimento generalizado devido à recessão económica provocada pelas medidas de contenção da pandemia, pode gerar um movimento de não retorno, de criadores que sucumbem e de públicos que desaparecem.

A sustentabilidade de projetos culturais com funções vitais de empoderamento cívico em meios deprimidos (situados fora dos centros urbanos ou junto de populações carenciadas) ficou ameaçada, já que os seus principais financiadores (municípios e associações elegíveis para captar fundos destinados a projetos de desenvolvimento local e regional) canalizaram os recursos para outras áreas consideradas prioritárias (saúde, segurança e apoio social de emergência).

No cenário pandémico o regresso das atividades culturais implica custos acrescidos em pessoal (de apoio, de limpeza), inviabilizando qualquer programa fora de uma articulação com os poderes públicos. Há ainda a considerar as questões intrinsecamente artísticas: como continuar a treinar competências e a criar conexão entre pessoas (atores, cantores, bailarinos, cantores, performers) mantidos à distância e privados da experiência plena dos palcos? Na expressão utilizada pela OCDE<sup>1</sup>, o “culture shock” afetou e irá continuar a afetar negativamente uma cadeia de processos e agentes, agravando desigualdades territoriais e sociais, reduzindo a oferta e enfraquecendo dinâmicas de democratização, inclusão e fruição plena de uma vida cultural.

---

1 Respostas políticas da OCDE ao Coronavírus (COVID-19), *Choque cultural: COVID-19 e os setores cultural e criativo*, disponível em: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/>

Será que a cultura, tão bruscamente interrompida, pode seguir dentro de momentos?

## **2. Cultura nos *media*: o papel dos jornalistas culturais**

A discussão acadêmica sobre as dificuldades em definir o conceito de cultura é longa e não nos ocuparemos dela neste artigo. As representações jornalísticas referem-se aos usos da cultura, à cultura enquanto prática, associada a performances individuais ou de grupo. Nesta visão, a cultura é algo que as pessoas fazem, em vez de algo que as pessoas possuem. As práticas culturais são situadas e não objetivas, e dinâmicas, em vez de estáveis. A dimensão de “luta” raramente atravessa os enquadramentos noticiosos da cultura, embora seja o pano de fundo envolvendo todas as práticas sociais e discursivas construtoras e transportadoras de sentidos culturais.

Os enquadramentos jornalísticos sobre a cultura refletem uma “cultural resonance”, uma “ressonância” que afeta a seleção e o tratamento dos temas, e se relaciona mais com os modos de ver e de fazer dos jornalistas, e das suas organizações, do que com as qualidades intrínsecas aos objetos e sujeitos reportados. No jargão profissional em língua inglesa, os jornalistas culturais são designados por “arts journalists”, traduzindo uma opção editorial estratégica de confinar a sua área de atuação ao campo das produções artísticas. Os ainda (poucos) estudos existentes (Forde, 2003; Harries & Wahl-Jorgensen, 2007; Hovden & Kristensen, 2018), indicam que esta comunidade particular partilha uma certa “excentricidade” relativamente aos outros jornalistas.

Os jornalistas que indicam a cultura como o seu “beat” principal desafiam e reconfiguram concepções existentes de jornalismo como um discurso centrado em factos relatados de forma objetiva. A lógica profissional do jornalismo cultural privilegia o lado humano das histórias, as interpretações e o estilo pessoal próximo na narrativa literária (Hellman & Jaakkola, 2012). O “excepcionalismo” traduz-se ainda numa formação académica diferenciada, normalmente em artes ou humanidades, que funciona como uma fonte de legitimação acrescida para pronunciamentos opinativos sobre as matérias reportadas.

Trabalhando a partir de dados obtidos pelos questionários a jornalistas realizados pelo projeto *Worlds of Journalism* (Hanitzsch et al, 2019), Hovden & Kristensen (2019) confirmam o desalinhamento dos jornalistas culturais em relação aos seus pares no que diz respeito à auto percepção dos papéis sociais desempenhados. Vigiar o poder e estabelecer a agenda política são encarados como menos relevantes do que contar histórias, entreter e promover a tolerância. Embora os jornalistas culturais sejam também um dos grupos mais vulneráveis à precariedade laboral, sobretudo os que “cobrem” as áreas ligadas ao lifestyle, aqueles que trabalham em redações dizem sentir pouca pressão de anunciantes, dos agentes culturais e do público. Os autores concluem que as editorias de cultura são espaços relativamente privilegiados dentro dos meios de comunicação social, com os jornalistas culturais a beneficiarem de níveis elevados de autonomia para proporem histórias baseadas nas suas predileções e especializações.

O alargamento crescente de tópicos abarcados na designação genérica de jornalismo cultural, misturando artes com entretenimento e lazer (Kristensen & Riegert, 2017), coloca-o na zona de fronteira (*boundary work*) que marca as práticas jornalísticas contemporâneas, oscilando entre a exigência de autonomia e a cedência a pressões comerciais. A diversificação temática, acompanhada de perda de especialização e diminuição da crítica cultural em favor da divulgação cultural, levou estudos recentes (Hellman & Jaakkola, 2012; Sarrimo, 2017) a assinalarem a tendência para a “newsificação” do jornalismo cultural, ou seja, a sua aproximação ao cânone da profissão. A conclusão de que os alinhamentos do jornalismo cultural são cada vez mais influenciados pelos valores das notícias tradicionais é particularmente relevante neste estudo, que analisa a cobertura jornalística da cultura nos telejornais com maior audiência nos canais generalistas (SIC, RTP, TVI), durante períodos distintos da pandemia. A exposição anterior visou identificar a complexidade e multiplicidade de dimensões associadas ao *lockdown* cultural, passíveis de serem tratados como matérias noticiosas. Interessa-nos compreender qual a narrativa emergente de crise da cultura relacionada com a pandemia produzida pela informação televisiva.

### **3. Televisão, a grande educadora**

A relação entre televisão e cultura popular é praticamente fundadora dos estudos culturais televisivos. O título do livro clássico de John Fiske (1987) – *Television Culture* – pretende sublinhar que a televisão não transmite cultura, mas produz cultura. A ar-

ticulação entre televisão e Estado-nação, quebrada na história pelas dinâmicas de fragmentação introduzidas pelos novos media, não matou a televisão. Esta mostra uma resiliência e uma adaptabilidade notáveis, ao nível da oferta de conteúdos e dos modos de distribuição, mantendo-se o media com a presença mais significativa na vida das pessoas. O *Digital News Report 2020*<sup>2</sup> indica que, em abril, em países onde o consumo de notícias já era maioritariamente *online* (a Alemanha, por exemplo), a televisão conseguiu posicionar-se, temporariamente, como a principal fonte noticiosa. A “golden age”, alavancada pelas séries de qualidade que alargaram as audiências globais da televisão, deu lugar à “peak TV” e a receita parece ser sempre mais e melhor. Hartley (2020:25) menciona que na era da televisão “pós-global” esta continua a ser líder na “produção e distribuição da subjetividade moderna”.

A pandemia voltou a sentar as famílias em frente à televisão, restaurando o pleno triádico das suas funções comunicativas: informar, entreter e formar. Ong & Negra (2020) referem que a televisão pandémica funcionou como um “timekeeper”, introduzindo regularidades temporais que tinham caído em desuso. Um exemplo são as conferências de imprensa de políticos e de autoridades de saúde para divulgar as medidas em curso e os números da doença. A autora (2020: 3) refere que a televisão americana durante o início da pandemia foi marcada por “uma cacofonia de figuras masculinas carismáticas”, partilhando uma mistura de paternalismo, autoritarismo, compaixão e uma retórica

---

2 Digital News Report, disponível em: <https://www.digitalnewsreport.org/>

coerente. Em Portugal, algo de semelhante ocorreu, com as televisões a lutarem para fixar a maior *share* de uma *super* audiência, obcecada por informação relativa ao mono tema Covid-19. Entre as figuras do meio televisivo catapultadas para a dimensão do estrelato nacional estão os *pivots* dos telejornais do *prime time*.

#### **4. O efeito COVID-19 nos telejornais: tratamento de temas culturais**

O interesse por notícias aumentou durante as semanas de confinamento que se seguiram à declaração do estado de emergência em Portugal, em 18 de março de 2020. Segundo uma sondagem realizada pelo grupo *Mediabrand*s<sup>3</sup> em 23 de março, “o pico diário de audiências durante o dia (mais de 5,9 milhões de espetadores médios) dá-se entre as 20h e as 21h, momento em que são transmitidos os jornais informativos em vários canais em simultâneo.” A procura de conteúdos informativos foi um dos efeitos imediatos. Entre março de 2020 (estado de emergência), passando por julho de 2020 (estado de alerta) e setembro de 2020 (estado de contingência), o Jornal da Noite (SIC) foi o mais visto, seguido pelo Telejornal (RTP1) e pelo Jornal das 8 (TVI). Segundo dados da *Cision*<sup>4</sup>, que analisou as audiências dos jornais televisivos do *prime time* desde a semana de 3 a 9 de março (anterior ao confinamento), até à semana de 30 de junho a 6 de julho, “o bloco informativo da SIC surge destacado, a apre-

---

3 “Consumo de televisão sobe 28% com a pandemia de Covid-19”, *Diário de Notícias*, 23 de março de 2017, disponível em: <https://www.dn.pt/dinheiro/consumo-de-televisao-sobe-28-com-a-pandemia-de-covid-19-11972940.html>

4 “Audiências dos telejornais”, *CISION*, 24 de Julho de 2020, disponível em: <https://www.cision.pt/2020/07/audiencias-dos-telejornais/>

sentar uma audiência média diária de 1 325 521 telespetadores, seguindo-se o da RTP1, com 883 961 telespetadores; e o da TVI, com 861 903 telespetadores.”

Neste estudo, analisámos 9 dias de informação televisiva no *prime time* (das 19h às 22h), nos 3 jornais televisivos com mais audiência, respetivamente o Jornal da Noite (SIC), o Telejornal (RTP1) e o Jornal das 8 (TVI). O recorte temporal contempla 3 períodos distintos, designados a partir da definição política da situação do país face à Covid-19. A amostra inclui 3 dias durante o estado de emergência (17-19 de março), 3 dias durante o estado de alerta (1-3 de julho) e 3 dias durante o estado de contingência (15-17 de setembro). Os diferentes estados traduzem a avaliação da gravidade da situação relativamente aos contágios e determinam as medidas de resposta. É exepetável que o desagravamento progressivo das restrições conduza a uma agenda noticiosa mais alargada, com novos temas e protagonistas a surgirem fora do enquadramento pandémico. A análise incide sobre o tratamento informativo dos temas culturais, comparando a performance dos diferentes canais em dimensões quantitativas. Quanto tempo à cultura e qual a share dessas notícias? -, e qualitativas - quais foram os temas dentro da cultura, quais receberam mais atenção e como evoluiu a seleção noticiosa ao longo dos 3 períodos? Procuramos compreender qual foi a narrativa televisiva emergente sobre a cultura e como foi afetada pelo efeito da pandemia. Os resultados foram obtidos a partir de dados cedidos pelo *e-Telenews*<sup>5</sup>, um serviço da *MediaMoni*

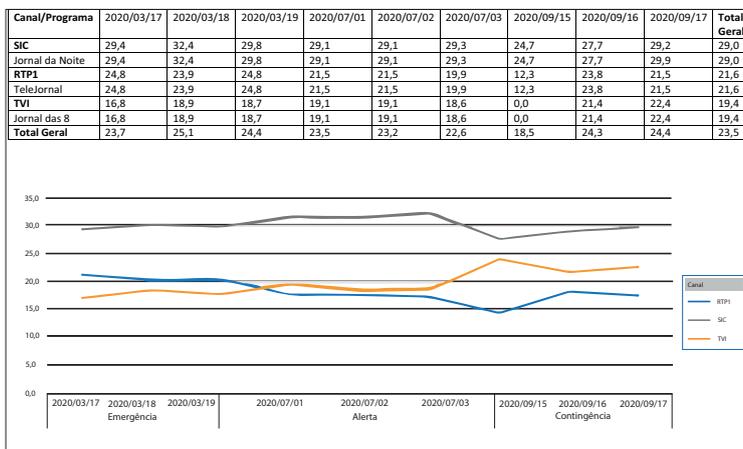
---

5 *E-telenews*, disponível em: <https://www.marktest.com/wap/a/grp/p~43.aspx#apresentação>

tor que monitoriza audiências televisivas e radiofónicas, a quem agradecemos a colaboração, que permitiu viabilizar esta pesquisa.

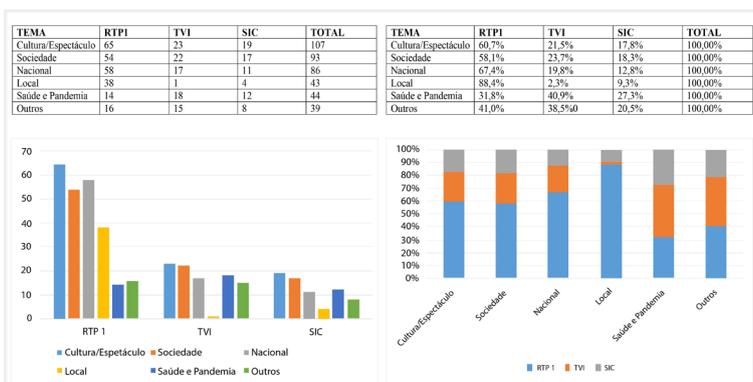
## 4.1. Apresentação dos resultados

O conjunto de imagens abaixo detalham os resultados obtidos para o tema de Cultura e Espetáculo. Vamos começar por analisar a share percentual das notícias sobre cultura apresentadas nos 3 jornais televisivos ao longo do tempo de monitorização definido. O quadro 1 indica que a share foi maior para o Jornal da Noite da SIC, em todos os períodos. O Telejornal da RTP1 obteve a segunda share mais alta na fase de emergência, mas tem uma oscilação descendente, enquanto o Jornal das 8 da TVI vai recuperando share e termina setembro com melhores resultados do que em março.



**Quadro 1** Share em percentual dos noticiários televisivos do horário *prime* durante os períodos analisados. Fonte: e-Telenews – Elaboração própria.

No quadro 2, a tabela e o gráfico à esquerda referem-se à quantidade de inserções relacionadas com Cultura e Espetáculos nos nove dias de análise. O gráfico do lado direito resume a divisão do tema Cultura e Espetáculos por assuntos, de acordo com a proporção de cobertura dada por cada canal de televisão. Resalta que o Telejornal da RTP1 foi o que mais tratou do tema, registando quase três vezes mais inserções do que os concorrentes.



**Quadro 2** Quantidade (tabela e gráfico da esquerda) e proporção (tabela e gráfico da direita) de temas associados a Cultura/Espetáculos nos noticiários Televisivos dos três canais. Fonte: e-Telenews – Elaboração própria.

Neste conjunto de tabelas e gráficos do quadro 2 é possível observar quantos minutos cada canal dedicou aos diferentes temas associados à Cultura e Espetáculo. Dos 107' dedicados a este assunto nos períodos de monitorização, 93' foram também relacionados ao tema Sociedade, e outros 86 minutos associa-

dos ao tema Nacional. Globalmente, a associação entre Cultura e Espetáculos com notícias de âmbito Local e com notícias relacionadas com Saúde e Pandemia foi muito semelhante, embora com variações importantes na abordagem de cada canal de televisão.

Do lado direito do quadro é possível observar para cada tema associado ao de Cultura e Espetáculo o quanto estes foram proporcionalmente transmitidos pelos canais. Estes conteúdos tiveram 60,7% das inserções feitas pela RTP1, enquanto que a TVI e a SIC obtiveram, respetivamente, 21,5% e 17,8% da proporção de transmissão no período. As proporções mantiveram-se similares para outros dois temas que apareceram associados a Cultura e Espetáculo, nomeadamente a Sociedade e o Nacional. O tema Saúde e Pandemia (sempre associado à Cultura e Espetáculo) foi 40,9% das vezes transmitido pela TVI. O tema Local, sempre associado aqui ao universo de Cultura e Espetáculo, foi mais transmitido pela RTP1 (88,4%), conforme atribuição registada na aplicação *e-Telenews*.

Na tabela 1 abaixo podemos observar que os diferentes canais de TV tenderam a apresentar outros conteúdos associados ao da Cultura e Espetáculos, de modo similar, ao relacionar grande parte deste universo (Cultura/Espetáculo) a temas como Sociedade (86,9%) e a Nacional (80,4). Isso indica certa similaridade sobre o modo como trataram destes temas durante os três estados da pandemia. O tema Cultura e Espetáculos e o tema Saúde e Pandemia foram mais associados no caso das notícias

transmitidas pelo Telejornal da RTP1 (58,5%) do que em comparação com o Jornal da Noite da SIC (21,1%) e o Jornal das 8 da TVI (4,3%), de acordo com a classificação feita pela *e-Telenews*.

TEMA	RTP1	TVI	SIC	TOTAL
Cultura/Espectáculo	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Sociedade	83,1%	95,7%	89,5%	86,9%
Nacional	89,2%	73,9%	57,9%	80,4%
Saúde e Pandemia	58,5%	4,3%	21,1%	40,2%
Local	21,5%	78,3%	63,2%	41,1%
Outros	24,6%	65,2%	42,1%	36,4%

**Tabela 1** Relação proporcional de diferentes temas comparados ao de Cultura e Espetáculo (100%) nos noticiários televisivos dos três canais de TV analisados. Fonte: e-Telenews – Elaboração própria.

A tabela 2 (abaixo) permite visualizar como os grupos de assuntos Artistas/Personalidades, Premiações, Cinemas/Teatros/Espectáculos e Festivais/Concertos foram os mais tratados dentro do universo temático englobado por Cultura/Espectáculos.

Assuntos	RTP1	TVI	SIC	TOTAL	RTP1	TVI	SIC	TOTAL
Artista/Personalidade Específica	9	2	4	15	42,9%	13,3%	11,8%	21,4%
Premiações	3	4	4	11	14,3%	26,7%	11,8%	15,7%
Cinemas/Teatros/Espectáculos		3	7	10		20,0%	20,6%	14,3%
Festivais/Concertos	7		3	10	33,3%		8,8%	14,3%
TVs/Rádios			9	9			26,5%	12,9%
Situação Artistas	2	6		8	9,5%	40,0%		11,4%
Museus/Exposições			4	4			11,8%	5,7%
Caridade/Filantropia/Ação Social			3	3			8,8%	4,3%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>34</b>	<b>70</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 2** Inserções e proporção de notícias veiculadas por grupos de assuntos para cada canal de TV. Fonte: e-Telenews – Elaboração própria.

A tabela e os gráficos seguintes avaliam a interseção entre os temas de cultura e o tema Covid-19 (consideramos todas as notícias onde havia referências a medidas sanitárias, estados de saúde de protagonistas da cultura, restrições na entrada de eventos culturais, obtendo assim o indicador Saúde e Pandemia, tal como indicado no Quadro 2). Na tabela 3 podemos observar que no início da pandemia houve alguma cobertura diretamente associada ao tema da saúde, mas foi durante o estado de alerta que ocorreu a maior incidência de notícias relacionando o tema Cultura/Espetáculo e Saúde/Covid-19. Esta relação deixou de ocorrer durante o período de contingência.

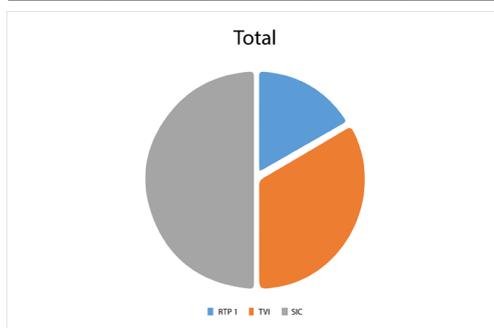
Tema e Grupo de Assunto / Canal	Emergência			Alerta			Contingência			Total
	SIC	TVI	RTP1	SIC	TVI	RTP1	SIC	TVI	RTP1	
Saúde	■			■	■					3
TVs/Rádios				■						1
Situação Artistas					■					1
Cinemas/Teatros/Espectáculos	■									1
Covid-19/Coronavírus				■	■	■				3
Caridade/Filantropia/Ação Social				■						1
Situação Artistas					■					1
Festivais/Concertos						■				1

**Tabela 3** Inserções no noticiário televisivo (3 canais) sobre temas e grupos de assuntos relacionados com Cultura e Espectáculos/Saúde e Covid-19 nos 3 períodos avaliados. Fonte: e-Telenews – Elaboração própria.

Ao considerarmos somente as notícias do universo de Cultura e Espetáculo diretamente relacionadas à temática Covid-19 observamos uma ocorrência para cada um dos canais analisados. As três ocorrências de notícias foram transmitidas durante o período de alerta. Ao ampliarmos a análise, considerando o universo conjunto de temas da Cultura e Espetáculo com os temas

Covid-19 e Saúde, observamos que a quantidade de notícias é aumentada para 6 ocorrências, sendo que 1 delas se deu durante o estado de emergência e as outras 5 durante o estado de alerta, tal como se pode observar no quadro 3 (abaixo).

Canal	Emergência	Alerta	Contingência	Total
RTP1		1		1
TVI		2		2
SIC	1	2		3
<b>Total</b>	1	5		6



**Quadro 3** Quantidade de inserções observadas na intersecção direta entre Cultura/Espetáculo e Covid-19/Saúde. Fonte: e-Telenews – Elaboração própria.

## Conclusões

Os dados permitem concluir que a tematização da Cultura/Espetáculos realizada pelos 3 jornais televisivos foi significativa e diferenciada. As diferenças são relevantes entre os canais, trazendo diferentes posicionamentos editoriais relativamente à valorização e ao tratamento da cultura. Mas também existe uma variação temática dentro da cultura ao longo do período analisado, e essa é uma tendência transversal.

A primeira conclusão é a de que a cultura não esteve ausente dos jornais televisivos, mas foi mais tratada pela televisão pública, totalizando um conjunto de inserções (65) muito superior ao da TVI (23) e ao da SIC (19). O telejornal somou sempre mais do dobro (de inserções) do que os jornais televisivos das concorrentes. Entre estes, as diferenças existem, mas são menos relevantes nas duas dimensões (número de peças).

Apesar do menor investimento temático, o Jornal da Noite da SIC conseguiu maiores *shares* em todos os períodos, confirmando a sua liderança nas audiências neste segmento de programas informativos. A SIC tratou as notícias sobre cultura de forma mais diversa, integrando diferentes assuntos e manteve a sua *share* para os temas culturais estável ao longo dos 3 períodos, ao contrário da RTP1 que terminou o período de análise com menor *share* (21,6%) do que no início da pandemia (24,8%). No caso da RTP1 é curioso assinalar que o período correspondente ao início do estado de contingência (15 de setembro) foi também o que registou uma quebra abrupta no *share* das notícias sobre cultura apresentadas pelo Telejornal (12,3%), tendo os níveis voltado a subir nos dias seguintes (16 e 17 de setembro), respetivamente para 23,8% e 21,5%.

A TVI foi o segundo canal a demonstrar maior interesse pela cultura, mas apresenta o jornal televisivo com menos *share*. A TVI foi também o canal a dedicar mais proporção de notícias ao assunto 'Situação dos Artistas'. Nesta televisão, a flutuação da cobertura dos temas culturais ao longo do período analisa-

do foi ascendente: em setembro existiu uma subida considerável (22,4% no dia 17/09) relativamente a março (16,8% no dia 17/03). Seria interessante indagar as razões para estas alterações, certamente relacionadas com dimensões de análise das quais não nos ocupamos neste artigo, designadamente a locação de recursos, envolvimento gerado pelas histórias, estratégias de alinhamento e alterações nas rotinas organizacionais.

A segunda conclusão é a de que os três jornais televisivos são atravessados pela mesma dinâmica em relação aos temas culturais, o que indica que as lógicas jornalísticas televisivas são semelhantes e tendem a aproximar os critérios de seleção noticiosa. Se no período de emergência (março) o tema de saúde associado à cultura e espetáculo foi pouco noticiado, já no período de alerta (julho) houve o maior volume de associações do tema Covid-19/Saúde com o da Cultura/Espectáculo. Entre os assuntos mais tratados, destacam-se o papel dos meios de comunicação (TV/Rádios) no cenário cultural, a situação dos artistas que viram as suas oportunidades de atuação profissional presencial reduzirem, as ações de caridade promovidas por (e para) artistas e celebridades, bem como as decisões sobre proibição e limitação de público em festivais e concertos.

A terceira conclusão diz respeito ao detalhe dos assuntos dentro do tema cultura. Constatamos que ultrapassado o trauma inicial gerado pelo *lockdown* experimentado no estado de emergência e que surtiu efeitos também durante o estado de alerta, as lógicas habituais de tratamento de temas culturais se reinstalaram

no período de contingência. Observamos uma constância relativamente ao agendamento nos 3 jornais televisivos. Os assuntos relacionados com artistas e personalidades, bem como acontecimentos (especialmente cinemas, teatros e espetáculos) lideraram as escolhas. Este alinhamento confirma estudos anteriores (Baptista, 2017) que apontam para um tratamento jornalístico da cultura marcado pela personalização (a glorificação do ideal romântico do criador/autor) e pela sujeição à agenda de eventos (a função de divulgação cultural é dominante). A RTP1 foi a televisão onde a lógica de seleção noticiosa centrada em personalidades foi mais expressiva.

O assunto designado por 'Situação dos Artistas', relacionado com a crise financeira que afetou muitos destes profissionais devido ao encerramento das atividades culturais, teve uma relevância baixa no canal público (9,5%), esteve ausente do Jornal da Noite (SIC) e recebeu uma maior atenção proporcional no Jornal das 8 (TVI), onde foi mesmo o tema mais tratado. Tendo a nossa análise sido restrita a 9 dias, é possível que os resultados possam variar noutra recorte temporal, mais coincidente com iniciativas específicas relacionadas com a luta política e cívica dos artistas por mais apoios governamentais.

Os dados revelam como a agenda temática cultural dos jornais televisivos é ainda relativamente pobre face à diversidade de dimensões tratáveis e, sobretudo, marcada pelos acontecimentos da atualidade e sem grande capacidade de projeção. Os jornais televisivos não mostram apetência para politizar a cultura

nem para debater o futuro das atividades culturais no cenário pós-pandemia, desligando-se rapidamente de continuarem a acompanhar as questões relacionadas com a sobrevivência dos artistas e as condições de retorno das atividades culturais. Surpreende a estabilidade da grelha de valores notícia mobilizada para os assuntos culturais e o rápido desaparecimento do enquadramento da pandemia. Para os jornais televisivos, aparentemente, a cultura já seguiu dentro de momentos.

## Bibliografia

e-Telenews (s.d), Mediamonitor, disponível em: <http://www.mediamonitor.pt/servicos/telenews>.

Baptista, C. (2017). (Org). *A Cultura na Primeira Página. Uma Década de Jornalismo Cultural em Portugal*. Lisboa: Escritório Editora.

Forde, E. (2003). Journalists with a difference: Producing music journalism. In Cottle, S (ed.) *Media Organisations and Production*. London: SAGE, pp. 113–130.

Hanitzsch, T., Hanusch, F, Ramaprasad, R. & de Beer. A. (2019) (Eds). *Words of Journalism. Journalistic cultures around the globe*. Columbia University Press.

Hanusch, F. (2012) Broadening the focus: The case for lifestyle journalism as a field of scholarly inquiry. *Journalism Practice* 6(1), pp. 2–11.

Hanusch, F, Hanitzsch, T, Lauerer, C (2017) ‘How much love are you going to give this brand?’ Lifestyle journalists on commercial influences in their work. *Journalism* 18(2), pp. 141–158.

Harries, G., Wahl-Jorgensen, K. (2007) The culture of arts journalists. *Journalism* 8(6), pp. 619–639.

Hartley, J. (2009). *Popular Reality: Journalism and Popular Culture*. Bloomsbury Academic.

Hartley, J. (2019). What is Television. In Shimpach, S. (Ed). *The Routledge Companion to Global Television*. New York: Routledge.

Hellman, H. & Jaakkola, M. (2012) From aesthetes to reporters: The paradigm shift in Finland. *Journalism* 13(6), pp. 783–801.

Hovden, J. & Kristensen, N. (2018). The cultural journalist around the globe: A comparative study of characteristics, role perceptions, and perceived influences. *Journalism*. August 2028.

Jaakkola, M. (2015). *The contested autonomy of arts and journalism: Change and continuity of the dual professionalism of cultural journalism*. PhD Thesis. Tampere: University of Tampere.

Kersten, A. & Janssen, S. (2016). Trends in Cultural Journalism. The development of film coverage in cross-national perspective, 1955–2005. *Journalism Practice* 11 (7), pp. 840-856.

Kristensen, N. & Riegert, K. (2017) (Eds). *Cultural Journalism in the Nordic Countries*. Nordicom.

Ong, J. & Negra, D. (2020). The Media (Studies) of the Pandemic Moment: Introduction to the 20th Anniversary Issue. *Television & New Media*, September 2020, pp. 555–561.

Sarrimo, C. (2017). The press crisis and its impact on Swedish arts journalism: Autonomy loss, a shifting paradigm and a ‘journalistification’ of the profession. *Journalism* 18, pp. 664-679.

Stuart, H. (1985). Signification, representation, ideology: Althusser and the post-structuralist debates. *Critical Studies in Mass Communication*, 2:2, pp. 91-114.

# Um Salto na Rede - Fronteiras e transições da Crítica Cultural Contemporânea num Contexto Mediático em Mudança

*A Leap in the Network - Frontiers and Transitions of Contemporary Cultural Criticism in a Context Changing Media*

Celso Martins - Escola Superior de Artes e Design - IPLeiria

[c.cruzmartins@gmail.com](mailto:c.cruzmartins@gmail.com)

<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.2>

Recebido / Received 15.06.2020	Aceite / Accepted 24.06.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Martins, C. (2021). "Um Salto na Rede - Fronteiras e transições da Crítica Cultural Contemporânea num Contexto Mediático em Mudança". In Lourenço, J. & P. Lopes (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural* (pp. 36-50). Lisboa: NIP-C@M & UAL, disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4749>  
DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.2>



## Resumo

Gerada nas fundações da própria modernidade, a imprensa foi desde o início uma das traves mestras dessa mesma modernidade na medida em que lhe coube assegurar a coesão da comunidade urbana, a possibilidade de opinião pública, o exercício da preposição e divergência crítica.

Ao mesmo tempo, ela ajudava a definir a cultura formal e a criação artística como um espaço de emancipação que procurava resistir aos aspetos mais formatadores do mundo moderno, como o enquadramento de massas, a alienação, a mercantilização cultural e a confusão entre arte (associada à fruição) e o entretenimento (estritamente ligado ao consumo). Estaremos já longe dos diagnósticos feitos por Theodor Adorno e Walter Benjamin sobre a sociedade de massas e das suas conclusões sobre a produção e o consumo cultural, mas independentemente do nosso posicionamento sobre o estado da modernidade (inconclusa, concluída historicamente ultrapassada ou destruída) sabemos que o estatuto, o espaço, as condições e a metodologia da crítica cultural se metamorfoseou profundamente no contexto mediático contemporâneo, que é híbrido, fragmentário, desierarquizado e tecnologicamente descontínuo.

Nesse contexto, que ajuda a dissolver fronteiras entre as diferentes vocações que tradicionalmente eram atribuídas a jornais, revistas, magazines culturais televisivos ou radiofónicos, como a informação pública, social, política, cultural e artística, e a sua digestão crítica, este ensaio pretende ser uma reflexão sobre a crise de identidade da crítica cultural, suas causas, desafios que enfrenta e as alternativas que se lhe colocam.

## Abstract

Generated in the foundations of modernity itself, the press was from the beginning one of the master beams of this same modernity to the extent that it was up to it to ensure the cohesion of the urban community, the possibility of public opinion, the exercise of preposition and critical divergence.

At the same time, it helped to define formal culture and artistic creation as a space of emancipation that sought to resist the most formatting aspects of the modern world, such as mass framing, alienation, cultural mercantilization and the confusion between art (associated with fruition) and entertainment (closely linked to consumption).

We will be far from the diagnoses made by Theodor Adorno and Walter Benjamin on mass society and its conclusions on the production and cultural consumption, but Regardless of our position on the state of modernity (inconclusive, historically completed or destroyed) we know that the status, space, conditions and methodology of cultural criticism has morphed deeply into the contemporary media context , which is hybrid, fragmentary, desierarquizado and technologically discontinuous. In this context, which helps to dissolve boundaries between the different vocations that were traditionally attributed to newspapers, magazines, television or radio cultural magazines, such as public, social, political, cultural and artistic information, and its critical digestion, this essay aims to be a reflection on the identity crisis of cultural criticism, its causes, challenges it faces and the alternatives that arise to it.

## **Apresentação**

A crítica de arte nasceu sob o signo da velocidade moderna, do *shock*, o contacto intenso e efêmero com as obras de que, no século XIX, falava já Baudelaire, um dos primeiros críticos de arte (Baudelaire, 1993). Essa negociação com o tempo nunca abandonou a sua matriz. Mais do que escrutinar as diversas tendências teóricas da crítica cultural das últimas décadas, neste ensaio tentaremos analisar como a experiência do tempo e das diferentes sedes institucionais e tecnológicas que a crítica encontrou a definiram desde as origens ao momento atual.

### **1. A crítica cultural como produto e alicerce da modernidade**

Por vezes, tendemos a esquecer que arte é uma coisa infinitamente mais antiga do que a crítica de arte que, embora a arte não possa existir sem um pensamento, viveu muito tempo sem esse mecanismo de receção. Na verdade, a crítica e o crítico como categoria para-profissional, são a resposta a todo um mundo artístico novo, começado a erigir no século XVII quando o essencial das peças institucionais e públicas do sistema artístico moderno principiaram a encaixar-se.

Depois da criação, por Luis XIV, da Academia Real das Artes (1648), com seus mestres e alunos, os seus salões que rapidamente se tornaram públicos, oferecendo para além do esplendor do poder do estado também uma política do gosto, o campo

só ficaria completo com dois outros agentes decisivos: o *mar-chand*, que associava a produção artística à existência de um mercado de arte, e o crítico, a figura que lhe assegurava legitimidade simbólica e que ligava este mundo a um outro também emergente: o da imprensa.

O carácter mais transversalmente público das artes e a imprensa urbana são, pois, duas traves mestras do campo artístico que se vai alargar primeiro sob a égide cultural do iluminismo, mas acompanhando, depois, todos os debates políticos e estéticos do século XIX, do romantismo e realismo aos alvares das vanguardas artísticas.

O carácter urbano do campo artístico e o espaço de dissensão que nele se projeta através dos jornais é, em grande medida, um reflexo do triunfo dos regimes liberais em boa parte dos países europeus que criaram aquilo a que o filósofo Jurgen Habermas definiu como a esfera pública literária (Habermas, 1962) e que foi convertida conceptualmente por outros autores (McGuigan, 2005) no que hoje podemos chamar, mais abrangentemente, a esfera pública cultural.

É aí que se engendra a figura do publicista, de que inicialmente, o crítico é uma subcategoria, simultaneamente independente da academia e do mercado e por isso capaz de estabelecer complacências com os artistas mais desalinados e inconformistas, mas ao mesmo tempo, é nesse ambiente liberal, por vezes revolucionário, que a arte começa a ser pensada como parte integrante de um projeto mais alargado de emancipação da humanidade.

## 2. Da modernidade à massificação

É, em traços largos, este o perfil do iluminista Denis Diderot (1713-1784), um dos primeiros críticos de arte mas, também, sensivelmente, o de trotskista Clement Greenberg (1909-1994), o mais influente crítico de arte americano do século XX, que em 1939 publicou na revista *Partisan Review* o texto “Avant-Garde and Kitsch” (Greenberg, 1939), bem significativo do sentimento de perda da influência das elites sobre o consumo cultural dos grandes públicos que havia sido a norma até então.

Aquilo que, nesse texto, Greenberg designa por *Kitsch* e que nas suas palavras corresponde a um processo de “falsificação cultural” é, posto em termos menos moralizantes, o resultado da industrialização no campo da cultura que encontrou novas formas de produção (o múltiplo fotográfico ou cinematográfico, por ex.) e de difusão (as revistas e jornais de grande tiragem, os teatros ‘comerciais’, os cinemas) que resultam numa radical ampliação e transformação do mercado cultural e que vinham baralhar dicotomias anteriormente bem demarcadas, que colocavam de um lado a arte ‘séria’ dos museus, dos concertos de música erudita ou dos romances e poesia modernistas, e do outro, a cultura ‘média’ e o entretenimento.

Como consequência desses processos de recomposição cultural, hierarquias como alta/baixa cultura e ‘belas artes’/cultura popular foram sujeitas, no novo contexto massificado, a uma pressão que denunciava a ‘superioridade’ estética e sofisticação cultural

das elites enquanto reflexo ou manifestação de privilégio social e dominação cultural, o que atingiu não apenas o estatuto desses produtos artísticos como o dos seus comentadores. Nem sempre essas transformações foram vistas de modo negativo. Lawrence Alloway, o crítico inglês que primeiro usou a palavra “pop” para designar manifestação artísticas que se associavam a referências do cotidiano e ao consumo, via nelas um potencial libertador que estava longe de ser estéril (Alloway, 1958).

Se a crise da crítica tem razões artísticas, como a que se precipita com a mudança no paradigma da arte contemporânea, no final dos anos 60, que através das neo-vanguardas vem desvalorizar a dimensão estética da arte, ela deve ser entendida também, sobretudo a partir do pós II Guerra Mundial, no contexto de uma época histórica particularmente próspera que gerou uma revolução tecnológica nos mais variados campos da vida material e uma revolução mediática, que generalizou e diversificou no ocidente meios de comunicação de alcance abrangente, com particular destaque para a televisão que passa a ser o principal órgão de mediação e auto-percepção social. Este novo contexto de mimetização especular e de indução de modelos de consumo não é exclusivamente televisivo e, viu crescer nos jornais e revistas, zonas associadas ao divertimento e à informação cultural ligeira como o “lifestyling”.

A cultura de massas criou, pois, um sistema que, simultaneamente, cobria as necessidades de entretenimento de uma população indissociada e desenraizada culturalmente e um “star

system” que lhe oferecia um panteão de deuses efémeros, sempre renováveis e transitórios.

Estas transformações não significaram necessariamente uma diminuição do espaço dedicado à cultura formal nos jornais (Heikkilä, R., Lauronen, T. & Purhonen, S., 2018), mas encorajaram um tipo de abordagem dos objetos culturais que desvaloriza os mecanismos críticos e valoriza a promoção e a divulgação.

O lugar da crítica enquanto resposta a uma produção formal não estereotipada e tida como mais exigente, na medida em que pedia ao leitor um *background* cultural prévio, foi significativamente secundarizado no espaço dos jornais, ao mesmo tempo que a sua dissociação com a cultura da ‘sociedade do espectáculo’ (Debord, 1967) ia fazendo novos caminhos críticos. Como já se tinha tornado claro desde os alvares da escola de Frankfurt, a questão da crítica é sempre, no limite, uma questão política.

### **3. Entre o blog e a bienal: abalos e desafios da crítica cultural numa paisagem comunicacional fragmentada**

Vários fenómenos e alterações estruturais fazem com que pensem a questão do lugar da crítica nos primeiros anos do milénio para além do horizonte tradicional da sociedade de massas. Por um lado, se a própria lógica do consumo (económico, cultural, simbólico) conhece intensos processos de massificação, a viragem do milénio revela tendências culturais contraditórias que combinam aspectos de homogeneização com erupções lo-

cais ou culturalmente específicas no quadro da globalização. No campo artístico esse é o tempo da multiplicação de bienais um pouco por todos os continentes e de uma reivindicação de especificidade identitária, nomeadamente da arte não ocidental, mas também associada a grupos específicos como as mulheres e as minorias étnicas que pressionam as hegemonias tradicionalmente ocidentais e os modelos, e genealogias críticas que as sustentam.

Mas essa ‘bientalização’ não transportou apenas preposições descolonizantes, em muitos casos ela manteve intactas as relações entre os centros (Nova Iorque, Berlim, Londres, etc.) e as periferias, ainda que tenha aberto os primeiros a novas latitudes. O forte interesse pela arte africana ou asiática nos primeiros anos do milénio é um exemplo desse mecanismo.

Ao mesmo tempo, há que lembrar que a intensificação da globalização favoreceu ainda um processo de espectacularização do próprio campo artístico associado ao turismo cultural. Essa espécie de apoteose da indústria da cultura conhece talvez no museu o seu mais evidente emblema. Como lembra Claire Bishop,

“Looking at this global panorama of contemporary art museums, what binds them all together is less a concern for a collection, a history, a position, or a mission than a sense that contemporaneity is being staged on the level of image: the new, the cool, the photogenic, the well-designed, the economically successful” (Bishop, 2013).

A essa construção arquitetónica e institucional corresponde uma rede de programadores e curadores que coteja os artistas e os integra em exposições, agiliza relações com os decisores institucionais, o mercado galerístico e o colecionismo no interior de um sistema que faz sobrepor as dimensões crítica e curatorial na figura do comissário. Neste contexto, o ponto de vista tendencialmente exterior do crítico tradicional, associado à imprensa, é demasiadas vezes visto como descartável ou mesmo contraproducente.

Mas nenhuma outra transformação estrutural foi recentemente tão revolucionária como o aparecimento da internet. Criada no final dos anos 80, a *World Wide Web* transfigurou todos os nossos processos socioculturais. Das comunicações com o estado, aos modos de trabalho, dos consumos materiais às ações políticas, a rede redefiniu, desmaterializando e ligando indefinidamente todos com todos, o que outrora entendíamos como esfera pública. A produção e receção cultural não ficou nem poderia ficar de fora deste processo total. Foi, aliás, dos campos onde mais metamorfoses operou. Uma das mais decisivas foi a dissipação de uma fronteira clara entre produtores e destinatários de conteúdos. Fazendo com que todos sejam, potencialmente, criadores e divulgadores de imagens, de textos e de ligações, ela colocou a interatividade no centro da nossa cultura.

Com isso, o cenário orweliano de uma sociedade hipnotizada a partir de um número limitado de centros (políticos, económicos ou religiosos) deu lugar a um mundo em rede, tendencialmente rizomático, sem hierarquia aparente, que empresta a cada in-

divíduo uma, por vezes, ilusória sensação de soberania e participação individual. No campo da criação e crítica artísticas, a chegada da internet veio ao encontro de processos de interação e redefinição editorial que estavam já em incubação a partir do final dos anos 60, nomeadamente, no seio de comunidades como o movimento internacional *Fluxus* que usava o correio para trocar ideias sobre arte ou instruções para performances.

O crítico Jerry Saltz é normalmente apontado como um pioneiro na crítica de arte *online*, pela sua utilização precoce do Twitter e do Facebook, mas como explica Charlotte Frost (Frost, 2019), ele é antecipado por uma série de plataformas como a ARTEX, ACEN, fAf, LEA ou a Matrix que geraram novas formas de relacionamento entre o discurso dos artistas e dos críticos, abrigando preposições artísticas, conferências e intercâmbios electrónicos transcontinentais.

Hoje a paisagem de produção artística e de comentário sobre arte é composta por uma infinidade de blogs, sites pessoais ou coletivos, páginas de Facebook, Twitter ou Instagram, revistas especializadas, fóruns de discussão temáticos, ao mesmo tempo que a rede permitiu a uma infinidade de instituições museológicas, académicas ou *sites* memoriais de artistas colocarem os seus arquivos *online*.

Estas novas condições cibernéticas vieram alterar profundamente as nossas relações com a informação na medida em que a rede se constitui num enorme (infinito?) arquivo de informa-

ção sobre o presente e sobre o passado, o que produz inevitavelmente um efeito na percepção da profundidade histórica com que se olha para uma obra ou uma trajetória artística, mas também na experiência da temporalidade, ela própria, tão decisiva na possibilidade de a arte e a crítica participarem num projeto de transfiguração cultural.

Estamos longe de ver concluído este processo de reconfiguração tecnológica que nos vai levar decididamente do jornal ou revista em papel para outros dispositivos com todas as consequências comunicacionais e culturais que essa transformação implica. Convém, não esquecer, que esse parto não está concluído e não está a acontecer sem perdas, na medida em que corresponde, igualmente, a uma reconversão económica. E também essas condições se ligam ao destino da crítica cultural.

A grande dificuldade revelada pela imprensa escrita em adaptar-se a uma nova ecologia informativa precipitou a imprensa numa crise de conversão com impactos financeiros muito sensíveis no número de leitores e na oferta de publicidade.

Uma das consequências dessa reconversão passou pela paulatina desprofissionalização da crítica cultural. A partir da última década, uma parte dos jornais deixou de remunerar os conteúdos de crítica cultural que publica, ou passou a remunerá-los a valores bastante inferiores. Os críticos “residentes” foram em grande medida substituídos por jornalistas generalistas que também cobrem os eventos culturais, ou por académicos, figu-

ras institucionais ou aspirantes a lugares de decisão na indústria cultural que cedem pontualmente a sua propriedade intelectual a troco de visibilidade pública. Não é difícil de imaginar a distorção exercida por este mecanismo na receção valorativa dos objetos culturais e o viés corporativo daí resultante.

Esse processo de empobrecimento dos jornais, que tem uma componente de desqualificação e de perda de independência às mãos do *soundbyte* e da reação imediata à realidade mais contingente, tem um preço político (as *fake news*, o populismo, a ausência de nuance na informação e na opinião) e cultural (a diminuição do espaço dedicado à reflexão e a sua consequente descaracterização): e pode conduzir à submersão dos média tradicionais num indissociado oceano digital. Sobrevoando tudo isto, temos o algoritmo que faz com que cada escolha, cada abertura de página ou “like” que colocamos numa imagem ou ‘post’ numa rede social nos reconduza às nossas escolhas, nos confirme cultural, política e esteticamente. Esse efeito especular é não apenas uma perversão potencial das expectativas democratizantes, muito justamente associadas ao mundo digital como significativamente, o oposto da crítica que deve gerar diferença, descentramento e desconformidade.

## **Conclusão**

Iniciámos este ensaio dizendo que a arte é muito mais antiga do que a crítica. De igual modo, pode dizer-se com confiança que ambas sobreviverão ao novo sistema mediático e à sua natureza fragmentária e desierarquizada.

O século XXI foi banhado por uma revolução tecnológica com amplos efeitos na produção de subjetividade e na natureza dos encontros e conflitos culturais, com aspetos francamente democratizantes, gerando mais vozes e mais sedes discursivas, ainda que, esse panorama nos pareça exponencialmente mais confuso. Não é indiferente se se escreve num jornal, numa revista especializada, num blog ou numa plataforma digital, se se escreve para um público generalista ou específico, se se é pago por isso ou não. Como não é indiferente o modo como se lê e o enquadramento tecnológico e simbólico da própria leitura. Todos estes fatores são normalmente invisíveis nos edifícios teóricos que sustentam a crítica mas têm um impacto indelével no discurso que ela produz.

## Bibliografia

Alloway, L. (1958). *The Arts and the Mass Media*, Londres: Architectural Design.

Baudelaire, C. (1993). *O Pintor da Vida Moderna*. Lisboa: Vega.

Bishop, C. (2013). *Radical Museology, or, What's Contemporary in Museums of Contemporary Art?*. London: Koenig Books.

Debord, G. (1967). *La Societé du Spectacle*. Paris: Éditions Buchet-Chastel.

Frost, C. (2019). "Digital Critics: The Early History of Online Art Criticism", *Leonardo*, Volume 52, Issue 1, February 2019, pp.37-43.

Greenberg, C. (1939). "Avant Garde and Kitsch". *The Partisan Review*, pp. 34–49.

Habermas, Jürgen. (1962 trans 1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity.

Heikkilä, R., Lauronen, T., & Purhonen, S. (2018). "The crisis of cultural journalism revisited: The space and place of culture in quality European newspapers from 1960 to 2010.", in *European Journal of Cultural Studies*, 21(6), pp.669–686, available in: <https://doi.org/10.1177/1367549416682970>.

McGuigan, J. (2005). *The cultural public sphere*. Londres: Loughborough University.

**Inovação e Comunicação de Cultura:  
modelos narrativos emergentes**  
*Innovation and Culture Communication:  
models emerging narratives*

Dora Santos Silva - NOVA FCSH  
ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA  
[dorasantossilva@fcs.unl.pt](mailto:dorasantossilva@fcs.unl.pt)  
<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.3>

Recebido / Received 14.09.2020	Aceite / Accepted 18.09.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Santos Silva, D. (2021). "Inovação e Comunicação de Cultura: modelos narrativos emergentes". In Lourenço, J. & P. Lopes (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural* (pp. 51-70). Lisboa: NIP-C@M & UAL, disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4751>. DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.3>



## Resumo

Este capítulo explora modelos narrativos emergentes no contexto da comunicação de cultura e, em particular, no jornalismo cultural, através da análise e discussão de exemplos paradigmáticos nacionais e internacionais. O ecossistema digital potenciou a inovação tecnológica no setor cultural enriquecendo a experiência estética. Em alguns cenários culturais, como o dos espaços museológicos, o paradigma do objeto, que fala apenas através da sua autenticidade, foi substituído por uma narrativa imersiva, centrada na experiência do utilizador. O jornalismo cultural rapidamente adotou este modelo: por um lado, inova na narrativa para envolver o utilizador; por outro, centra-se cada vez mais no valor que o objeto cultural terá para o “consumidor”, enquanto parte de uma experiência de consumo ou serviço, e não no valor estético do objeto em si. Quais são as principais características destes modelos narrativos? Que consequências traz para a cultura e para o jornalismo cultural? Estas são algumas questões a que o capítulo procura responder.

## **Abstract**

This chapter explores emerging narrative models in the context of culture communication and, in particular, in cultural journalism, through the analysis and discussion of national and international paradigmatic examples. The digital ecosystem has enhanced technological innovation in the cultural sector, enriching the aesthetic experience. In some cultural scenarios, such as museum spaces, the paradigm of the object that speaks only through its authenticity has been replaced by an immersive narrative, centered on the user's experience. Cultural journalism quickly adopted this model: on the one hand, it innovates in the narrative to engage the user; on the other hand, it increasingly focuses on the value that the cultural object will have for the "consumer", as part of a consumer or service experience, and not on the aesthetic value of the object itself. What are the main characteristics of these narrative models? What consequences does it have for culture and cultural journalism? These are some questions that the chapter seeks to answer.

## 1. Introdução

Dizer que a digitalização do ecossistema mediático é das transformações mais significativas dos últimos anos parece ser uma verdade há muito comprovada. Porém, o ritmo esmagador das mudanças que ocorrem dessa digitalização e o impacto que tem nas várias esferas da sociedade, em particular no jornalismo e na cultura, acabam sempre por gerar um misto de surpresa (e desamparo).

A inovação nos *media* tem sido a consequência mais estudada. Por um lado, é apontada como uma oportunidade de as instituições culturais atraírem mais visitantes através da sua inclusão em novos paradigmas de comunicação, nomeadamente na criação colaborativa e na partilha de experiências narrativas culturais, ou de os órgãos de comunicação social conseguirem, finalmente, encontrar um modelo de negócio sustentável. Por outro, é vista como uma resposta a esse desamparo, nem sempre bem pensada, focando-se, por exemplo, naquilo a que Julie Posetti apelida de “bright, shiny things” (2018), isto é, um foco no brilho das novas tecnologias em detrimento da qualidade dos conteúdos.

Vários autores avançaram com propostas para sistematizar a inovação nos *media*, agrupando-as ao nível da inovação no produto, no processo, no paradigma e no posicionamento (Bleyen *et al.*, 2014; Dogruel, 2014; Storsul and Krumsvik, 2013) e, mais recentemente, nos géneros (Krumsvik *et al.*, 2018) (isto é, nos

formatos usados para contar histórias), e a nível social (isto é, tendo como objetivo gerar valor social). Este capítulo explora precisamente a inovação em modelos narrativos no contexto da comunicação de cultura e, em particular, no jornalismo cultural, através da análise e discussão de exemplos paradigmáticos nacionais e internacionais. Quais são as principais características destes modelos narrativos? Que consequências trazem para a cultura e para o jornalismo cultural? Estas são algumas questões a que o capítulo procura responder, acrescentando uma breve reflexão sobre o uso dos *media* digitais na cultura durante a pandemia da Covid-19.

## **2. O que significa comunicar cultura no século XXI?**

A comunicação de cultura engloba a partilha de informação e conhecimento relacionados com as áreas da cultura e da criatividade nos canais habituais – órgãos de comunicação social, média criativos e comunitários, e instituições culturais – e um infundável rol de *websites* e páginas de redes sociais. Se, antes, a comunicação de cultura era basicamente o jornalismo cultural, a transformação digital alargou esta intermediação a qualquer pessoa ou instituição que queira produzir ou partilhar conteúdo cultural. Hoje, a tecnologia está tão presente na forma como produzimos, experienciamos e partilhamos cultura que a dimensão digital se está, ela própria, a transformar num espaço público cultural (Department for Culture, Media & Sport, 2016: 38).

É, também, essencial termos como premissa deste capítulo a noção de que a cultura é um conceito cumulativo, que foi ganhando várias dimensões ao longo dos séculos, desde a artística (que prevalece), antropológica até à dimensão tecnológica, associada às indústrias culturais e criativas. Podemos, por isso, afirmar:

“A cultura é um conceito heterogéneo, complexo e fluido, marcado por um campo de tensões em resultado das múltiplas definições que coexistem, particularmente entre a artística e a antropológica, a que se juntaram os novos papéis desempenhados pela cultura no ambiente industrial, económico e digital. A cultura é, assim, um conceito cumulativo: é uma manifestação artística, uma representação da vida social e do quotidiano, um serviço e um bem; é participativa, criativa, simbólica, virtual e intangível” (Santos-Silva, 2016, p. 277).

O título “o que significa comunicar cultura no século XXI?” não é original. Foi inspirado num artigo emblemático de Maggie Burnette Stogner, investigadora nas áreas do cinema e do documentário, intitulado *Communicating Culture in the 21st Century: The Power of Media-Enhanced Immersive Storytelling* (2011). Stogner usa uma palavra fundamental que nos guiará por este capítulo – *storytelling* – que, em português, pode ser traduzida

---

1 Tradução livre de “Culture is a heterogeneous, complex and fluid concept, marked by a field of tensions as a result of multiple definitions that co-exist, particularly the artistic and anthropological ones, to which we add the new roles that culture plays in industry, economics and digital environments. Culture is, then, an accumulative concept: it is an artistic manifestation, a representation of social life and everyday life, a service and a good, it is participatory and creative, symbolic, virtual and an intangible good”.

como a estratégia utilizada para contar uma história, isto é, uma técnica ou modelo narrativo. São estes modelos narrativos que nos interessa desconstruir.

## **Evolução dos paradigmas de modelos narrativos**

Casero-Ripollés et al. (2020) definem *storytelling* como

“um conjunto de técnicas e estratégias utilizadas para contar ou partilhar uma história com o objetivo de adicionar valor às notícias e gerar interesse no público. Permite o uso e combinação de qualquer tipo de linguagem e formato do ambiente digital (texto, imagem, vídeo, áudio, gráficos, etc.) para construir uma história com uma estrutura narrativa que seja apelativa à audiência”<sup>2</sup> (p. 72)

Esta é uma definição que encaixa bem no ecossistema ideal, dado que é incontornável a utilização do potencial dos formatos digitais para inovar nos modelos narrativos.

A primeira grande ruptura nos modelos narrativos contemporâneos – caracterizados por um princípio, meio e fim e cuja experiência do utilizador obedecia a essa linearidade – foi precisamente com a linearidade da história. Aliás, a história poderia continuar a ter um princípio, meio e fim ou vários princípios,

---

<sup>2</sup> Tradução livre de “The concept of storytelling is understood as a set of techniques and strategies used to tell and share a story with the goal of creating added value to the news and generating public interest. It allows the use and combination of any type of language and format of the digital environment (text, image, video, audio, graphics, etc.) to build a story with a full narrative structure that is attractive to the audience”.

meios e fins, consoante a experiência de navegação do utilizador. A hipertextualidade, a multimedialidade e a interatividade surgiram como formatos fundamentais para adicionar valor às histórias.

Nas narrativas multimédia, cuja não-linearidade é uma das suas características fundamentais, cada formato é usado de acordo com o valor que pode acrescentar à história: “uma estória multimédia é uma combinação de texto, fotografias, vídeo, áudio, gráficos e interatividade presente num website num formato não-linear onde a informação que cada medium traz é complementar, não redundante<sup>3</sup>” (Jane Stevens, 2014, para. 2).

O paradigma da narrativa multimédia do jornalismo, identificado como o “the snow fall effect”, nasceu com uma peça do *The New York Times*, publicada em dezembro de 2012, intitulada *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek*<sup>4</sup> (uma peça que envolveu 16 profissionais, desde jornalistas a designers multimédia). Acabaria por arrecadar o prémio Pulitzer em 2013 na categoria “feature writing”, precisamente pelo enriquecimento da história através dos elementos multimédia. Neste caso, a inovação neste modelo narrativo derivava da integração de vídeo, fotografia e infografias não como acessórios do texto, mas com uma função muito específica na narrativa. O vídeo sem som posicionava o utilizador no cenário, o vídeo com som dava conta dos testemu-

---

<sup>3</sup> Tradução livre de “A multimedia story is some combination of text, still photographs, video clips, audio, graphics and interactivity presented on a website in a nonlinear format in which the information in each medium is complementary, not redundant”.

<sup>4</sup> Disponível em <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek> (acedido a 10 de agosto de 2020)

nhos das pessoas, as infografias explicavam o processo que motivou a avalanche, as galerias de imagem davam contexto, isto é, estes elementos não eram usados de forma aleatória.

Outro paradigma fundamental na evolução dos modelos narrativos na cultura foi o de *transmedia storytelling* ou narrativas transmediáticas, introduzido por Henry Jenkins, em 2003. O que diferencia este modelo é o desdobramento de uma história por várias unidades distribuídas por plataformas mediáticas: cada unidade tem sentido por si só, mas contribui também para o enriquecimento da história original.

“Na forma ideal de uma narrativa transmediática, cada medium faz o que faz melhor – uma história pode ser introduzida num filme, expandir-se através da televisão, romances, banda desenhada, e o seu mundo pode ser explorado e experienciado através de jogos. Cada franchise precisa de ter independência suficiente para permitir um consume autónomo. Isto é, não é necessário ver o filme para apreciar o jogo e vice-versa<sup>5</sup>.” (2003: 10)

No campo da cultura, as narrativas transmediáticas têm sido muito exploradas, por exemplo, no cinema e séries de televisão. *Game of Thrones* (2011-2019) foi uma série produzida pela HBO, com base na obra literária de George R. R. Martin, que se expan-

---

<sup>5</sup> Tradução livre de “In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best-so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics, and its world might be explored and experienced through game play. Each franchise entry needs to be self-contained enough to enable autonomous consumption. That is, you don’t need to have seen the film to enjoy the game and vice-versa.”

diu para videojogos, jogos de tabuleiro, redes sociais e outros projetos promovidos pela própria comunidade de fãs.

Daqui até ao modelo narrativo imersivo foi um pulo. Em 2010, Nonny de la Peña *et al.* já tinham proposto uma definição de jornalismo imersivo na qual se relevava a oportunidade de colocar o utilizador “dentro” da narrativa: “a produção de notícias numa forma na qual o utilizador pode ganhar uma experiência na primeira pessoa de eventos ou situações descritas nas peças jornalísticas” (2010: 291). Nos 10 anos seguintes, as narrativas imersivas, em particular o jornalismo imersivo, viriam a beneficiar do progresso nas áreas do vídeo e da tecnologia digital. Hoje, as grandes promessas do jornalismo imersivo são a realidade aumentada e a realidade virtual, porque ambas permitem o envolvimento do utilizador de “uma forma não convencional, posicionando-o num determinado tempo e espaço” (Vázquez-Herrero *et al.*, 2020: 34). O primeiro tipo de realidade decorre num espaço exclusivamente virtual, ao passo que a realidade aumentada conjuga os espaços real e virtual.

No campo do jornalismo, o *The New York Times* tem sido um dos *media* internacionais a apostar mais na realidade virtual e aumentada. Várias peças com recurso a estes formatos estão disponíveis na sua *app*, na secção “Immersive (AR/VR)” (à data de setembro de 2020).

No campo da cultura, em particular dos museus, os *media* imersivos são uma forma de dar contexto aos objetos reais e criar

conteúdos. A realidade virtual tem sido usada sobretudo para visitas virtuais ao espólio e a aumentada para acrescentar contexto aos objetos. Para Stogner (2011) as novas técnicas narrativas servem, essencialmente, para envolver os visitantes na experiência da visita ao museu. A investigadora identificou cinco tipos de modelos narrativos imersivos nos museus que continuam atuais em 2020 e que podem, na verdade, ser adequados a qualquer área dos *media* e da cultura:

- Na imersão experiencial, a imersão na narrativa é baseada apenas na experiência estética ou em sensações, como contemplar um espaço ou absorver a atmosfera do interior de um edifício histórico.
- Na imersão narrativa, a imersão é baseada numa experiência narrativa, isto é, um argumento e personagens que contextualizam objetos. Aqui é vulgar usar *media* imersivos para criar uma sensação de tempo, espaço e percurso.
- Na imersão performativa (ou teatral), muito comum em centros científicos, o utilizador beneficia da realidade virtual, aumentada e outras funcionalidades 3D para experienciar elementos multissensoriais como o vento, a neve, cheiros ou sabores.
- Na imersão interativa, a imersão foca-se na interação que o utilizador poderá ter, quer no próprio espaço físico, quer no virtual, através de visitas com conteúdos georreferenciados, por exemplo, ou na interação com a comunidade do museu.

- Na imersão virtual, o utilizador é levado a um tempo e espaço exclusivamente virtual através da realidade virtual, videojogos e outros formatos digitais.

Por fim, a estes modelos narrativos acrescentaria outros dois que, embora tenham existido desde sempre, foram potenciados pelo ambiente digital nos últimos anos. Ao primeiro chamaria de micronarrativas fragmentadas. Estas são caracterizadas por fluxos de conteúdo que se disseminam pelas redes sociais e que dificilmente se controlam – quer no seu todo quer na sua origem. As micronarrativas fragmentadas – que podem incluir desde comentários sobre um determinado assunto no twitter a uma estratégia articulada de disseminação de uma determinada narrativa – estão associadas hoje a uma realidade incontornável do ecossistema digital, que ainda não se conseguiu ultrapassar: a desinformação tão visível na arquitetura de conteúdos de movimentos políticos, populistas e nos discursos de ódio.

Ao segundo chamaria de narrativas de proximidade, associadas ao fenómeno da cultura de proximidade. A cultura de proximidade baseia-se na ligação de pessoas com base nos motivos que levam a essa proximidade, seja partilharem um local de residência seja partilharem gostos ou formas de estar. A cultura de proximidade está também relacionada com a inclusão social, dirigindo-se a grupos que partilham um legado cultural e social (como refugiados ou minorias étnicas). Por sua vez, as narrativas de proximidade baseiam-se no que une as pessoas. Um dos exemplos mais claros é trazido pelos *media* comunitários que se focam na cobertura de acontecimentos locais (numa freguesia,

bairro ou numa região), ou num nicho de utilizadores (amantes da música clássica ou da cultura de tatuagens). Essas narrativas são desenvolvidas em especial para esse público e não para um público em geral.

Narrativas multimédia, transmédia e imersivas. Hoje, há tantos formatos a explorar que se torna complexo analisar todos os modelos narrativos. O próximo ponto desconstrói alguns na área da comunicação de cultura e, em particular, no jornalismo cultural.

### **3. Sete modelos e formatos narrativos emergentes**

Em 2020, estes eram sete dos modelos narrativos mais usados na comunicação de cultura e no jornalismo cultural. É essencial realçar que a maior parte dos exemplos contemplados tem elementos de vários formatos narrativos, dado que o hibridismo é uma característica incontornável das narrativas contemporâneas.

#### **1. Narrativas de proximidade**

Como explicado no ponto anterior, estas narrativas baseiam-se no conceito de ligação que une os utilizadores, que pode ser motivada pela proximidade geográfica, cultural, afetiva, social, entre outros tipos. O projeto *Mygrantour*<sup>6</sup> oferece passeios interculturais pelas cidades que fazem parte da rede (16 em 2020,

---

6 Uma rede europeia do migrante impulsionando rotas culturais para compreender a diversidade cultural é um exemplo dessa proximidade social, disponível em <http://www.mygrantour.org/pt-pt/>.

incluindo Lisboa), mas os guias são migrantes, isto é, a descoberta das cidades por pessoas que as visitam é feita com a ajuda de guias que migraram para essas cidades, ou seja, as cidades também lhes eram desconhecidas.

Outros exemplos de narrativas de proximidade são aquelas publicadas por órgãos de comunicação social que apostam numa cobertura local ou numa cobertura de nicho, como a revista *Gerador*<sup>7</sup>. Também os *media* comunitários – projetos que não são órgãos de comunicação social, mas que prestam informação relevante com uma abordagem jornalística para as suas comunidades – têm espaço aqui. Os projetos editoriais *Coffeepaste*<sup>8</sup> e *Rosa Maria* (um jornal impresso sobre o bairro da Mouraria) cumprem este objetivo de proximidade.

## 2. Narrativas colaborativas

Estas narrativas são criadas a partir do contributo de vários utilizadores a uma escala local ou até internacional. Um exemplo internacionalmente reconhecido é o *Historypin*<sup>9</sup> que liga comunidades de todo o mundo através de histórias locais, que estão organizadas por temas ou espaços geográficos. Por exemplo, a coleção “First World War Centenaries”<sup>10</sup> tinha reunido até setembro de 2020 mais de oito mil contributos visuais de comu-

---

7 Disponível em: <http://gerador.eu>

8 Disponível em: <https://coffeepaste.com/>.

9 Disponível em: <https://www.historypin.org/en/>.

10 Disponível em: <https://www.historypin.org/en/first-world-war-centenary/geo/54.42697,-2.310991,6/bounds/48.401913,-7.049577,59.680265,2.427595/paging/1>

nidades de todo o mundo. O projeto recorre a vários formatos multimédia e a conteúdos georreferenciados utilizando o google maps.

Outro exemplo de projeto colaborativo bem original é o de *Little Museum of Dublin*<sup>11</sup>. Em 2011, o então futuro museu pediu aos habitantes da cidade que doassem objetos que contassem a história de Dublin. O acervo conta hoje com cinco mil artefatos.

### **3. Narrativas georreferenciadas e glocalizadas**

Os roteiros culturais – importante estratégia narrativa no turismo que toma como objeto a cultura – têm também evoluído muito com a crescente integração do áudio, de conteúdos georreferenciados e locais, isto é, conteúdos locais que contribuem para uma cultura global. As *apps* de visitas a cidades, que sugerem roteiros com base nos gostos ou objetivos dos utilizadores ou que lhes permitem personalizar visitas, pululam na *App Store* ou na *Google Play Store* (basta digitar “visita guiada” no campo de pesquisa). Em Portugal, o projeto *FCSH +Lisboa*<sup>12</sup> cria roteiros temáticos e geográficos com base na produção científica sobre a cidade.

### **4. Narrativas baseadas em formatos de vídeo, áudio ou multimédia**

O vídeo nos seus vários formatos (como o *social video*, *live video*, vídeos 360 graus) ou o áudio – em grande parte devido aos

---

11 Disponível em: <https://www.littlemuseum.ie/>.

12 Disponível em: <http://maislisboa.fcsh.unl.pt>.

*podcasts* – tiveram uma evolução marcante nos últimos anos, quer no jornalismo cultural, quer na comunicação de cultura a nível global. São raros os museus que não oferecem vídeos, audioguias ou suportes multimédia aos seus visitantes. Neste campo, merece destaque a *Culturespaces*<sup>13</sup>, uma agência privada francesa que gere, entre outras iniciativas, 14 *websites* de museus e centros de arte em França com uma grande componente multimédia. Em 2018, lançou um centro de arte digital em Paris – *Atelier des Lumières* – onde promove exposições imersivas com recurso ao *videomapping* e a outras funcionalidades 3D.

Nas áreas das artes performativas, grandes companhias de teatro, música e ópera disponibilizam nos seus *websites* a possibilidade de assistir a peças em *streaming*. No áudio, além dos inúmeros *podcasts* dedicados à cultura, alguns projetos têm explorado as potencialidades do som com recurso ao binaural ou ao audiomapping. Os postais sonoros de Lisboa, que registam os sons da cidade durante a pandemia, ou os sons de bairros históricos de Lisboa são algumas das iniciativas do projeto de investigação *Sounds of Tourism*<sup>14</sup>, coordenado pelo antropólogo Iñigo Sanchez.

No jornalismo, os formatos multimédia têm sido objeto de imensuráveis peças. Uma das mais vistas em 2019 foi a peça multimédia *An illustrated guide to all 6,887 deaths in 'Game of Thrones'*<sup>15</sup>, publicada pelo *The Washington Post* em 2019, que

---

13 Disponível em: <https://www.culturespaces.com/>.

14 Disponível em: <http://www.soundsoftourism.pt/>.

15 Disponível em <https://www.washingtonpost.com/graphics/entertainment/game-of-thrones/>.

conjuga dados, ilustração, hipertexto e conteúdos georreferenciados para mostrar as 6.887 mortes que existiram nas oito temporadas desta célebre série.

## 5. Narrativas transmediáticas

No ponto 2 deste capítulo, já foi dado um exemplo de narrativa transmediática – a Guerra dos Tronos –, mas as indústrias culturais estão repletas de outros, desde os heróis da *Marvel* ou da *DC Comics* que se expandem para o cinema, videogames e séries de televisão, aos heróis do entretenimento infantil no *YouTube*, como o fenómeno português *Panda e os Caricas*, que se expandiram para concertos, material educativo e um sem-número de artigos de *merchandising*.

## 6. Narrativas baseadas em dados, interação ou gamificadas

Estas narrativas baseiam-se em dados complexos que são depois apresentadas sob a forma de infografias, jogos ou experiências interativas. *What was Leonardo da Vinci doing at your age*<sup>16</sup>, peça criada pela CNN para a comemoração do 500º aniversário da morte do artista e vencedora de um *Webby Award* em 2020, na categoria “Arts”, é disso exemplo. O utilizador entra num microsite e regista a sua idade. Automaticamente, surge um texto sobre o que Leonardo da Vinci estava a fazer com a idade do utilizador. Outro exemplo é dado pelo *Spotify*, platafor-

---

<sup>16</sup> Disponível em <https://edition.cnn.com/interactive/style/leonardo500/>

ma de áudio, que no final de cada ano oferece aos ouvintes uma série de dados com base nas suas preferências ao longo desse ano: as músicas, géneros e artistas mais ouvidos e outros conteúdos lúdicos. A iniciativa é conhecida como *Spotify Wrapped*<sup>17</sup>.

## 7. Narrativas imersivas

São incluídas neste modelo as narrativas que recorrem à realidade virtual, aumentada ou a funcionalidades 3D. Para explorar estes formatos em museus de todo o mundo, o ponto de encontro privilegiado é a iniciativa *Google Arts & Culture*. No campo dos roteiros culturais, a aplicação *Rewind Cities* (disponível na *Google Play Store*, *App Store* e *Samsung apps*), que já inclui Lisboa e Porto, usa a realidade aumentada para mostrar como eram determinados locais das cidades no passado. Basta apontar o telemóvel para os locais georreferenciados e aceder a imagens do passado daquele preciso local.

A pandemia da Covid-19, que exigiu o encerramento de atividades e instituições culturais dirigidas ao público em espaços físicos em 2020, levou a um aproveitamento das potencialidades do ambiente digital, principalmente o vídeo e o áudio. Provocou o aumento das visitas a museus em todo o mundo, promoveu tertúlias e debates, viu nascer concertos e peças de teatro para ouvir e ver, mas tudo isto sem sair de casa, graças às plataformas digitais. Foram tempos de (ainda mais) precariedade para os profissionais das artes e cultura, mas também uma oportuni-

---

<sup>17</sup> Disponível em <https://www.spotify.com/pt/wrapped/>

dade para encontrar novos públicos e envolvê-los sem a restrição do espaço físico. Desde o *Royal Opera House* em *streaming* ao *Como é que o Bicho Mexe*, apresentado por Bruno Nogueira e com transmissão diária no Instagram, a pandemia também contribuiu para a democratização da cultura e alargou o acesso a estas iniciativas. Pelo menos, de quem tem acesso às plataformas digitais.

## Bibliografia

Bleyen, V., Lindmark, S., Ranaivoson, H. & Ballon, P. (2014). A typology of media innovations: Insights from an exploratory study. *The Journal of Media Innovations*, 1(2014), pp. 28–51, disponível em: <https://www.journals.uio.no/index.php/TJMI/issue/view/83>. (Acedido a 2 de agosto de 2020).

Casero-Ripollés *et al.* (2020). New Formats for Local Journalism in the Era of Social Media and Big Data: From Transmedia to Storytelling. In Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S., Silva-Rodríguez, A. & López-García, J. (editors), *Journalistic Metamorphosis: Media Transformation in the Digital Age*. Cham: Springer, pp.69-84.

De la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spanlang, B., & Slater, M. (2010). Immersive journalism: immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence: Teleoperators and virtual environments*, 19(4), pp. 291–301. Acedido a 1 de agosto de 2020 em [https://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/PRES\\_a\\_00005](https://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/PRES_a_00005).

Department for Culture, Media & Sport (2016). *The Culture White Paper*. UK. Web ISBN 9781474129329.

Dogruel, L. (2014). “What is so Special about Media Innovations? A Characterization of the Field.”, *The Journal of Media Innovations* 1, pp. 52–69. Acedido a 1 de agosto de 2020 em <https://www.journals.uio.no/index.php/TJMI/issue/view/83>.

Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. MIT Technology Review. Available in: em <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/> (Acedido a 4 de agosto de 2020).

Krumsvik, A. H., Milan, S., Bhroin, N. N., & Storsul, T. (2018). Making (Sense of) Media Innovations. In M. Deuze & M. Prenger (Eds.), *Making media: production, practices and professions*, pp. 193–205. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Posetti, J. (2018). Time to step away from the ‘bright, shiny things’? Towards a sustainable model of journalism innovation in an era of perpetual change. [Report] *Reuters Institute for the Study of Journalism*, available in: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-11/Posetti\\_Towards\\_a\\_Sustainable\\_model\\_of\\_Journalism\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-11/Posetti_Towards_a_Sustainable_model_of_Journalism_FINAL.pdf) (Acedido a 1 de agosto de 2020).

Santos Silva, D. (2016). *Cultural Journalism in a Digital Environment: New Models, Practices and Possibilities*. Tese de Doutoramento. Universidade Nova de Lisboa, UT Austin | Portugal CoLab, available in: <https://run.unl.pt/handle/10362/17022> (Acedido a 3 de agosto de 2020 em).

Stogner, M. (2011). Communicating Culture in the 21<sup>st</sup> Century. *Journal of Museum Education*, (2011), 36(2), pp. 189-198.

Stevens, J. (2014). *Multimedia Storytelling: Learn The Secrets From Experts*, available in: <http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish/> (Acedido a 1 de agosto de 2020).

Storsul, T., & Krumsvik, A. H. (2013). What is Media Innovation? In *Media Innovations. A Multidisciplinary Study of Change*, pp. 13–26. Gothenburg: Nordicom.

Vázquez-Herrero, J., López-García, X., & Irigaray, F. (2020). The Technology-Led Narrative Turn. In J. Vázquez-Herrero, S. Direito-Rebollal, A. Silva-Rodríguez, & X. López-García, *Journalistic Metamorphosis. Media Transformation in the Digital Age*, pp. vii-ix. Cham: Springer.

## **Combates pelo cinema: da importância de ver, ouvir e ler narrativas audiovisuais na escola**

*Fights for cinema: the importance of seeing, listening to and reading audiovisual narratives in school*

Elsa Carneiro Mendes - Plano Nacional de Cinema  
[elsa.mendes@pnc.gov.pt](mailto:elsa.mendes@pnc.gov.pt)  
<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.4>

Recebido / Received 26.05.2020	Aceite / Accepted 29.05.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Mendes, E. C. (2021), "Combates pelo cinema: da importância de ver, ouvir e ler narrativas audiovisuais na escola". In Lourenço, J. & P. Lopes (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural* (pp. 71-92). Lisboa: NIP-C@M & UAL, disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4752> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.4>



## Resumo

Divulgar a cultura do cinema e audiovisual junto das comunidades educativas constitui-se, em nosso entender, matéria particularmente relevante nas sociedades atuais. Estando em curso um conjunto alargado de políticas educativas públicas que incentivam a valorização da fruição cultural por parte das crianças e dos jovens, reforçar a visibilidade dos sistemas de mediação cultural disponíveis junto das comunidades educativas pode tornar-se uma medida decisiva de estratégia cultural. No concreto, é essencial aliar a importância pedagógica das narrativas audiovisuais ao papel formativo que o jornalismo de cinema pode assumir, quer como ferramenta privilegiada para eliminar fronteiras entre cultura e educação, quer como mediador singular da divulgação de fenómenos provenientes da cultura popular e massificada, intrínsecos à cultura do cinema e audiovisual, quer ainda como instrumento que possibilita, cabalmente, a democratização nesta área específica da cultura.

## **Abstract**

Disseminating the culture of cinema and audiovisual among educational communities is, in our view, a particularly relevant material in today's societies. With a wide range of public education policies underway that encourage the appreciation of cultural enjoyment by children and young people, enhancing the visibility of cultural mediation systems available to educational communities can become a decisive measure of cultural strategy. In concrete, it is essential to combine the pedagogical importance of audiovisual narratives with the formative role that cinema journalism can assume, either as a privileged tool to eliminate borders between culture and education, or as a singular mediator of the dissemination of phenomena from popular and mass culture, intrinsic to the culture of cinema and audiovisual, or as an instrument that fully enables democratization in this specific area of culture.

Embora o cinema se consubstancie fundamentalmente como uma expressão artística, é verdade que na sua vertente mais multifacetada e popular se organizou segundo o modelo de produção industrial, através de todos os seus recursos e procedimentos, mais focado nas possibilidades imediatas do lucro, e menos no poder libertador que a arte detém junto dos seres humanos. Mesmo assim, ao longo da sua história, o facto é que o cinema industrial (aqui incluímos naturalmente a gigantesca produção das indústrias de Hollywood) produziu obras imensas, muitas com marca autoral e grande nível de qualidade nas componentes de narratologia, argumento, fotografia, som, *mise-en-scène*, etc., comentando a cultura tradicional e clássica, interagindo com ela, alargando significativamente a experiência e a transmissão da denominada alta cultura a um maior número de pessoas e a mais grupos sociais. A título de exemplo, sabemos como, ao longo de toda a primeira metade do século XX, no âmbito do cinema produzido em Hollywood, a nova arte e indústria propôs visitar a Antiguidade Clássica e a Idade Média, através de um gosto evidente pela manipulação de múltiplas tradições (literárias, pictóricas, teatrais, operáticas), e apropriou-se de uma teia complexa de fontes que contribuiram para diversificar a linguagem cinematográfica e, na nossa perspetiva, a transformaram numa torrente de processos de afirmação da Cultura Contemporânea Ocidental. Em meados dos anos sessenta e nos anos setenta, o aparecimento de dois textos de Umberto Eco, um sobre James Bond e outro sobre Superman, refletem precisamente esse olhar destinado a valorizar as referências da cultura popular. Na altura conotado exclusivamente com a faceta

de entretenimento, atualmente o estudo do fenómeno Bond e da evolução da sua estrutura narrativa maniqueísta no cinema, é uma matéria interdisciplinar que cruza Estudos de Cultura/História da Cultura/Filosofia Política/Estudos Fílmicos/Estudos Visuais/Jornalismo Cultural, trabalhando o fenómeno como uma representação cultural complexa e mutável.

Este reconhecimento é essencial: é tão importante conhecer os universos e comportamentos da cinefilia mais tradicional, como os comportamentos heterogéneos dos chamados universos de fãs, que, tal como os primeiros, também desenvolvem consumos distintos de cinema (muitas vezes, os chamados *cult movies*) e movem-se, paralelamente em comunidades digitais e outras, com um entusiasmo extraordinário (Chinita, 2016). Vale a pena ir ainda mais longe no estudo dos fenómenos da cultura popular e articulá-los com as mais recentes formas de realidades trans-media, na medida direta em que sabemos que a experiência dos jogos de entretenimento, tão apreciada pelos jovens, obedece a múltiplas agendas políticas ao mesmo tempo que proporciona «valuable lessons in civics» (Geraci e Recine, 2014). O mesmo se passa com o universo emergente dos *making of*, dos *trailers* e outros canais digitais de divulgação de informação/conteúdos relacionados com cinema, proporcionando aos jovens «uma experiência mais imersiva e sensorial» (Robert, 2018: 43), cujos produtos deveriam merecer cada vez mais uma atenção analítica por parte da escola.

Ao proporem uma visão mais imersiva da vida, estes territórios em que se movem as narrativas audiovisuais (o cinema em des-

taque) e os produtos culturais afins reservam-nos intacto um campo humano fundamental, eu diria mesmo sagrado: a subjetividade. Felizmente para todos nós, um filme é um engano, e não uma coisa exata. Insisto neste reconhecimento da subjetividade como um fenómeno intrínseco da cultura humana, numa altura em que seria elementar normalizar a ideia de que a manipulação audiovisual (elemento de subjetividade) é intrínseca às narrativas audiovisuais e aos seus universos (Rocha, 2020), e valorizar cabalmente o trabalho de uma das profissões mais emblemáticas e misteriosas do mundo do audiovisual: a montagem/edição. Infelizmente, a simples palavra manipulação infunde um medo quase paralisador em muitos contextos, que nos impede de perceber a natureza criadora e, no caso do cinema, artística, que está no cerne do exercício de montagem. Mas é exatamente por aí que deveríamos começar a normalizar conceitos, aceitando a verdade de que «montar é manipular (...) tudo o que fazemos é manipular», eis o sentido do testemunho de Michael Kahn, uma autoridade na matéria<sup>1</sup>. Falta-nos valorizar isto. Se aceitarmos que os processos mediáticos são em boa medida narrativas subjetivas, alargamos a nossa perspetiva, e podemos finalmente começar a falar sobre o audiovisual.

Na medida em que a noção de imagem fílmica, cultura e cultura visual se constituem como um todo indissociável (Carlos, 2017: 555), defendemos que é necessário conhecer e cruzar matérias provenientes de universos mais imersivos de que os filmes são

---

<sup>1</sup> Michael Kahn (n. 1935) – Montador norte-americano. Destacamos a colaboração notável com Steven Spielberg, em *Close Encounters of the Third Kind*, *Raiders of the Lost Ark*, *Schindler's List* e *Saving Private Ryan*, entre muitos outros trabalhos.

apenas uma das facetas. Em nosso entender, vivemos um período de transformações sem precedentes, e, eventualmente, estamos a presenciar a maior migração de suportes/formatos técnicos de comunicação humana de que temos memória. A esta luz, é importante reconhecê-las como material de estudo e experimentação, e é fulcral recorrer aos mecanismos de mediação que os comentam sistematicamente e nos ajudam a entender processos e múltiplos sentidos possíveis das chamadas indústrias culturais destinadas à sociedade massificada. Nas últimas décadas, a investigação académica na matéria tem vindo continuamente a reforçar, quer a especificidade do jornalismo de cinema enquanto objeto de estudo académico (Lourenço, 2016), quer a perspetiva de articulação inadiável do trabalho das escolas com a cultura dos *media*, nomeadamente do jornalismo (Flor, 2019).

A seu tempo, João Bénard da Costa sublinhou como a crítica fílmica e cinematográfica foi «o astrolábio e o quadrante orientadores nas descobertas do território do cinema e quem ergueu os padrões da sua cartografia de cinéfilo.» (Nogueira, 2002: 7), confirmando-nos como podemos ver um filme duas ou três vezes, interiorizar uma perspetiva sobre o filme, e como podemos evoluir para uma visão inteiramente nova sobre ele após algumas leituras críticas complementares. Julgamos que esse foi o programa original do jornalismo cultural, cuja «intenção era a de não restringir a uma elite a esfera das artes, da filosofia e da literatura» (Melo, 2010: 5), assumindo funções de mediação social através da sua capacidade em simplificar para diversos públicos os múltiplos níveis de comunicação da arte. Edgar Morin

sintetizou cabalmente esta perspetiva ao dizer que a função do jornalismo cultural é revelar de forma clara e acessível «que, em toda grande obra, de literatura, de poesia, de música, de pintura, de escultura, há um pensamento profundo sobre a condição humana» (Melo, 2015: 6). Para nós, a apropriação de uma cultura cinematográfica, a condição cinéfila ou estatuto de fã de cada um de nós, são elementos indissociáveis da sobreposição do ato de ver filmes e do consumo de textos e outros materiais que discorrem sobre os filmes e os interpretam. E no caso do universo dos fãs, por detrás do que parece ser um superficial universo das celebridades ou dos super-heróis (tão do agrado dos jovens), há todo um separar de águas que é preciso fazer, com o contributo de um determinado tipo de jornalismo de cinema que nos ajuda a perceber a receção a um filme, as razões estéticas e técnicas das escolhas realizadas, a validade de comparar filmes entre si e com as diversas produções oriundas da cultura, de uma forma geral.

Gostávamos de partir de um exemplo concreto, proporcionado pela recente conjuntura pandémica, abrindo a lente para propostas de análise fílmica em que os média e o jornalismo de cinema podem funcionar como importante auxiliar do trabalho que os professores desenvolvem com alunos. A propósito deste contexto recente, se uns defendem que estamos a viver num admirável mundo novo e distópico (a expressão foi precisamente colhida num título de artigo assinado por José Carlos Maltez na *Take Magazine*) (Maltez, 2019: 91), outros recusam essa impressão, afirmando não conseguir «associar o momento em que

vivemos a um qualquer filme distópico» (Ribas, 2020: 60). Este contraditório pode ser um bom pretexto e oportunidade de explicar às crianças e aos jovens a ambiguidade e poder evocativo das imagens e argumentos de ficção, nomeadamente da ficção científica, sobre a ameaça à humanidade e/ou a extinção humana que proliferaram nos canais televisivos (muitas produções cinematográficas), procurando contextualizar a «normalização» e proliferação desse tipo de ficções em determinados períodos. Mais uma vez, recorremos a Eco: «(...) a boa ficção científica é cientificamente interessante não porque fala de prodígios tecnológicos [...], mas porque se apresenta como um jogo narrativo sobre a própria essência de toda a ciência, isto é, sobre a sua conjeturabilidade» (Piassi & Pietrocola, 2009: 528).

Há um potencial educativo na ficção (Moreira & Rodrigues, 2019), e é exatamente aí que nos focamos: as ficções mais arrebatadas ou irreais têm um papel social que é preciso valorizar, e podem, e devem, ser estudadas e refletidas com os alunos. Fantasias audiovisuais sobre o fim (apocalipses, milenarismos, profecias e escatologias), e, mais especificamente, o imaginário pandémico que agora nos assola, são, mais do que nunca, matéria académica e de divulgação urgente, sob as mais diversas perspetivas, quer para o grande público, quer para os alunos e para os professores, moldando novos heróis, colocando arrojadas hipóteses científicas ao serviço de narrativas ficcionais, criando múltiplos «fios» condutores subjetivos de leitura do nosso imaginário coletivo e da História (Lynteris, 2019).

Com efeito, uma das receitas mais eficazes para sossegar as nossas utopias coletivas resulta, no geral, da partilha de determinadas emoções através da arte (que expõe e normaliza, por assim dizer, as nossas fraquezas), como bem defendeu João Lopes ao referir-se ao «cinema da nossa vulnerabilidade» (Lopes, 2020). Nos casos de alguns filmes ancorados em temáticas epidémicas, como *O Sétimo Selo* (1957), de Ingmar Bergman, *Morte em Veneza* (1971), de Lucchino Visconti, ou o «asséptico» (Câmara, 2008), «inteligente e frio» (Mourinha, 2008) *Ensaio Sobre a Cegueira* (2008), de Fernando Meirelles, as narrativas são verdadeiros dramas existenciais que abrem para leituras culturais mais amplas, onde ressoa toda a História da Civilização europeia, e são, muito menos, histórias à volta da paranoia gerada pelo vírus ou sobre a heroicidade dos médicos que os tratam. Mas em casos como os dos perturbadores *Fora de Controlo* (1995), de Wolfgang Petersen, o genial *12 Macacos* (1995), de Terry Gilliam (baseado em *La Jetée*, de Chris Marker), que trabalha uma questão humana tão importante como o livre arbítrio, *Contágio* (2011), de Steven Soderbergh (filme tornado viral em 2020, por razões óbvias), ou *WWZ – Guerra Mundial* (2013), de Marc Forster, um filme que coloca a tónica nas diversas respostas mundiais e locais a um contexto pandémico, todas estas histórias congregam medos e paranoias coletivas que refletem uma «ansiedade biológica» (Rodrigues, 2010: 209), e remetem para a massificação das sociedades e para militarização das situações, sublinhando a potencial aliança negativa entre a ciência, poder político e poder militar. Todos estes filmes legitimam de alguma forma o poder militar, apesar do invólucro ficcional ser mais

imediatamente e próximo das narrativas de super-heróis, e entronizam um tipo específico de herói: o epidemiologista/virologista e/ou pessoas com doenças que as diferenciam e marginalizam socialmente, e que podem ter potencialidades acrescidas de sobrevivência em face da doença coletiva.

Os exemplos abundam na ficção cinematográfica, e muitos deles mereciam ser vistos e estudados nas escolas, também a partir do auxílio do jornalismo de cinema, quer clarificando a importância de levar estes filmes a vários públicos, quer divulgando a reação da indústria do cinema e dos públicos às epidemias. Como referimos há pouco, para credibilizar um objeto de estudo desta natureza, é preciso convocar todas as camadas de leituras sociológicas possíveis que se escondem por detrás de um invólucro de aparente superficialidade ou conforme a agenda do momento. Dois ou três contributos dos críticos de cinema a este propósito deixam pouca margem para dúvidas, em matéria de importância da crítica cinematográfica para nos orientar a todos: leiam-se artigos assinados por Peter Bradshaw (no *The Guardian*), *12 Monkeys*, assinado por Roger Ebert (em [RogerEbert.com](http://RogerEbert.com)), *A Time Traveler With Bad News – Twelve Monkeys*, assinado por Janet Maslin (no *The New York Times*), ou os mais recentes *Lessons for the Movie Industry from the 1918 Influenza Pandemic*, assinado por Richard Brody (no *The New Yorker*), ou *The 21st century plague: Cinema in the age of COVID-19*, assinado por Wheeler Winston Dixon, (em *Senses of Cinema*), para percebermos as utilidades e vantagens de levar aos alunos ideias e conceitos sobre como é que o cinema filma

comportamentos coletivos, a partir de perspectivas críticas colocadas pelo jornalismo de cinema e outros recursos mediáticos *online*. Entre nós, ainda que num campo distinto dentro da temática das contaminações, e sem qualquer ambição de uma sistematização mais aprofundada, mas que reputamos de urgente, lembramos o artigo de Sara Quelhas na revista online *Metropolis* (Quelhas, 2019: 178), a propósito de um sucesso televisivo recente da HBO: *Chernobyl* (2019), de Johan Renck, com argumento de Craig Mazin. Um tema recorrente em salas de aula, sublinhou Sara Quelhas, valorizando precisamente um dos aspetos mais interessantes que o tema convoca: a convivência entre elementos da comunidade científica, as estruturas do poder político, civil e militar, e a manipulação que o poder político encena para manter a população ignorante e passiva, fornecendo *fake news* ou subtraindo informação através dos media. Dan Schindel também se referiu à oportunidade do *subplot* sobre *fake news* a propósito de *Contágio*, muito antes de ser ter começado a falar disso (Schindel, 2020). Agora, sob os efeitos recentes da pandemia mundial de Covid19, para além de elencar alguns dos títulos mais fortes na matéria, João Antunes, no *Jornal de Notícias* (Antunes, 2020) alertou para várias questões que, do nosso ponto de vista, interessa abordar com jovens: a capacidade de a arte/ a ficção antecipar a realidade com algum rigor, um dos elementos mais perturbadores do poder da ficção. Dan Schindel já sublinhara este aspeto da eficácia dos detalhes, a propósito de *Contágio*, ao dizer: «It's the specific details, though, like a scene that'll make you conscious of how often you touch your face (...) that truly resonate» (Schindel, 2020). Parafraseamos

João Lopes, quando, a propósito deste tipo de filmes, ele valoriza a intensidade com que a ficção consegue reter facetas constituintes do nosso mundo hipertecnológico (a desinformação, por exemplo), e consegue evidenciar a dimensão da vulnerabilidade humana, não obstante estas obras aparentarem ser uma «variação realista sobre um modelo típico das aventuras de super-heróis» (Lopes, 2020). Se, no caso de *WWZ-Guerra Mundial*, o apocalipse biológico se apresenta como pretexto para um drama familiar típico cujo tema de fundo é a «consistência e os valores da comunidade humana» (Lopes, 2013) numa época de uma globalização em que cada vez acreditamos menos, em *Contágio* há uma dramática perspectiva *voyeurística* que atravessa todo o filme, que confronta a privacidade familiar e a solidão, e que se concretiza através de estratégias cinematográficas: menos iluminação, enquadramentos com portas, janelas, objetos, som baixo, o uso de *shallow focus* (que nos concentra nos personagens principais, isolando-os, mesmo quando está uma multidão presente) e de *follow shots* (valorizando a experiência das personagens e não os elementos catastróficos). Em narrativas audiovisuais desta natureza, precisamente pelas ligações que é preciso estabelecer com a ciência e/ou com premissas científicas (Antunes, 2020), é extremamente importante sublinhar a especificidade do argumento fílmico, o valor e a natureza da escrita ficcional cinematográfica aliada às restantes características técnicas de escolha de imagens, sons e narrativa fílmica, que é preciso distinguir da estrita verdade científica. É necessário confrontar os jovens (e o público de cinema no geral) com a noção de que há um momento em que a «scientific accuracy is sacri-

ficed, and cinematic laws prevail» ( Pappas, Seitaridis, Akritidis, & Tsianos, 2003), porque, a partir de um certo ponto, mesmo que a narrativa audiovisual não corresponda a padrões de exatidão médica e científica, ela tem ritmos internos que é preciso respeitar, e, em sociedades democráticas, é ético não controlar os conteúdos de um filme. Em síntese, e sem recorrer aos clichés tradicionalmente utilizados no filme *Catástrofe*, a análise do caso do filme de Steven Soderbergh em articulação com a mediação do jornalismo de cinema, constitui-se como um exemplo de excelentes potencialidades pedagógicas. O que importa é aprender a lidar com as imagens. Mais: «delas devemos manter uma distância de segurança», como nos diz Daniel Ribas. (Ribas, 2020: 61).

Não obstante os inúmeros exemplos que poderíamos continuar a fornecer sobre a eficácia do jornalismo de cinema ou do recurso a mecanismos mediáticos específicos sobre a matéria, para sugerir interessantes pistas de trabalho aos alunos, infelizmente este não é um dado adquirido. O conhecimento dos processos de construção de sentido no universo das artes que concorrem para o cinema, e, de uma forma geral, os mecanismos de produção de sentido no audiovisual não são reconhecidos como tão fulcrais para a formação integral dos jovens, como o é a aprendizagem de outras disciplinas que integram o currículo. Provavelmente já o percebemos, mas ainda não fomos capazes de mudar significativamente as coisas a esse nível nos sistemas educativos, articulando mais o núcleo dos currículos disciplinares com a cultura dos *mass media* e integrando nesse núcleo

disciplinar a aprendizagem de um qualquer tipo de iniciação à criação/produção de indústrias culturais e ao universo da montagem/edição audiovisual, desde a mais tenra idade. Ainda não concretizámos mudanças suficientes que mostrem que valorizamos o estudo da imagem (das artes plásticas ou da imagem em movimento) a ponto de a equiparar ao texto escrito (ainda todo-poderoso) (Duarte, 2002: 17) e de a colocar no núcleo de um currículo contemporâneo para todas as idades. Assim, não conseguimos avaliar coletivamente o carácter potencialmente pedagógico da ficção audiovisual (cinema, TV, *videogame*...), não somos capazes de reconhecer coletivamente a imagem fílmica como dimensão essencial da cultura contemporânea (a par das artes plásticas, da música e da literatura, mas essas estão sedimentadas nos currículos disciplinares), nem capazes de lhe reconhecer o estatuto de dispositivo pensante, quanto mais perdirmos ao sistema para tornar análise e a experiência fílmica e audiovisual uma coisa séria.

Se isto é crucial no que respeita ao conhecimento de processos de produção, também o é no que respeita a uma coisa tão simples quanto a fruição cultural. A fruição cultural é uma prática essencial para as crianças e os jovens, e ver/ouvir em casa um filme, uma peça de teatro ou um concerto, e fazê-lo repetidas vezes, está longe de ser um ato passivo e não é apenas uma questão de entretenimento. Sou muitas vezes confrontada com a mesma pergunta desinteressante quando defendo isto: mas é só isso? é só ver cinema? é só ouvir ópera? é só ver teatro? Frequentemente, a única coisa que parece ser importante para

uma grande parte dos interlocutores é fazer cinema, fazer música, fazer teatro, não se identificando como elemento educativo fundamental e basilar da promoção dos níveis de consumo cultural uma coisa tão evidente como o ato continuado de fruição cultural e artística.

Enquanto professora, lembro-me perfeitamente de, em 2014, ter alunos finalistas de 12.º ano (área de Humanidades), a quem mostrava frequentemente excertos de filmes, de *videoclips*, de programas televisivos, de animações, que me perguntaram um dia: mas é possível seguir esta área, estudar estas coisas? Tinha feito 12 anos de escolaridade obrigatória e não tinham sido minimamente expostos a esta área do conhecimento enquanto tal, porque, globalmente, o sistema mantém imutáveis todo o tipo de elitismos culturais, não ultrapassou o mito de que a arte é para quem tem talento, não encarou de frente que a arte é uma linguagem acessível para todos, com os seus processos próprios de produzir e pensar, tanto numa lógica de formação de artistas, como de educação de públicos. Em suma, a arte é uma linguagem que todos devemos aprender, embora nem todos a venham a seguir profissionalmente.

A realidade é que, na larga maioria dos casos (e há exceções válidas, é claro), a escola apenas pede ao cinema e audiovisual uma «pedagogização» (Almeida, 2017), integrando-os nos currículos escolares, classificando-os, dividindo-os, reduzindo-os, transformando-os e/ou usando-os em produtos ao serviço de propósitos didático-pedagógicos (Almeida, 2017). Ora, o conhe-

cimento e a experiência dos processos construtivos da narrativa fílmica e audiovisual promovem o apuramento de competências de leitura, visuais e sonoras e, porque eles são, antes de mais, artefactos de cultura e criação, não podem ser utilizados apenas como recursos didáticos e ilustrativos, mesmo que nessa vertente existam experiências sobejamente válidas que não questionamos. Em 2012, Martin Scorsese confessou numa entrevista como ocorreu o seu encontro com o cinema, ainda muito novo, revelando que descobrira ao vê-lo que,

"there was another kind of intelligence that was trying to tell a story through, where the director, the writer and the cinematographer, where they were focusing your eyes (...) I think you really need to know how ideas and emotions are expressed through a visual form. Now that form could be video, or film (...) it still has the same rules (...) the same vocabulary (...) the same grammar (...) panning left or right, tracking in or out, booming up and down, intercutting a certain way, use of a close-up, as opposed to a medium shot (...) and I think we have to begin to teach our younger people how to use this very powerful tool" (Scorsese: 2012).

Vivendo nós numa era de cultura visual, ou seja, uma cultura que institui a subjetividade visual e sonora em permanência no nosso quotidiano (fenómeno reforçado pelo aumento do consumo de transmissões televisivas e/ou em plataformas, face à recente conjuntura pandémica), entendemos que o texto-fílmico, as narrativas audiovisuais e os mecanismos mediáticos de intercessão para o seu entendimento devem ser apropriados

como representações de saberes passíveis de criação, reflexão e partilha pelos estudantes. Por outras palavras, o audiovisual deve ser introduzido e ensinado nas escolas desde a mais tenra idade. Temos a convicção de que é urgente pensar no alargamento da oferta da cultura do cinema e, do ensino de cinema e audiovisual aos diversos níveis de ensino, disseminá-los numa perspetiva nacional, e esse passo só pode ser desenvolvido se se estabelecerem canais de comunicação fortes entre o setor do cinema, a investigação académica, a comunicação social do cinema e os diversos setores da educação implicados no desenho de currículo (estamos a falar de políticas públicas), viabilizando o desenvolvimento desta área específica, de forma que possa chegar aos vários níveis da escolaridade.

Finalizamos, retomando as palavras de José Carlos da Costa Ramos (Simões, 2017: anexos), que citamos:

"Tem a ver com a integração consistente da imagem e das questões da imagem nos currículos escolares. Eu creio que nós hoje temos uma necessidade absoluta, desde o ensino primário, de criar literacia visual e sobretudo consciência crítica relativamente à imagem. (...) em termos de política geral é isto, é uma política de literacia visual. (...) as pessoas na área da cultura tinham a obrigação de começar uma conversa com a Educação para perceber como é que isto se faz. Acho que é uma responsabilidade nacional."

Subscrevemos o desafio, posicionamo-nos enquanto observadores interessados, e precisamos de interlocutores nesta matéria.

## Bibliografia

Almeida, R. de (2017). “Cinema e Educação: fundamentos e perspectivas”, *SciELO*, Educ. rev. vol. 33, Belo Horizonte, disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-46982017000100107&lng=pt&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-46982017000100107&lng=pt&tlng=pt).

Antunes, J. (2020). “Vírus e pandemias: os filmes antes da realidade”, *Jornal de Notícias*, 20 de março, disponível em: <https://www.jn.pt/artes/virus-e-pandemias-os-filmes-antes-da-realidade-11959222.html>.

Brody, R. (2020). “Lessons for the Movie Industry from the 1918 Influenza Pandemic”, *The New Yorker*, 17 de março, available in: <https://www.newyorker.com/culture/the-front-row/lessons-for-the-movie-industry-from-the-1918-influenza-pandemic>.

Câmara, V. (2008). “Ensaio sobre a Cegueira”, *Público*, 13 de novembro, disponível em: <https://www.publico.pt/2008/11/13/culturaipilon/critica/ensaio-sobre-a-cegueira-1654544>.

Carlos, E. (2017). “Sobre o uso pedagógico da imagem fílmica na escola”, *ETD-Educação Temática Digital*. Campinas, SP, v.19 n.2.

Dixon, W. W. (2020). *The 21st century plague: Cinema in the age of COVID-19. Senses of Cinema*, abril, available in: <http://sensesofcinema.com/2020/feature-articles/the-21st-century-plague-cinema-in-the-age-of-covid-19/>.

Chinita, F. (2016). *Meta-cinematic Cultism: Between High and Low Culture*, disponível em <https://pdfs.semanticscholar.org/a37d/6d654156c8a866f3e728a6ff8b494125d1af.pdf?ga=2.178467300.1991101775.1589130785-1036741966.1589130785>

Duarte, R. (2002). *Cinema & Educação*. Belo Horizonte: Autêntica.

Flor, A. (2019). “Aprender com os jornais funciona melhor com as mãos na massa”, *Público*, 6 novembro, disponível em: <https://www.publico.pt/2019/11/06/sociedade/noticia/aprender-media-funciona-melhor-maos-massa-1892664>.

Geraci, R. M. & Recine, N. (2014). “Enlightening the Galaxy: How Players Experience Political Philosophy in Star Wars: The Old Republic”. *Games and Culture*, Vol. 9(4), pp. 255-276, available in: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1555412014538810>.

Gilbey, R. (2020). “When old films go viral: how coronavirus gave Contagion an unexpected afterlife”, *The Guardian*, 30 janeiro, available in: <https://www.theguardian.com/film/2020/jan/30/what-can-we-learn-about-coronavirus-from-watching-contagion>

Lynteris, C. (2019). *Human Extinction and the Pandemic Imaginary*. New York: Routledge.

Lopes, J. (2020). Epidemias no grande ecrã: o cinema da nossa vulnerabilidade”, *Diário de Notícias (DN)*, 12 fevereiro, disponível em: <https://www.dn.pt/1864/epidemias-no-grande-ecra-o-cinema-da-nossa-vulnerabilidade-11785500.html>

Lopes, J. (2013). *Os zombies também são globais*. 19 junho 2013, disponível em: <https://www.rtp.pt/cinemax/?t=Os-zombies-tambem-sao-globais.rtp&article=9150&visual=2&layout=35&tm=52>

Lourenço, J. (2016). *Um Olhar sobre o jornalismo de cinema na televisão portuguesa – O caso do Cinebox da TVI24*. Lisboa: ESCS.

Maltez, J. C. (2019). “O admirável mundo novo das distopias: da literatura ao ecrã”. *Take*, 51, pp. 90 – 97, disponível em: <https://issuu.com/take/docs/take51>

Melo, I. A. (2010). *Jornalismo Cultural: Pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura*, disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>

Moreira, J. A. & Rodrigues, E. (2019). “Potencialidades do Cinema de Ficção Científica em Contexto de Reclusão e o seu Impacto na Construção de Comunidades de Aprendizagem”. *Icono* 14, 17 (2), pp. 130-153, disponível em: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5525/552559704009/movil/index.html>

Mourinha, J. (2008). “Terra de cegos”, *Público*, 13 de novembro:, disponível em: <https://www.publico.pt/2008/11/13/culturaipsilon/critica/terra-de-cegos-1654542>

Nogueira, V. (2002). *Cinema. Narratologia. Jornalismo – Um travelling pela cultura cinematográfica*. Dissertação de Mestrado, Coimbra. FLUC, disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/9748/1/Nogueira%2c%20Ant%c3%b3nio%20Couceiro%20da%20Cruz.pdf>

Pappas, G., Seitaridis, S., Akritidis, N. & Tsianos, E. (2003). “Infectious Diseases in Cinema: Virus Hunters and Killer Microbes”. *Clinical Infectious Diseases*. 37, pp. 939–42, available in: <https://academic.oup.com/cid/article/37/7/939/422604>

Piassi, L. P. & Pietrocola, M. (2009). “Ficção científica e ensino de ciências: para além do método de ‘encontrar erros em filmes’”, *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v.35, n.3, pp. 525-540, set./dez., disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ep/v35n3/08.pdf>

Quelhas, S. (2019). “Chernobyl – HBO Portugal”. *Metropolis*, n.º 69, julho, pp. 178-185.

Ribas, D. (2020). "O fim do mundo". *Público, Ípsilon*, 22 de maio.

Robert, S. M. (2018). *O Jornalismo Cultural do PÚBLICO na Era Digital*. Lisboa: FCSH, 2018.

Rodrigues, E. (2010). *Alteridade, Tecnologia e Utopia no Cinema de Ficção Científica norte-americano: a Tetralogia Alien*. Coimbra, Universidade de Coimbra.

Schindel, D. (2020). “Viral” Movies About Outbreaks and Pandemics to Watch While You Social Distance”. *Hyperallergic*, março, available in: <https://hyperallergic.com/547900/viral-and-disease-films-streaming/>

Simões, C. (2017). *O Cinema Português: entre a arte e a indústria 45 anos de políticas públicas (1971-2016)*. Lisboa: ISCTE, anexos.

## Webgrafia

*Iniciativa 7 Dias com os Média 2020*, 6 de maio, disponível em: <https://www.incode2030.gov.pt/destaque/7-dias-com-os-media>

Rui Rocha, *Da notícia à ficção, o poder da manipulação - algumas dicas*. Edutopia, 2012, disponível em: <https://www.facebook.com/102394658003236/videos/741328609992565/>

*Martin Scorsese on the Importance of Visual Literac*, Studiobinder, 2020, available in: <https://www.youtube.com/watch?v=I90ZluYvHic>

*Contagion, What Soderbergh's Pandemic Got Right About the Coronavirus*, available in: <https://www.youtube.com/watch?v=YuZ8Xs64BEo>

## O Jornalismo de Cinema em Portugal: da cobertura *online* à estreia dos filmes de 2019<sup>1</sup>

*Film journalism in Portugal: online coverage of the 2019 film premiere*

Jaime Lourenço - Universidade Autónoma de Lisboa  
NIP-C@M  
Iscte / CIES – Instituto Universitário de Lisboa  
[jlourenco@autonoma.pt](mailto:jlourenco@autonoma.pt)  
<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.5>

Recebido / Received 29.05.2020	Aceite / Accepted 02.06.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Lourenço, J. (2021). “O Jornalismo de cinema em Portugal: da cobertura *online* à estreia dos filmes de 2019”. In Lourenço, J. & Lopes, P., *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M & UAL. (pp. 93-110), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4753> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.5>

<sup>1</sup> Este capítulo está enquadrado na investigação de doutoramento “Jornalismo de Cinema em Portugal”, financiada e apoiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), com a referência SFRH/BD/143752/2019.



## Resumo

No âmbito da nossa investigação de doutoramento, financiada pela FCT, procuramos conhecer as características da cobertura jornalística à estreia dos filmes de 2019 pela imprensa *online* portuguesa.

O Jornalismo de Cinema constitui um objecto de estudo ainda muito pouco explorado pelas ciências sociais e da comunicação. Encarado como um subgénero do Jornalismo Cultural, o Jornalismo de Cinema assume-se como um campo de sentido informativo, crítico e pedagógico.

O presente artigo procura, a partir da análise de conteúdo às páginas *online* dos principais órgãos de comunicação social portugueses (*Público*, *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias*, *Diário de Notícias*, *Expresso* e *Observador*), do programa de rádio *Cinemax*, da *Antena 3* e do programa de televisão *Cinebox*, da TVI24, identificar as características da cobertura mediática aos filmes que estrearam no ano de 2019.

Desta forma, propomos analisar a cobertura jornalística destes filmes no momento da sua estreia, destacando o enfoque, os géneros jornalísticos dominantes, os protagonistas destacados, o âmbito em que o filme é mencionado e as opções multimédia utilizadas nas páginas *online* destes órgãos de comunicação social.

## Abstract

As part of our PhD research, funded by FCT, we seek to know the characteristics of the 2019 film premiere's journalistic coverage by the Portuguese online press.

Film Journalism is an object of study explored very little by the social sciences and communication. Seen as a subgenre of Cultural Journalism, Film Journalism is assumed as a field of informative, critical and pedagogical sense.

This chapter seeks, from the analysis of content to the online pages of the main Portuguese media agencies (*Público*, *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias*, *Diário de Notícias*, *Expresso e Observador*), the radio program *Cinemax*, *Antena 3* and the television program *Cinebox*, *TVI24*, to identify the characteristics of the media coverage of films that debuted in 2019.

In this way, we propose to analyze the journalistic coverage of these films at the time of their debut, highlighting the focus, the dominant journalistic genres, the highlighted protagonists, the scope in which the film is mentioned and the multimedia options used in the online pages of these media.

## **Jornalismo de Cinema: breve contexto**

A propósito do ciclo “Jornalismo & Cinema”, inserido nas comemorações do 20º aniversário do semanário *Expresso*, em 1993, o seu fundador, Francisco Pinto Balsemão referia que “os homens dos jornais sempre manifestaram, por seu lado, um interesse quase anormal pelo cinema” (Balsemão, 1993: 9).

O jornalismo de cinema, enquanto especialização, possui as mesmas características distintivas do jornalismo cultural, mas aplicadas ao contexto cinematográfico. Algumas dessas características são a democratização do conhecimento, ao dar a conhecer e tornar acessível determinadas obras, bens e pensamentos. O carácter reflexivo que está impresso no género de excelência do jornalismo de cinema (e do cultural), a crítica e a dimensão performativa em que o jornalismo contribui para que o leitor/ouvinte/espectador desencadeie uma ação (por exemplo, ir ver um filme ou comprar um DVD).

Balsemão defendia, já em 1993, que o cinema era parte integrante do jornalismo, pois existiam “cada vez mais publicações escritas, a televisão, a própria rádio ocupam-se do cinema, precisam do cinema, noticiam o cinema, usam o cinema” (Balsemão, 1993: 9).

Sendo o papel do jornalismo “fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (Kovach & Rosenstiel, 2005: 16), no que diz respeito à especia-

lização em jornalismo de cinema essa função não é deixada de lado. Para Mário Mesquita, referência incontornável dos estudos de jornalismo em Portugal, “a informação especializada deve ser ‘divulgação contextualizada’, sem se confundir com uma ‘vulgarização’ que signifique ausência de rigor e caricatura do saber, a reboque das estratégias e dos interesses do ‘marketing cultural’” (Mesquita, 2001).

É neste sentido que Balsemão referia que,

“há que acompanhar a vida dos realizadores e dos actores. Há que noticiar os filmes em preparação. Há que dar relevo aos lançamentos comerciais das grandes produções, normalmente americanas, mesmo que não sejam grandes filmes” (Balsemão, 1993: 10).

Portanto, os filmes, nomeadamente as grandes produções (como os *blockbusters*<sup>1</sup>), enquanto fenómeno cultural representam notícias culturais, seja devido a fatores económicos, à presença de grandes celebridades, à inovação tecnológica que é aplicada nos filmes, ou até as campanhas de marketing que são implementadas em torno deste (Kristensen & From, 2013: 53).

Deste modo, o Jornalismo de Cinema, enquanto um subgénero do Jornalismo Cultural, versa sobre o Cinema enquanto manifestação artística e indústria cultural com objetivos informativos, que promove a reflexão sobre a produção e cultura cinematográfica (independentemente da sua origem e destino), o discurso da cinefilia e o consumo de filmes.

---

<sup>1</sup> São filmes populares entre o público, com um elevado custo de produção e, por conseguinte, um elevado sucesso financeiro a nível de bilheteira.

Numa análise feita ao programa *Cinebox*, da TVI24 observou-se que as rotinas associadas ao jornalismo de cinema (praticado neste programa de televisão) são estruturadas em função do calendário definido pelos estúdios e distribuidoras, sendo a estreia de um filme um momento determinante dessa atividade jornalística (Lourenço, 2016: 123). É, neste sentido, que “os media raramente são a força condutora por trás das notícias, muitos dos conteúdos pertencem à agenda e disseminação de actividades planeadas” (Santos Silva, 2015: 65), neste caso da indústria cinematográfica.

Atualmente, não existe, em Portugal, nenhuma publicação dedicada exclusivamente ao cinema, colocando a informação sobre o cinema apenas nas páginas (impresas e *online*) da imprensa generalista, onde o cinema se constitui como uma das manifestações artísticas e culturais com maior presença (Baptista, 2014). Já na televisão e rádio, existem programas informativos que se debruçam exclusivamente sobre o universo cinematográfico: *Cartaz Cinema* (SIC Notícias), *Janela Indiscreta* (RTP), *Cinebox* (TVI24), *Cinetendinha* (SICRadical e TVCine), *A Grande Ilusão* (Antena2) e *Cinemax* (Antena1 e Antena3).

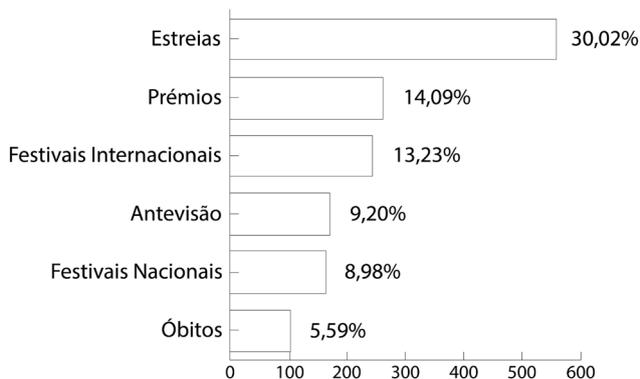
## **Âmbito, *corpus* e metodologia da análise**

O presente artigo propõe analisar a cobertura jornalística que foi feita à estreia dos filmes que marcaram presença em Portugal ao longo do ano de 2019. O *corpus* desta investigação é composto pelas versões *online* dos principais jornais portugueses (*Pú-*

blico, *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias*, *Diário de Notícias*, *Expresso* e *Observador*) e dos programas de rádio (*Cinemax*, da Antena3) e de televisão (*Cinebox*, da TVI24) especializados em cinema.

Analisaram-se os contextos em que a estreia destes filmes surgiu nas páginas *online* destes jornais e programas, o destaque que mereceram por parte destes, os géneros jornalísticos utilizados, os protagonistas destacados e as fontes que foram ouvidas. Este estudo é parte integrante de uma investigação mais alargada que percorre toda a cobertura jornalística no que diz respeito ao cinema ao longo do ano de 2019.

## Jornalismo e indústria cinematográfica: uma relação calendarizada



**Gráfico 1:** seis principais temas na cobertura jornalística *online* sobre cinema.

A análise realizada permitiu perceber que, ao longo do ano de 2019, a cobertura jornalística *online* à área do cinema ocorreu, sobretudo, no momento da estreia dos filmes (Gráfico 1), seguida dos momentos de entrega de prémios, dos festivais internacionais, das antevésões, dos festivais nacionais, dos óbitos de figuras com ligação à atividade cinematográfica, entre outros.

Do ponto de vista da produção cinematográfica, a estreia é um momento em que um filme deixa de pertencer à equipa de produção e passa a estar acessível ao público nas várias salas de cinema do país (ou nas plataformas de streaming como a Netflix ou a HBO). É um momento que, no caso de grandes produções como *blockbusters*, visa um grande investimento a nível de divulgação e marketing.

Em Portugal, estrearam, em 2019, mais de 400 produções cinematográficas<sup>2</sup>, além dos filmes exibidos nas plataformas de streaming.

O calendário de estreias é definido pela indústria cinematográfica, mais concretamente entre as distribuidoras e as exibidoras de cinema. Esta agenda do universo cinematográfico a que, além das estreias, se juntam os festivais, as cerimónias de prémios, etc., é constante ao longo dos anos com uma estrutura que se repete de ano a ano. Estas circunstâncias levam a que os jornalistas que se dedicam ao cinema estejam confinados a uma agenda que é fortemente condicionada, na sua quase totalidade, pela indústria cinematográfica.

<sup>2</sup> De acordo com os dados de exibição e estreias do Instituto do Cinema e do Audiovisual.

Ora, do ponto de vista jornalístico, a estreia constitui-se como o principal momento de noticiabilidade, uma vez que é a partir dessa altura que o público tem acesso à obra e porque lhe confere um carácter de atualidade enquanto valor-notícia.

Contudo, uma das críticas mais frequentes ao jornalismo cultural (e consequentemente ao jornalismo de cinema) é a cobertura, praticamente exclusiva, das agendas de eventos das distribuidoras e a ausência de conteúdos fora do cartaz (Santos Silva, 2012: 96). Por sua vez, José Faro (2014) observa que esta realidade tem consequências como o empobrecimento da agenda cultural, uma abordagem superficial dos factos, a perda de substância nas reportagens e o sucesso dos departamentos de marketing (Faro, 2014). Já Daniel Piza (2003) critica o facto de a produção jornalística dedicada à cultura estar fortemente focada nos momentos de antecedência e lançamento dos produtos culturais enquanto que mais tarde, depois de os produtos já se terem estabelecido e terem tido uma “carreira”, pequena que seja, deixa de haver espaço e tempo para refletir sobre o significado destes para o público (Piza, 2003: 51).

## **Os filmes em estreia, uma presença constante**

As investigadoras dinamarquesas Nete Kristensen e Unni From (2013) referem que a imprensa dedicada ao cinema cada vez mais recorre às estreias de *blockbusters* como uma oportunidade para abordar estes filmes de forma analítica e reflexiva nas várias peças jornalísticas, contribuindo para a discussão sobre o filme enquanto um fenómeno cultural, tendo em conta propó-

sitos comerciais e publicitários (Kristensen & From, 2013: 61). Os *blockbusters*, ou os filmes de grande escala, têm sido e continuam a ser um objeto relevante do jornalismo de cinema.

Verificou-se que, durante o período de estreia, os filmes com o maior número de peças jornalísticas nas páginas *online* dos jornais e programas analisados são algumas das grandes produções cinematográficas que marcaram o ano de 2019<sup>3</sup> (Tabela1). É o caso de *Joker* e *O Rei Leão* (os dois filmes mais vistos em 2019 no país<sup>4</sup>), bem como *Star Wars, Era Uma Vez em Hollywood* ou a produção da Netflix, *O Irlandês*.

Por sua vez, também houve uma preocupação por parte dos jornalistas que tratam as matérias de cinema em produzir várias peças jornalísticas sobre filmes portugueses aquando da estreia destes. Os mais mencionados foram: *Variações, A Herdade, Diamantino, Linhas Tortas e Technoboss*.

Filme	Percentagem de peças aquando a estreia
Joker	0,9%
Variações	0,8%
O Irlandês	0,7%
Star Wars: Episódio IX - A Ascensão de Skywalker	0,6%
O Rei Leão	0,6%
A Herdade	0,5%
Diamantino	0,5%

3 De acordo com Francisco Ferreira no artigo “Onde vamos ver os filmes?”, publicado na revista E do semanário *Expresso* (Ferreira, 2019).

4 Segundo dados de bilheteira de 2019 disponibilizados pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual.

O Cavaleiro com Arma	0,5%
Linhas Tortas	0,4%
Technoboss	0,4%
Toy Story 4	0,4%
Downtown Abbey	0,4%
Era Uma Vez em Hollywood	0,4%
Rocketman	0,4%

---

**Tabela 1** Filmes com maior cobertura jornalística online à sua estreia em 2019.

A este respeito, na investigação dedicada ao *Cinebox* da TVI24, constatou-se que tanto a proximidade enquanto critério de noticiabilidade como a facilidade em contactar diretamente com os agentes portugueses (as produtoras nacionais, atores e realizadores) são contributos determinantes para a realização de vários conteúdos informativos sobre o cinema nacional (Lourenço, 2016: 121; Lourenço & Subtil, 2017: 245).

Curiosamente, o filme que estreou este ano e se tornou no mais visto de sempre em todo o mundo – *Os Vingadores: Endgame*<sup>5</sup> – teve uma estreia pouco presente nas páginas *online* dos jornais portugueses.

Ainda neste quadro, algumas peças jornalísticas sobre as estreias dos filmes *Joker* ou *O Irlandês* (maioritariamente publicadas nos jornais *Público* e *Observador*) foram das mais partilhadas nas redes sociais pelos leitores. A título de exemplo, um artigo sobre o filme *Joker*, publicado no P3, do *Público*, teve mais de 15.000 partilhas. Quanto às estreias de filmes portugueses,

---

<sup>5</sup> Em Portugal, foi o terceiro filme mais visto de 2019, segundo dados de bilheteira de 2019 disponibilizados pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual.

foram peças sobre a estreia dos filmes Vitalina Varela, *Snu* e o documentário *Tony*, as mais partilhadas.

No que diz respeito aos protagonistas das peças jornalísticas são os realizadores que ganham maior destaque, seguidos dos atores. Isto deve-se ao facto de se encarar a figura do realizador como o autor e responsável pela obra cinematográfica, estando, por isso, em grande maioria associado a qualquer filme que é tratado pelos *media*.

## **Estreias sem recurso a fontes**

Do corpus de análise, os três jornais com o maior número de peças dedicadas ao cinema publicadas na sua versão *online*, ao longo do ano de 2019, foram o *Público* (30,8%), o *Observador* (22,5%) e o *Jornal de Notícias* (12,5%).

Em grande parte das peças aquando das estreias de filmes não houve recurso a fontes para a redação das peças jornalísticas. Por sua vez, quando existiram fontes, foram os artistas (realizadores, atores, etc.) o principal recurso a que os jornalistas recorreram. Ora, as fontes de informação jornalística constituem-se como ponto fulcral para a compreensão dos conteúdos jornalísticos (Lopes, 2016) e o facto de estas não estarem presentes na produção jornalística nos momentos com maior frequência na área do cinema (estreias) entende-se como um empobrecimento do discurso jornalístico, com o risco de se perder o sentido de ouvir e cruzar informações provenientes de várias fontes, algo essencial para a atividade jornalística.

Quanto às peças jornalísticas com origem em agências noticiosas, verificou-se que, durante o período de estreias, muito raramente se recorre a conteúdos produzidos por agências. Contudo, se alargarmos o espectro de análise para toda a cobertura *online* à área do cinema (e não apenas ao momento das estreias), verificamos que 18,7% tiveram a assinatura da *Agência Lusa* e 18,2% das peças publicadas não foram assinadas.

## **A crítica como principal género jornalístico**

Além da componente informativa (inerente ao jornalismo), o jornalismo de cinema tem um papel fundamental na formação do público, nomeadamente através de um género jornalístico específico: a crítica. Esta deve “ensinar a ver, informar sobre o que se vê, contextualizar, ensinar, e pôr as questões pertinentes a propósito de um filme, fazer saber interrogá-lo” (Cunha, 2004: 88).

A crítica foi o género jornalístico mais frequente na cobertura online das estreias em 2019, seguida da notícia. No caso da crítica, o jornal que mais contribuiu nesse sentido foi o *Público*. Contudo, embora no quadro teórico a crítica seja encarada como “a operação de um juízo de valor sobre a obra, uma argumentação fundamentada e justificada sobre o valor estético ou outro” (Cunha, 2004: 87) e considerada como um dos géneros de maior exigência intelectual do jornalismo, aquilo que se verificou nas críticas de cinema publicadas nas páginas *online* dos jornais portugueses foi que, maioritariamente, utilizaram um estilo discursivo descritivo, em que praticamente se relata a narrativa do fil-

me e são esquecidas as orientações pelas quais a crítica se rege enquanto género jornalístico e que Tito Cardoso e Cunha (2004) enuncia.

Esta tendência vai ao encontro daquilo que Dora Santos Silva (2014) refere quando diz que,

“a crítica acaba por perder, infelizmente, o seu espaço, sendo substituída por géneros híbridos, como a review ou o roteiro, onde os elementos de apreciação da obra, quando existem, são legitimados por juízos de valor do quotidiano” (Santos Silva, 2014: 47).

Também nas páginas *online* dos jornais analisados se verificou que grande parte das peças são duplicadas das versões impressas desses órgãos de comunicação social. Isto, por um lado, reflete, de certa forma, uma despreocupação pela versão *online* do jornal, encarando a versão impressa como o espaço primordial de publicação sem um investimento em conteúdos adaptados para os diferentes meios. Por outro lado, pode-se encarar este facto como uma falta de recursos humanos para trabalhar em ambas as versões.

## **A multimédia inexistente**

Na apresentação online das peças jornalísticas, aquilo que se verificou foi que estas são, regra-geral, acompanhadas por fotografias dos filmes, fotografias dos atores e realizadores, por vezes em galeria, ou os respetivos trailers. Contudo, há publicações como o *Jornal de Notícias* ou o *Público* que apostam em

conteúdos em formato de vídeo. No primeiro caso, são frequentemente disponibilizados vídeos onde um jornalista apresenta as estreias da semana e vídeos com entrevistas exclusivas a atores e realizadores. No caso do jornal *Público*, a prática comum é, todas as semanas, ser publicado um vídeo em formato de compilação dos trailers das estreias da semana.

Por sua vez, no *website* do *Cinebox*, da TVI24, os conteúdos que são disponibilizados não são elaborados pela equipa do programa de televisão, mas por jornalistas da editoria digital da TVI. O que se verificou como a grande aposta desta página *online* foi a multiplicação de excertos do programa de televisão. Isto mostra, tal como referido anteriormente, que as páginas *online* funcionam como um espaço de duplicação dos conteúdos informativos dos jornais ou dos programas de televisão.

No entanto, no ambiente digital que vivemos, em que o jornalismo dispõe de um vasto leque de possibilidades de *storytelling* onde se incluem as narrativas imersivas e interativas, não deixa de ser curioso que estas opções sejam praticamente inexistentes. Se, por um lado, assistimos a uma grande aposta na aplicação destas opções em jornais internacionais, como o *The New York Times*, por outro, nas versões *online* dos jornais portugueses, as opções de *storytelling* como a hipertextualidade, a interatividade ou a multimédia são raramente observadas.

## Conclusões

Apesar de este estudo pertencer a uma investigação mais alargada, pudemos apontar as principais tendências do jornalismo de cinema *online* no caso concreto das estreias dos filmes. Percebemos que as estreias se constituem como o principal momento de cobertura noticiosa no que ao cinema diz respeito e que a determinação da agenda de estreias é proveniente da indústria à qual as rotinas jornalísticas se adaptam. Neste sentido, os jornais continuam a servir não só enquanto uma janela do marketing, mas também como uma plataforma de legitimação pública, confirmação e reprodução dos filmes enquanto filmes, ou seja, tendo relevância noticiosa, bem como um importante fenómeno cultural (Kristensen & From, 2015a: 488).

Verificámos também que raramente se recorre a fontes de informação, que a crítica é o principal género jornalístico utilizado no momento das estreias e que as narrativas digitais interativas são uma paisagem ainda distante. Entendemos, portanto, que, neste âmbito do jornalismo de cinema, ainda há um caminho a trilhar no sentido de existir uma crítica que “ensine a ver”, com um estilo discursivo maioritariamente interpretativo e que as peças jornalísticas recorram a fontes essenciais para a informação que transmitem. Além disso, um maior investimento em recursos e trabalho criativo na elaboração das peças jornalísticas sobre cinema para o meio *online*, onde desejavelmente deixasse, de forma gradual, de existir uma duplicação de peças provenientes da versão impressa do jornal, mas sim conteúdos pensados, estruturados e criados para o meio online, com todas as possibilidades de storytelling que daí advêm.

## Bibliografia

- Balsemão, F. P. (1993). *O Jornalismo sobre Cinema. Em Expresso, Jornalismo e Cinema*. Lisboa: Expresso - Cinemateca Portuguesa, pp. 9-10.
- Baptista, C. (2014). Dez Anos de Jornalismo Cultural em Portugal (2000-2010) Traços e Tendências. In C. Baptista (Ed.), *Cultura na Primeira Página: O Lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo - Caderno de Reflexões* (1ª ed.). Lisboa: Mariposa Azul, pp. 9-20.
- Cunha, T. C. (2004). *Argumentação e Crítica* (1ª ed.). Coimbra: Minerva.
- Faro, J. S. (2014). Jornalismo Cultural: informação e crítica, mais que entretenimento. In J. S. Faro, *Apontamentos sobre Jornalismo e Cultura* (1ª ed.) São Paulo: Buqui, pp. 32-51.
- Ferreira, F. (21 de Dezembro de 2019). Onde vamos ver os filmes? *Expresso - Revista E*, pp. 66-67.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2005). *Os Elementos do Jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público exigir*. Porto: Porto Editora.
- Kristensen, N. N., & From, U. (2013). Blockbusters as Vehicles for Cultural Debate in Cultural Journalism. *Akademisk Kvarter*, 7, pp. 51-65.
- Kristensen, N. N., & From, U. (2015a). Publicity, News Content, and Cultural Debate: The Changing Coverage of Blockbuster Movies in Cultural Journalism. *Communication, Culture & Critique*, 8, pp. 485-501.
- Lopes, F. (2016). Uma proposta de um modelo taxonómico para a classificação de fontes de informação. *Observatorio (OBS\*)*, 10(4), pp. 180-191.
- Lourenço, J. (2016). *Um Olhar sobre o Jornalismo de Cinema na Televisão Portuguesa: o Caso do Cinebox da TVI24*. Tese de Mestrado. Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social.
- Lourenço, J., & Subtil, F. (2017). Tendências e Desafios do Jornalismo de Cinema na Televisão Portuguesa: O Caso do Cinebox. In S. Pereira, & M. Pinto (Ed.), *Literacia, Media e Cidadania - Livro de Atas do 4º Congresso*. Braga: CECS, pp. 238-250.

Mesquita, M. (13 de Maio de 2001). A cultura na primeira página, *Público*, 2 de Novembro de 2015, disponível em: <http://www.publico.pt/espaco-publico/jornal/a-cultura-na-primeira-pagina-157678>

Piza, D. (2003). *Jornalismo Cultural* (1ª ed.). São Paulo: Contexto.

Santos Silva, D. (2012). *Cultura & Jornalismo Cultural: Tendências e Desafios no Contexto das Indústrias Culturais e Criativas* (1ª ed.). Porto: Media XXI.

Santos Silva, D. (2014). A Nova Dimensão Performativa do Jornalismo Cultural - Contributos do Roteiro e da Review. In C. Baptista, *Cultura na Primeira Página: O lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo - Caderno de Reflexões* (1ª ed.). Lisboa: Mariposa Azul, pp. 37-49.

Santos Silva, D. (2015). *Cultural Journalism in a Digital Environment. New Models, Practices and Possibilities*. Tese de Doutoramento. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

## **Jornalismo cultural, uma panóptica do nosso tempo**

*Cultural journalism, a panoptic of our time*

Luís Carmelo – Universidade Autónoma de Lisboa  
NIP-C@M  
CECS-UMinho  
[lcarmelo@autonoma.pt](mailto:lcarmelo@autonoma.pt)  
<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.6>

Recebido / Received 28.05.2020	Aceite / Accepted 04.06.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Carmelo, L. (2021). “Jornalismo cultural, uma panóptica do nosso tempo”. In Lourenço, J. & Lopes, *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural* Lisboa: NIP-C@M & UAL, (pp. 111-137), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4754> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.6>



## **Resumo**

A integração contemporânea de diversos níveis de cultura parece reatar uma harmonia que pré-existia no alvor da modernidade. No entanto, distante da protecção da graça divina ou dos faróis ideológicos, a cultura é, hoje em dia, um campo em construção que se interroga e cuja codificação já está muito distante das noções iluministas. No seu conjunto, diríamos estar, ao mesmo tempo, perante uma indústria e uma panóptica que se auto-analisa em tempo real. É focado nesta multiplicidade que o jornalismo cultural emergiu, nas últimas décadas, enquanto manifestação própria de um mundo horizontal, em rede, plural, processual e que se manifesta através de várias camadas, sem que para elas exista um diagnóstico final.

## **Abstract**

The contemporary integration of various levels of culture seems to reave a harmony that pre-existed in the dawn of modernity. However, far from the protection of divine grace or ideological beacons, culture is today a field under construction that is being questioned and whose codification is already far removed from the Enlightenment notions. On the whole, we would say, at the same time, that we are faced with an industry and a panopticon that analyses itself in real time. It is focused on this multiplicity that cultural journalism has emerged in recent decades as its own manifestation of a horizontal world, in network, plural, procedural and manifested through several layers, without a final diagnosis.

## 1 A harmonia perdida

O jornalismo cultural é filho da transição de um mundo vertical, regido por grandes códigos totalizantes, para um mundo horizontal, baseado no estatuir de um espaço público e de uma sociedade aberta.

A abordagem de U. Eco em 'Apocalípticos e Integrados' (1964) permitiu enquadrar esta metamorfose que se foi tornando abrupta no último terço do século XX. A obra clarificou uma separação que a realidade estava então gradativamente a dissuadir. Por um lado, a crescente cultura de massas era vista como um esteio popular que se oporia à tradição da alta cultura; por outro lado, a cultura de massas era entendida como um alargamento normal, susceptível de ser fruída por toda a comunidade. Este segundo termo vingou claramente e acabaria por encontrar nas tecnologias um adjuvante que levou, na mesma época, autores como M. McLuhan ou H. Innis a identificarem as morfologias dos meios de comunicação com um renovado poder cultural e informativo capaz de influenciar drasticamente a sociedade.

Em 1986, A. Mota, situava no pós-1974 o surgimento do jornalismo cultural em Portugal: "Surgiu o chamado jornalismo cultural em ligação estreita com o desenvolvimento da indústria cultural, nestes últimos doze anos. Encontravam mercado crescente os seus produtos e os mass media, arregaçavam as mangas, apropriaram-se dessa nova fatia de espaço público. A expansão da instituição escolar, concretizada no saldo educati-

vo, e o ascenso das perspectivas de promoção social em mais amplas camadas populacionais ampliaram os auditórios em torno da televisão e da rádio, dos espetáculos (de cinema, teatro, música, etc.) e das exposições, dos variados festivais, congressos e encontros, da edição e comércio de livros, discos, vídeos etc” (1986, p. 89). Inferir-se-á, portanto, que o novo jornalismo cultural passou também a ser encarado como uma indústria cultural.

De algum modo, pode dizer-se que a erupção da cultura de massas que se inicia de modo vibrante nos anos sessenta do século XX recuperou uma unidade perdida que tinha a sua origem nos inícios da modernidade. No seu clássico *Universos da Crítica* (1982), E. Prado Coelho sublinhou a importância do processo de autonomização do mundo cultural nos alvares do romantismo: “Processo ambíguo: ao instituírem o seu espaço próprio, os artistas e intelectuais separam-se do conjunto da sociedade e da coerência cultural que a define. Anteriormente havia uma cultura popular consideravelmente viva e uma relação de harmonia e correspondência entre os artistas e esta cultura. Com a modernidade, tal harmonia entra em crise e acaba por se desfazer” (1982: 186).

Foi ainda no âmago dessa nostálgica “harmonia” que surgiram as primeiras gazetas, começando inicialmente por se alimentarem “essencialmente de notícias, embora no modelo inglês” (...) “o artigo de cariz opinativo tenha tido uma importância relevante, tendência que, de resto, alastrou à imprensa de todo o continente...” (J. P. Sousa, s/d: 83). Este legado ligado à opinião e ao

“juízo” (aspecto que Kant aprofundaria no final do seu período crítico na década de oitenta do séc. XVIII) cedo encontrou espaço na nova percepção da “cultura”. É em 1665 que, em França, surge o primeiro jornal cultural: o ‘Journal des Savants’ (1665): “Tratava-se de um semanário de doze páginas e com um formato um pouco maior do que o de La Gazette, que difundia resenhas e comentários de livros bem como artigos sobre temas científicos, históricos e artísticos. É um dos melhores exemplos de como o jornalismo emergente procurava já não apenas uma segmentação dos públicos mas também corresponder ao novo espírito iluminista da Ilustração”. (*ibidem*: 89). No outro lado do canal, publicações como ‘The Transactions of the Royal Society of London’ de 1665 ou ‘The Spectator’ de 1711 passaram igualmente a dedicar textos a obras de teor literário e artístico.

Mas foi nas Luzes, sobretudo na segunda metade de setecentos, que o legado dos cafés, dos botequins e dos clubes surgiu e com eles um espaço de debate racional em torno de temas políticos, sociais, económicos, científicos e literários, abrindo as portas ao que viria a designar-se por espaço público moderno. Este vasto campo de recepção e de interpelação iluminista visava o sentido dos projectos modernos emergentes, baseados na dupla ciência - arte. A ciência e o mundo experimental dependendo dos factos e da realidade, a criatividade artística e estética criando factos e gerando realidade. Este entrosar de natureza essencialmente inventiva sucedia às teo-semioses que entendiam o universo como um dado adquirido e (sempre e já) por si divinamente explicado. Dois modos de significar a vida que se cruzam lenta-

mente e que espelham o modo como o homem se vai impondo como sujeito criador ao longo da modernidade.

Contudo, as primeiras teorizações da arte e da estética e posteriores aprofundamentos (associados a aspectos como a criação, a inspiração, a imaginação, etc.) mantiveram um vínculo profundo (por vezes invisível) com formas espirituais de significar o mundo. Para Baudelaire, a conquista do belo – o primeiro grande elemento da estética – continuava a situar-se na linha da ancestral “cultura da promessa” (2004: 34).

As origens do estético e do culto moderno da noção de criação remetem para uma herança mais antiga, segundo alguns autores recuam mesmo à tradição gnóstica, e encontram eco em noções algo metafísicas como a de “génio” de Kant. No século XX, o domínio pragmático e as relações construtoras que acabariam por ligar o artista/autor ao mundo entraram em cena, sendo o conceito de “acto criativo” de Duchamp (1987) um dos entrepostos teóricos mais interessantes que se aproximam dos já referidos ‘Integrados’ de U. Eco, criando condições para as abordagens de múltipla focagem do que viria a designar-se por jornalismo cultural.

O jornalismo cultural herda diversos percursos críticos singularizados com origem no século XVIII. O conceito de crítica é, desde logo, um conceito filosófico iluminista que implica, não tanto questionar como se conhecem e significam objetos, mas antes perguntar se e como o conhecimento e a significação se tornam

possíveis. Quem diz o conhecimento e a significação diz todos os objectos particulares criados pela subjectividade humana. Esta dimensão “transcendental” de auto-interrogação é a que, no concreto, emerge em setecentos em disciplinas particulares.

No caso das artes plásticas, por exemplo, é difícil dissociar a matriz da crítica de Diderot nos “Salões” que se iniciaram no Louvre no ano de 1725 e que, um quarto de século mais tarde, em 1751, tiveram um grande impulso no momento em que passaram ao regime de Bienal. Depois da revolução de 1789, o espaço foi aberto a não académicos e o impacto internacional foi imenso. O primeiro dos Salões de Denis Diderot, sob forma epistolar (como se fosse uma carta dirigida a F. Grimm) data de Setembro de 1759. O género adoptado pelo autor é inovador e pressupõe um estilo breve, vivo e não exaustivo, tendo como horizonte a existência de novos media (as gazetas e outros veículos que circulavam já no ainda incipiente espaço público). Estes primeiríssimos textos críticos visam a obra e o artista e desenvolvem-se em jeito de comentário. A perspectiva é claramente intersubjectiva ao nível da interpretação, quer das mensagens artísticas, quer das implicações teóricas subjacentes. Os “Salões” aceleraram a criação de um público específico, difundindo tendências, propondo modalidades de gosto e novas formas de ajuizar, para além de terem promovido a autonomia e um dado recorte à linguagem da crítica.

A crítica do livro e da literatura é contemporâneo a este fenómeno. Não é por acaso que, na pobre tradição epistolar portu-

guesa, se encontra por essa época o livro de um estrangeirado, Cavaleiro de Oliveira, justamente com o título 'Cartas Familiares, Históricas, Políticas e Críticas' (1742). Na Alemanha, umas décadas depois, a revista 'Athenaeum' (1798), que reuniu em torno de si os românticos de Iena com destaque para os irmãos Schlegel, colocou em evidência a extrema necessidade da crítica, sinónimo de atribuição ao sujeito do seu poder ao mesmo tempo criador, construtor e visionário.

Relembremos que a ideia de sujeito autónomo é uma ideia francamente moderna e, tal como M. Foucault sublinhou em *Les Mots et les choses* (1966), corresponde ao verdadeiro aparecer do homem crítico e livre: "Quando a história natural se transforma em biologia, quando a análise das riquezas se volta em economia, quando sobretudo a reflexão sobre a linguagem se converte em filologia e se extingue o discurso clássico em que o ser e a representação encontravam o seu espaço comum, então, no movimento profundo de uma tal mutação arqueológica, surge o homem com a sua posição ambígua de objecto para um saber e de sujeito que conhece: soberano submetido, espectador olhado..." (1988: 351).

É nesta dimensão afirmativa e livre que se pode compreender a ligação entre a crescente produção narrativa e a crítica em finais de setecentos, numa altura em que se assiste ao alargamento de públicos da cultura, ao desenvolvimento da indústria e do comércio livreiro e, no limite, à formação de uma opinião pública.

## 2 As novas codificações da cultura

O conceito de cultura, tal como hoje ainda maioritariamente o entendemos, provém igualmente do século XVIII. Segundo Johann Herder, na sua conhecida e inacabada obra *Ideen zur philosophie der geschichte del Menschheit* (1784-1791), a cultura é o todo que o homem faz<sup>1</sup>. A sùmula desse produto, material ou imaterial, implica a objectivação de sentidos de pertença, de formas de reconhecimento e de partilhas de conteúdo e de expressões. Outros termos de meados do século XVIII já se haviam aproximado do conceito de Herder, caso de “sécuro” (Voltaire) ou de “civilização” (Jean-Baptiste de Mirabaud)<sup>2</sup>.

Estes processos de objectivação, que abrangem o final de setecentos e o início do século seguinte, tendem a enfatizar um todo abstracto: a cultura. As obras particulares passam, segundo esta nova perspectiva, a ser a resultante de uma tradição co-

---

1 O original da autoria de Herder, *Ideen zur philosophie der geschichte del Menschheit*, redigido até ao livro XX entre 1784 e 1791, desenvolve a noção de cultura – “Kultur” – baseada no fazer humano. Destaque para três capítulos seminais da obra: em X.3, focando as origens asiáticas do ser humano (“Der Gang der Kultur und Geschichte gibt historische Beweise, daß das Menschengeschlecht in Asien entstanden sei”); em XV.3, desenvolvendo a inevitabilidade das mudanças (e salvaguardando um papel especial à justiça e à razão – “Das Menschengeschlecht ist bestimmt, mancherlei Stufen der Kultur in mancherlei Veränderungen zu durchgehen; auf Vernunft und Billigkeit aber ist der daurende Zustand seiner Wohlfahrt wesentlich und allein gegründet”) e, em XX.4, abordando especificamente o papel da razão na Europa (“Kultur der Vernunft in Europa”). A obra, inacabada, tinha na sua parte apenas projectual (o que viria a ser a Parte 5/livro XXI) uma secção dedicada a Portugal e Espanha, com ênfase para as descobertas e para a unificação ibérica (“6. Spanien und Portugal: Die Vereinigung Spaniens. Die Entdeckungen”).

2 Voltaire, (1984). *O Século de Luís XIV*. 2 vols. Lisboa: D. Quixote; Mirabaud, J. B. (1751). Première Partie. In *Le Monde, son origine et son antiquité*. [Em linha.] Alondres (B.R.) disponible en: [http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k730918/f2\\_image](http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k730918/f2_image) [Consult. 22 Mai. 2020].

lectiva, de uma história espiritualizada e, em última análise, de uma hipostasia da nova noção de corpo social. A cultura ocupa e reata em moldes radicalmente diversos o campo da Graça de Deus e da teodiceia, preenchendo-o com ingredientes racionais (com destaque para a codificação lógica e institucional) e com outros de natureza abstracta, contingente ou evocativa, casos, por exemplo, da nação, dos factores climáticos ou do próprio Volksgeist.

A designação de cultura nem sempre significou este fazer narrativo que é, hoje em dia, no entanto, um ponto de partida funcional para a compreensão do sentido de comunidade, independentemente da validação, ou não, de certos componentes tradicionais de índole iluminista (caso da dominante territorial ou linguística). Não deixa de ser interessante empreendermos uma breve viagem a bordo da palavra “cultura” para compreender como, por vezes, os trajectos semânticos não deixam de ter impactos ao nível semiótico (ou seja, ao nível mais vasto da significação social).

Tal com foi desenvolvido por Klaus Bruhn Jensen (1995), a actual palavra “cultura” deriva do latim “colere” que, há dois milénios, significava “cultivar” e andava associada à ideia de “tratar da” terra e dos animais, num sentido relativamente neutro (curiosamente próximo do conceito heideggeriano de “Sorge”/cura<sup>3</sup>).

---

<sup>3</sup> Sobre o termo “cura”, refira-se a correspondência com o original alemão besorgen (ocupar-se), a partir do étimo surge (cuidar de), que estrutura a “pre-sença” (dasein) e lhe confere “constituição ontológica”. Por fim, convém aditar que os outros modos de ser do “impessoal”, além da “medianidade”, são o “espaçamento” (espécie de condição de dependência face aos outros) e o “nivelamento” (que resulta do que é perspectivado pela totalidade das “possibilidades de ser”). Heidegger, M. (1997). Ser e Tempo.

Com o tempo, o termo – que deveria herdar e incorporar no seu espectro semântico uma tradição oral pós-neolítica – foi-se substancializando através de novos conteúdos. O tipo expressivo de raiz agrícola manter-se-ia, em regime de *ratio facilis* (novos conteúdos alimentando a mesma expressão verbal) até aos nossos dias, no momento em que profundas alterações passaram a afectar esta fecunda memória dos gestos e acenos que sempre ligaram o homem às actividades da terra (à agricultura e à pecuária, entre outras).

Um primeiro sentido de teor secular (Plutarco, Cícero, etc.) remeteu, por conotação, para a ideia de cultivo do ‘espírito humano’. Este entendimento da riqueza subjectivista equivalia à ‘alma cultivada’ pelo fruto da sabedoria (o conhecimento pessoal de cariz retórico, poético, filosófico, jurídico, etc.) e correspondia metaforicamente aos movimentos do arado num prado, também ele invicto e por cultivar. Esta terá sido a primeira adequação semântica à palavra original “cultura”, realizada a partir do étimo latino de natureza agrícola que havia de se projectar até aos nossos dias em significações como “desenvolvimento intelectual”, “saber”, “estudo”, “esmero” e ainda “elegância”. Um homem muito culto equivalia e equivale, nesta acepção, a um homem com muito saber. E, neste caso específico, a correspondência entre ‘cuidar da’ terra e ‘cuidar do’ espírito não deixa de ser realmente assinalável<sup>4</sup>.

---

*Petrópolis: Vozes*, Parte 1 e 2, pp. 178-180 e 313. Ed. orig. Sein und Zeit. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1927.

4 “Deriving from the Latin *colere*, to cultivate, the term ‘culture’ was originally associated with cultivating the earth and its animals in a relatively neutral sense, but over time it acquired two distinctly normative senses, one religious, the other secular. The religious, for example, in St. Augustine, who derived the concept of *cultura animi*, cultivation of

Um segundo sentido da palavra cultura decorreu da teo-semiose de Santo Agostinho que transpôs o conceito de “culture animi” da cultura subjectivista para o paradigma divino. A nova formação semântica teve (e tem ainda) uma vida intensa e acabou por associar, também até aos nossos dias, o uso da “cultura” (que mantinha ainda um claro rasto agrícola) ao uso do “culto” religioso. A correspondência entre as várias séries de ‘cuidar de’ – tendo como metaforizados o arado e a terra – alarga-se, desta forma, da “terra por cultivar” e do “espírito por cultivar” ao “ser” espiritualmente ‘por cultivar’ (neste caso pelo Espírito Santo). A ideia de ‘cuidar de’ reata sempre o seu caminho, desdobrando-se a novos campos e significações como se fosse, ela mesma, a interpretação de um sentido de fundo da existência humana.

Um terceiro sentido surgiu, como vimos, no Iluminismo, por via do alemão Johann Herder. A nova visão celebrada através do neologismo latino “Kultur” acabaria por actualizar, no interior da língua alemã, uma nova vocação para a palavra: “Partindo do cultivo agrícola, podemos designar por cultura a génese que abarca o todo da vida humana.” Esta noção moderna de cultura assentava e assenta na objectivação da totalidade do produto humano realizado, independentemente dos seus autores subjectivos. Nesta perspectiva, a imaterialidade e a materialidade historicamente acumuladas por uma dada comunidade (língua,

---

the human spirit, from Plutarch and Cicero, and rearticulated this to mean the cultivation of God by the human spirit, suggesting the common blurring of ‘culture’ and ‘cult’. The secular sense of culture was recovered during the Renaissance and revitalized by the new middle classes of the modern period. Aesthetic or rhetorical competences could serve, literally, as a sign of distinction in contrast to both the uncultured working class and the superficial sophistication of the aristocracy.” Klaus, B. J. (1995). *The Social Semiotics of Mass Communication*. London; New Delhi: Sage Publishing; Thousand Oaks, p. 5.

terra, tradição, arte, objectos ‘culturais’, etc.) passam a ser encaradas como obra do homem, isto é, como os produtos e a substância da sua própria cultura.

O diluir da lógica da civilização, particularmente activa durante o século XIX e início de novecentos, e que, a partir do final da Primeira Guerra Mundial, começou rapidamente a perder o fio-de-prumo “progressista” da sua crença, acabou por realçar ainda mais o papel iluminista da cultura. Deste modo, a cultura acentuou a sua marca de singularidade ao invés do tópico universalista (violento e mirificamente perfectível) tão próprio da civilização e da datada noção de “império”. Neste jogo de remissões, apesar da aventura semântica se revelar pouco linear, a cultura acabaria por desenhar a longevidade de um conceito baseado num fazer acumulado e que sobretudo implicou – e implica – reconhecimento, pertença e partilha. Saliente-se que todas estas acepções de cultura deverão ser revisitadas como construções encenadas e não como produtos que, de uma forma dir-se-ia natural, o homem teria produzido como as abelhas “produzem o seu mel”.

Existe ainda um quarto sentido de cultura que está a ser desenvolvido na contemporaneidade e que escapa, pela primeira vez, à referência memorial de matriz agrícola. Segundo A. McHoul, autor de *Semiotic Investigations – Towards an Effective Semiotics* (1996), ao contrário da visão moderna, o mundo passa a ser encarado como um volume policentrado, livre de estruturas fixas e sem clara base territorial. A culturização global dos

hábitos passa assim a estar ligada às conectividades da rede e a novos tipos de partilha e de comunidades que o autor designa por “being-in-common”. Este designado “estar em comum” global está fortemente ligado à instantaneidade dos gestos e à transparência da rede, na medida em que estes se convertem na substância de partilha e não apenas no instrumento que a possibilita.

A noção de “being-in-common”, desenvolvida por A. McHoul, corresponde à disseminação territorial e interactiva da cultura e ainda à visão de comunidades

“that assemble (physically or by other means) for relatively common (including dissensual) semiotic activities. A community may be a traditional grouping such as a particular group of religious practitioners who meet regularly for common worship. But it may also be a looser group connected by relatively tenuous affinities, such as the “Trekks” – fans of television and movie series [...] A community, then, is whoever (collectively) copes – methodically – together with what happens, which may conform to what we think are collective expectations.” (1996: 127).

Nesta concepção, os membros da comunidade são sobretudo considerados como “course of activity recognizable for its directionality”, assente num princípio de afinidade e cooperação, independentemente dos agentes subjectivos que protagonizam a actividade e dos locais onde se encontrem. Os participantes

nas redes sociais ou na bolsa, os sem-abrigo, os clientes de hipermercado ou os consumidores de séries, apostas ou de reality shows e muitos outros agentes de outras reduplicações globais convertidas em fluxo de acção integram estas comunidades transterritoriais, partilhando sentidos, afinidades e múltiplas convergências. Factores que no início da modernidade eram vitais para a definição da noção de cultura, tais como as línguas naturais, o território e, de algum modo, a própria tradição, surgem aqui completamente reconfiguradas.

Esta proposta de A. McHoul implica, ao nível da auto-imagem da cultura, um corte com o seu legado neolítico original. Este corte tem como consequência uma ruptura significativa. É no espaço desse corte que estamos hoje em dia a viver, de algum modo apeados do que parecia ter sido, ao longo de séculos, e como antes se referiu, a interpretação de um sentido de fundo da existência humana. A aventura da cultura continua, no entanto, a existir como uma experiência em que as comunidades interrogam as formas, por vezes nada analógicas, com que se vêem e revêem ao espelho.

Em última análise, a noção de “being-in-common”, desenvolvida por A. McHoul, corresponde à disseminação territorial e interactiva da cultura e não mais ao seu foco estritamente local. Há três décadas e meia, o JL publicou um texto de M. Kundera sobre a Europa que hoje parece profético a este respeito. Leiamos o seu momento fulcral: “A Europa não se apercebeu do desaparecimento do seu grande foco cultural, porque, para a Europa, a sua

unidade já não simboliza a sua unidade cultural. Em que bases assenta então a unidade da Europa? Na Idade Média assentava numa religião comum. Nos tempos modernos, numa altura em que o Deus medieval se transformou em Deus absconditus, a religião cedeu o seu lugar à cultura, que passou a significar a concretização dos valores mais elevados” (...) “Da mesma forma que, em tempos passados, Deus cedeu o seu lugar à cultura, é agora a vez da cultura ceder o seu lugar. Mas a quê e a quem?” (1985: 22).

O sentido de interrogação acaba, hoje em dia, por se constituir, ele mesmo, como um cerne do fazer cultural e, portanto, do próprio agir do que se designa por jornalismo cultural. Isso significa também que o seu âmbito se abriu muito para a além daquilo que a tradição da alta cultura situava apenas no domínio da arte e da literatura. Deste modo, muitas outras tradições são hoje chamadas a jogo, tais como o design, a alimentação, os hábitos sociais, a moda, a pop, os fluxos da rede, ou seja, o lifestyle na sua generalidade corpórea ou virtual. No seu conjunto, diríamos estar, ao mesmo tempo, perante uma indústria e uma panóptica que se auto-analisa em tempo real, num desafio em que o jornalismo cultural se tornou num dos protagonistas essenciais.

### **3 Novas vias: os patrimónios e as mobilidades do quotidiano**

Na frente desta panóptica de heranças tão diversificadas que é o jornalismo cultural pululam as mais diversas manifestações. Para além da tematização clássica em torno dos livros, da mú-

sica, do cinema e das artes (entrelaçadas já com o design, a ciberficção e as mais diversas movimentações de arte efémera), o foco recai, cada vez mais, em domínios tangíveis do quotidiano (moda, manobras da corporalidade radical, práticas gourmet, etc.) e também intangíveis com natural destaque para os mais diversos cultos do património.

Curiosamente, do lado dos autores e da criação contemporânea, verifica-se a simétrica tendência de a oferta se descentrar igualmente num leque amplo de construções. Podemos dar o exemplo de Afonso Cruz (1971) que soma à narrativa ficcional, o discurso da viagem, o grafismo, a ilustração, o design, a fabricação de cerveja e ainda um halo performativo e musical. Podemos dar o exemplo de Patrícia Portela (1974) que ao romance junta o teatro, a performance, as artes plásticas e a instalação multimédia. Podemos dar ainda o exemplo de Gonçalo M. Tavares (1970) que, para além da fragmentação dos géneros clássicos dentro da área propriamente literária, desdobra a actividade ao nível da fotografia, da arquitectura, do teatro, da paródia à tradição mitológica e sobretudo da corporalidade (Atlas do Corpo, obra publicada em 2013, é, porventura, o maior indício dessa tendência).

Esta simetria em movimento ilustra bem o facto de a metáfora da panóptica se desterritorializar entre as dimensões do fazer e da crítica cultural, como também se desterritorializa entre o mundo on e offline. Uma e outra dessas dimensões (o fazer criativo e a leitura desse fazer) interpenetram-se sem que o foco se centre e sem que a descentragem se deixe demarcar. A alegoria da rede impõe assim os seus processos e traça morfologias a

que o jornalismo cultural da actualidade não é, de modo nenhum, alheio.

Esta mobilidade nos processos é paralela ao caudal de informação online que acaba por se traduzir numa espécie de excesso de eficácia que se contrapõe à ideia clássica de individualidade, de subjectividade e de corpo. O que apreendemos, hoje em dia, é sempre um excerto, uma panóplia de fragmentos, um zapping desse infindo mundo de bits. Daí que as subjectividades assumam hoje características de um corpo e de uma subjectividade protéticos ou cyborguizados; neles, a realidade é uma plasticina sempre em movimento criada pela re-arrumação permanente de bits. A maior angústia dos internautas – heterónimo que todos hoje incorporamos – decorre do desfasamento entre aquilo que se decifra (como se fosse um instante ou um simples corte) e o fluxo sem fim a que acede em cada momento. É nesse desfasamento que a virtualização da individualidade age e reage aos próprios contextos que vai criando.

Esta mobilidade dos processos é paralela também à mobilidade física dos agentes e dos públicos. Cada vez mais o planeta está em viagem (física e territorial) e este dado é francamente permeável aos esquemas editoriais do jornalismo cultural. De facto, as mobilidades contemporâneas colocaram em cena uma nova rede de peregrinos que percorrem o organigrama dos bens naturais e culturais elevados, há poucas décadas, ao que passou a designar-se por “Património Mundial”. Fazem-no do mesmo modo que atravessam a topografia das instâncias museológicas ou dos parques naturais (muitas vezes movidos por utopias am-

bientais). Existe naturalmente um intuito lúdico, um certo devir utópico e, ao mesmo tempo, um agir em estado de fluxo nestas mobilidades. Mas o domínio patrimonial estatuído é aquele que mais está no centro dos novos turismos culturais, devido, muito provavelmente, à “universalidade” que foi tão explicitamente referida na Convenção da Unesco de 1972: “O que faz com que o conceito de património mundial seja excepcional é sua aplicação universal.”<sup>5</sup>.

5 Os critérios de selecção que permitem a um dado sítio, “bem cultural” ou tradição ser ou não integrado na “Lista do Património Mundial” têm em conta um conjunto de condições alternativas, entre as quais se destaca a primeira: “i) representar uma obra-prima do génio criativo humano.” A imagem inicial associa a ideia de “génio” aos atributos “criativo” e “humano”, fazendo-os depender do dado mais substantivo que é enunciado: a “obra-prima”. A auto-imagem do homem, enquanto criador superlativo e ímpar, desenvolve, de forma explícita, a ideia de uma redenção que é consubstanciada através das suas próprias obras transpostas do passado para o presente. O segundo critério é assim enunciado: [O]u [...] ii) ser a manifestação de um intercâmbio considerável de valores humanos durante um determinado período ou em uma área cultural específica, no desenvolvimento da arquitectura, das artes monumentais, de planeamento urbano ou de paisagismo”. Esta segunda condição propõe, num espaço e num tempo delimitados, o domínio construtivo onde se tenha projectado uma comunicação de “valores humanos” adjectivado como “considerável”. O homo faber está aqui verdadeiramente no centro, complementando o dom inato – o “génio” – que antes havia sido referido. As restantes quatro condições relevam testemunhos e exemplos que são, em todos os casos, adjectivados como “excepcionais”. O atributo “excepcional” já aparecera no terceiro período da definição de Património no site da unesco (“O que faz com que o conceito de Património Mundial seja excepcional é sua aplicação universal”), o que remete para uma intencionalidade que sublinha a dimensão ímpar que é atribuível ao fazer do homem. Se a noção de cultura é uma noção que se objectiva como uma realidade de facto (algo que se constata na distância com que pode ser analisada), já a noção de património, pela maneira como é enunciada, se coloca num patamar acima, na medida em que não se exime à esfera judicativa. Leiamos, em conjunto, os terceiros, quartos e quintos critérios de selecção – sempre alternativos – que permitem aos “bens culturais” serem ou não integrados na “Lista do Património Mundial”: (iii) aportar um testemunho único ou excepcional de uma tradição cultural ou de uma civilização ainda viva ou que tenha desaparecido, ou (iv) ser um exemplo excepcional de um tipo de edifício ou de conjunto arquitectónico ou tecnológico, ou de paisagem que ilustre uma ou várias etapas significativas da história da humanidade, ou (v) constituir um exemplo excepcional de habitat ou estabelecimento humano tradicional ou do uso da terra, que seja representativo de uma cultura ou de culturas, especialmente as que tenham se tornado vulneráveis por efeitos de mudanças irreversíveis. O testemunho e os exemplos remetem para o carácter único de legados materiais ou imateriais, explicitando a pluralidade e a fragilidade, motivada por contingências históricas. A valorização é aqui extensiva ao que se apresenta como um vestígio raro, embora sempre em correlação com a ideia de uma narrativa criada pelo homem, enquanto

Nos critérios seguidos pela Unesco para a atribuição de património mundial, sobretudo quando estão em causa os chamados “bens culturais”, a terminologia usada, o tipo de alegações enunciadas e o que nelas subjaz ao nível do “genial” e do “excepcional” reflectem um processo de quase sacralização (F). Esse processo será, na prática, tão mais contundente quanto a desordem urbana e a destruição dos recursos naturais impliquem uma consciência que alia a necessidade de resistência (ecológica) à necessidade de novas referências - neste caso de cariz patrimonial - que consigam tornar-se ostensivas no mundo comunicacional em que vivemos (tão dominado pela redundância da comunicação pela comunicação).

---

sujeito central que é pautado pela sua sempre possível excepcionalidade. O derradeiro critério coloca o acento tónico em obras de arte, ideias ou tradições que perdurem até ao presente e que se revelem como marcos da espécie humana (a designação utilizada é mais generalista: de “significado universal excepcional”). Leiamos toda a passagem: “[o]u [...] vi) estar associados directamente ou tangivelmente a acontecimentos ou tradições vivas, com ideias ou crenças, ou com obras artísticas ou literárias de significado universal excepcional (o Comité considera que este critério não deve justificar a inscrição na Lista, salvo em circunstâncias excepcionais e na aplicação conjunta com outros critérios culturais ou naturais)”. O parêntesis hierarquiza os critérios, atribuindo à sequência que termina no quinto critério um cariz primacial. Os critérios adoptados para os “bens naturais” reatam também, em todos os casos, o atributo “excepcional” e enfatizam dimensões diversas, como a histórica, a ecológica, a biológica e a estética (neste caso, recorrendo a uma terminologia dos inícios da disciplina estética: “[B]eleza natural e uma importância estética excepcionais”). Na lista, a dimensão humana não é explicitamente referida, a não ser quando o “valor universal excepcional do ponto de vista da ciência” se situa no texto: (i) serem exemplos excepcionais representativos dos diferentes períodos da história da Terra, incluindo o registo da evolução, dos processos geológicos significativos em curso, do desenvolvimento das formas terrestres ou de elementos geomórficos e fisiográficos significativos, ou (ii) ser exemplos excepcionais que representam processos ecológicos e biológicos significativos para a evolução e o desenvolvimento de ecossistemas terrestres, costeiros, marítimos e de água doce e de comunidades de plantas e animais, ou (iii) conter fenómenos naturais extraordinários ou áreas de uma beleza natural e uma importância estética excepcionais, ou (iv) conter os habitats naturais mais importantes e mais representativos para a conservação in situ da diversidade biológica, incluindo aqueles que abrigam espécies ameaçadas que possuam um valor universal excepcional do ponto de vista da ciência ou da conservação.

Esta perspectiva é também um diagnóstico que nos afirma que os vazios deixados pelo definhamento das codificações axiais (escolológicas ou ideológicas), quer no futuro, quer no passado, encontraram exaltações e paradigmas novos que os foram adequadamente preenchendo. Os fluxos de incidência tecnológica foram preenchendo o esvaziamento do futuro, enquanto o culto do património – num sentido lato simultaneamente natural e cultural – foi, pelo seu lado, preenchendo o esvaziamento do passado.

Uma nova transcendência, embora não declarada, parece emergir nos limites do presente em que passámos a viver, colocando a montante (o património) e a jusante (a tecnologia) cenários simulados de conforto que acabam por nos dar uma sensação, ao mesmo tempo, retrospectiva e projectiva. Como se a cultura em que vivemos necessitasse de contextos para respirar e de centros para se referenciar. Quando o mundo em que vivemos é, afinal, cada vez mais acentrado e cada vez mais descontextualizado. É neste jogo de simulacros e simulações permanentes que o jornalismo cultural é obrigado a mover-se e, portanto, a desdobrar-se no mundo de hoje.

#### **4 Breve conclusão**

Muito antes da abertura pós-moderna que data do último quarto do século XX<sup>6</sup>, já o impacto das teorias da linguagem que

---

6 Para P. Sloterdijk, o prefixo “pós” reflecte uma inflexão, ou seja, uma passagem abrupta de um tempo que visava um clímax, um cume ou um ponto-ómega, para um outro tempo de puro processo e, por isso, aberto a múltiplas vias. Em virtude desta cisão com um clímax augurado e, portanto, com o sentido teleológico da história, a falta de compromisso instalou-se no coração do presente. A codificação do tempo deixou de ser linear e passou a ser multipolar. Segundo o autor, ao contrário por exemplo de J.-F. Lyotard, não existem ecos substanciais, mas tão-só processuais, na designação

foram substituindo a verdade (como critério central e vertical para significar o mundo) pela pluralidade de sentidos se havia começado a sentir (citar autores).

O ponto de partida encontra-se no segundo L. Wittgenstein (de *Investigações Filosóficas*, 1949<sup>7</sup>) que defendeu que a análise da significação baseada nas condições de verdade se esgotara. No início da obra, o autor escreve: “cada palavra tem uma denotação”. Mas depois pergunta. “Mas qual é a denotação da palavra ‘cinco’?” E o próprio responde: “Aqui não se falou disso, mas apenas de como a palavra ‘cinco’ é usada” (I.1;1995: 172/173). De seguida, o autor precisa e delimita um conceito importantíssimo da nova fase: chamarei “ao todo formado pela linguagem com as actividades com as quais ela está entrelaçada o ‘jogo da linguagem’” (I.7;1995: 177).

O linguistic turn aberto pelo segundo L. Wittgenstein criou condições para novas propostas no campo pragmático. Nas críticas ao logicismo de B. Russell, P. Strawson já havia dito que uma proposição entendida como falsa nunca podia ser considerada nem verdadeira nem falsa, mas antes desprovida de sentido. Na sequência de P. Strawson, J. Austin definiu e aprofundou as condições pragmáticas da comunicação e acrescentou ao nível

---

“pós-modernidade”. Sloterdijk, P. (2001). *Ensaio sobre a Intoxicação Voluntária*. Lisboa: Fenda; Lyotard, J. F. (1989). *A Condição Pós-Moderna*. Lisboa: Gradiva, Ed. orig. 1979.

<sup>7</sup> O *Tratado Lógico-Filosófico* foi enviado, em 1920, pelo autor a B. Russell e a F. Frege, mas só seria editado em 1921 (após um ano em que L. Wittgenstein teve uma experiência como jardineiro). A obra *Investigações Filosóficas*, que afasta o autor da sua primeira fase, foi escrita durante 16 anos e só ficou completa em 1949, precisamente dois anos antes da morte de L. Wittgenstein.

da locução (o acontecimento que se traduz por algo que se diz e pelo modo como tal é levado a cabo), o da ilocução (o compromisso ou a promessa, como dirá Deleuze, que esse acontecimento consubstancia) e o da perlocução (os efeitos produzidos pelo acto de dizer sobre o alocutário e sobre o próprio locutor). Esta pequena revolução que sucede o linguistic turn, chamemos-lhe o pragmatic turn, põe decisivamente em jogo o agir e o dizer, a acção humana e o próprio agir da linguagem. A intenção e a capacidade de decisão que estão ligadas ao agenciamento humano e que se propõem atingir metas através da manipulação do sentido, ou seja da significação, constituem-se como entidades autónomas face às adequações da linguagem ao que ela mesma significa (ou possa significar). O sentido impunha-se assim definitivamente à verdade e o imenso leque de provas desse facto, sucedendo a este patamar teóricos, tornou-se quase redundante no tempo da rede e das redes sociais.

Esta abertura radical à horizontalidade e à pluralidade de regras e, de modo ampliado, à ausência de referências duradouras tem-se traduzido, no mundo ocidental, por um modelo de vida que tende amiúde a perder o norte e, portanto, a perpetuar a ideia de uma crise perene do sentido. Uma parte substancial da nossa vida social, política e mediática reflecte esta carência de bússola, assim como um profundo colapso ao nível do ‘dever ser’, facto que G. Lipovetsky, em *Crépuscule du devoir* (1992), prenunciou profeticamente há já quase três décadas.

De algum modo, estamos a respirar hoje em dia aquilo que J. Derrida caracterizou como “desconstrução”, entendida não

apenas como mais uma teoria (de aparência, aliás, delirante), mas como um modo genuíno de expressão humana a que o jornalismo cultural, nos primeiros anos deste século, se tem vindo a moldar. As definições correntes desta área dos media têm grande dificuldade em encontrar um campo inclusivo e definido que as tornasse coerentes. É como se a realidade fosse sempre mais complexa e vasta do que a linguagem que a desejaria compactar e (utopicamente) referenciar. Veja-se o caso desta tentativa D. Santos Silva (2015) em que é patente um deambular dos mais variados esteios que se entrecruzarão no albergue do jornalismo cultural:

“...o jornalismo cultural é igualmente um conceito complexo, multidimensional e em evolução. Como resultado das escolhas editoriais, pode-se focar em manifestações artísticas, o processo da cultura, assuntos culturais e antropológicos, infraestruturas e bens culturais, lifestyle e qualidade de vida, entretenimento e lazer, criatividade e inovação. Portanto, o jornalismo cultural cobre potencialmente todas as dimensões da cultura: como objeto artístico e criativo, como um processo, como uma manifestação ou modo de vida da sociedade, como um bem tangível ou intangível, sempre ligado ao seu valor dentro da sociedade a cada momento, com diferentes géneros e tratamentos editoriais. O jornalismo cultural é em si uma prática cultural”.

Sinal dos tempos.

## Bibliografia

AA.VV. (1972). *Convenção para a protecção do património mundial, cultural e natural*. [Em linha.]. Disponível em <https://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf> [Consult. 26 Mai. 2020].

Austin, J. (1971). *Quand dire c'est faire*. Paris: Seuil. Ed. orig. *Philosophical Papers*. Oxford: Oxford University Press, 1961.

Baudelaire, C. (2004). *O Pintor da Vida Moderna*. Trad. Teresa Cruz. Lisboa: Vega, Ed. orig. 1868/1870.

Carmelo, L. (1999). *Anjos e Meteoros*. Lisboa: Editorial Notícias.

\_\_\_\_\_ (2003). *Semiótica: Uma Introdução*. Mem Martins: Publicações Europa-América.

\_\_\_\_\_ (2003). *Genealogias da Cultura*. Lisboa: Arranha-Céus.

Coelho, E. P. (1982). *Os Universos da Crítica*. Lisboa: Edições 70.

Diderot, D. (1998). *Essais sur la peinture: Salons de 1759, 1761, 1763. Textes établis et présentés par Gita May et Jacques Chouillet*. Paris: Hermann, (Collection Savoir: Lettres).

Duchamp, M. (1997). *O Acto Criativo de Duchamp*. Trad. Rui Cascais Parada. Lisboa: Águaforte. Tit. orig. The Creative Act. Between intention and expression is the art coefficient. *Art News*. Vol. 57, nº. 4 (Summer 1957).

Eco, U. (2015). *Apocalípticos e Integrados*. Trad. Helena Gubernatis. Lisboa: Relógio d'Água.

Foucault, M. (1988). *As Palavras e as Coisas*. Lisboa: Edições 70.

Heidegger, M. (1997). *Ser e Tempo*. *Petrópolis: Vozes*, Parte 1 e 2, pp. 178-180 e 313. Ed. orig. Sein und Zeit. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1927.

Herder, J. G. (1968). *Reflections on the Philosophy of the History of Mankind*. Ed. Frank E. Manuel, trad. T. O. Churchill. Chicago: University of Chicago Press.

Jensen, K. B. (1995). *The Social Semiotics of Mass Communication*. London; New Delhi: Sage Publishing; Thousand Oaks.

Kant, Immanuel. *Œuvres Philosophiques III: Derniers Écrits*. Paris: Gallimard, 1986.

\_\_\_\_\_ (2017). *Crítica da Faculdade do Juízo*. Introd. António Marques, Trad. e notas António Marques e Valério Rohden. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.

Kundera, M. (1985). Europa Central: Um Continente Sequestrado. *JL – Jornal de Letras, Artes e Ideias*. Lisboa : Projornal. Nº 164, p. 22.

Lipovetsky, G. (1992). *O Crepúsculo do Dever*. Lisboa: D. Quixote, 1994. Ed. orig. *Le Crépuscule du devoir, l'éthique indolore des nouveaux temps démocratiques*. Paris: NRF; Gallimard (Essays).

Liotard, J. F. (1989). *A Condição Pós-Moderna*. Lisboa: Gradiva, Ed. orig. 1979.

\_\_\_\_\_ (1990). *O Inumano: Considerações sobre o Tempo*. Lisboa: Estampa.

McHoul, A. (1996). *Semiotic Investigations: Towards an Effective Semiotics*. Lincoln; London: University of Nebraska Press.

Mota, A. (1986). Jornalismo Cultural: o avatar e o voto. In *Actas do II Encontro Afro-LusoBrasileiro. Jornalismo e Literatura*. Lisboa: Vega, pp. 89-94.

Oliveira, F. X. (1855). *Cartas Familiares, Históricas, Políticas e Críticas. Seguido de: Viagem à Ilha do Amor: escrita a philandro e dedicada ao Illustrissimo ao Illustrissimo Senhor Diogo de Mendonça Corte-Real. Por... Cavaleiro Prophesso da Ordem de N. S. Jesus Christo*. Haya. M. DCC. XLIV. 3 Volumes, Lisboa.

Robert, S. M. (2015). *O Jornalismo Cultural do Público na Era Digital*. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Lisboa, disponível em [https://run.unl.pt/bitstream/10362/51213/1/Relatorio-estagio\\_Sofia-Robert.pdf](https://run.unl.pt/bitstream/10362/51213/1/Relatorio-estagio_Sofia-Robert.pdf) [Consult. 26 Mai. 2020].

Santos Silva, D. (2015). *Cultural Journalism in a Digital Environment New Models, Practices and Possibilities*. Tese de Doutoramento - UT Austin | Portugal CoLab. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Lisboa.

Sloterdijk, P. (2001). *Ensaio sobre a Intoxicação Voluntária*. Lisboa: Fenda.

\_\_\_\_\_ (2002). *A Mobilização Infinita: para uma crítica da cinética política*. Lisboa: Relógio d'Água, Ed. orig. 1989.

Sousa, J. P. (s.d.). *Uma história breve do jornalismo no Ocidente*, Universidade Fernando Pessoa/Centro de Investigação Media & Jornalismo (s/d). Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf> [Consult. 26 Mai. 2020].

Tavares, G. M. (2013). *Atlas do Corpo*, Lisboa: Editorial Caminho.

Wittgenstein, L. (1995). *Tratado Lógico-Filosófico. Investigações Filosóficas*. Trad. e pref. M. S. Lourenço. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Ed. orig. respectivamente 1921 e 1949.

## A esfera pública cultural e as modalidades de tornar comum

*The cultural public sphere and the modalities  
of making it common*

Maria João Centeno – Escola Superior de Comunicação Social – IPL  
ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA  
[mcenteno@escs.ipl.pt](mailto:mcenteno@escs.ipl.pt)  
<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.7>

Recebido / Received 11.06.2020	Aceite / Accepted 18.06.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Centeno, M. J. (2021). “A esfera pública cultural e as modalidades de tornar comum”. In Lourenço, J. & Lopes, P. (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural* Lisboa: NIP-C@M & UAL, (pp. 138-162), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4755> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.7>



## Resumo

Neste capítulo pretende-se apresentar e problematizar a emergência e consolidação da esfera pública cultural que, a partir do séc. XVIII, configura um espaço comunicacional incontornavelmente marcado pelas práticas jornalísticas. “O espaço público moderno constituiu-se segundo o ideal liberal de uma síntese Razão - Publicidade - a «publicidade» com o sentido de publicitação, o acto eminentemente comunicacional do «tornar público», «dar a conhecer» (factos, opiniões e ideias) e fomentar o debate e livre circulação de ideias. Fórum de debate colectivo e de exercício da razão, o espaço público visa estabelecer e exprimir o interesse colectivo, a vontade geral, de uma forma autónoma relativamente ao Estado e em oposição ao Poder” (Esteves, 1998: 183).

O papel da crítica de arte na autonomização da esfera pública cultural foi crucial. À medida que cada vez mais pessoas entraram em contacto com as obras de arte, a função dos entendidos (cujas competências estava antes ligada a privilégios sociais) tornou-se dispensável, tendo sido assumida pela crítica profissional. O crítico ou ‘árbitro das artes’ assumiu-se como mandatário e pedagogo do público.

Foi em pleno século XVIII que os jornais se assumiram como instrumento da crítica de arte institucionalizada e os artigos dedicados à arte e à crítica cultural, objecto de discussão. O público esclarecia-se mediante a apropriação crítica das artes proporcionada por esses artigos.

A acompanhar a genealogia da esfera pública cultural, nomeadamente no contexto português, questiona-se neste capítulo o

em primeiro o papel da imprensa, mais tarde da rádio e televisão e, recentemente, dos *media* digitais enquanto modalidades de tornar comum.

## Abstract

This chapter intends to present and discuss the emergence and consolidation of the cultural public sphere that, from the 18th century, configures a communicational sphere undeniably marked by journalistic practices. “The modern public space was constituted according to the liberal ideal of a Reason-Publicity synthesis – publicity with the sense of the act eminently communicational of “making public”, “making known” (facts, opinions and ideas) and to encourage the debate and free circulation of ideas. As a forum for collective debate and the exercise of reason, the public space aims to establish and express the collective interest, the general will, in an autonomous way in relation to the State and in opposition to Power.” (Esteves, 1998: 183)

The role of art criticism in the autonomy of the cultural public sphere was crucial. As more and more people came into contact with art works, the role of experts (whose competence was previously linked to social privileges) became unnecessary, having been assumed by professional critics. The critic or ‘judge of the arts’ came out as the public’s mandate and pedagogue.

It was in the 18th century that newspapers became an instrument of institutionalized art criticism and articles devoted to art and cultural criticism, the subject of discussion. The public was enlightened by the critical appropriation of the arts provided by those articles.

Accompanying the genealogy of the cultural public sphere, namely in the European context, this chapter questions the role

first of the press, later of radio and television and, more recently, of digital media as ways of making it common.

## A emergência da esfera pública literária

A esfera pública literária (a esfera pública cultural/artística que engloba a literatura, mas também domínios como a música, a pintura, a filosofia/discussão de ideias), estudada por Jürgen Habermas (1929-), emerge no século do Iluminismo, o século em que Kant (1724-1804) enaltece a enunciação pública dos juízos que se referem à religião, às ciências e às artes (1784) e começa por ser uma esfera pública sem configuração política<sup>1</sup>. Esse ato em que pessoas privadas se reúnem em espaços de encontro e debate para publicamente partilharem raciocínios críticos deve-se, em primeiro lugar, ao processo de auto compreensão dessas pessoas em relação às experiências da sua própria privacidade.

“Na esfera da intimidade da família nuclear, os indivíduos privados vêem-se a si mesmos como independentes, até da esfera privada da sua actividade económica – como pessoas que podem entabular relações mútuas «puramente humanas».” (Habermas, 1962: 132)

Contrariamente ao que acontecia na Grécia Antiga, é na esfera privada que o indivíduo é livre e ao encontrar-se com o outro na esfera pública literária, atesta a sua subjetividade e a do outro, subjetividades que emergem das esferas de intimidade das suas famílias. “A subjetividade burguesa é essencialmente intersubjetividade, ou como Habermas a designa, orientada para o público.” (Centeno, 2012: 69).

---

<sup>1</sup> Como o próprio Habermas (1962) defende foi a Revolução Francesa a responsável pela politização da esfera pública que, da cultura e das artes, se consolida em uma esfera pública política. Mas foi também a Revolução Francesa que lançou a ligação prestigiante do Estado à cultura, passando a ser ele o responsável por democratizar o acesso de todos à cultura.

As cidades, um pouco por toda a Europa, acolhem os espaços que constituem as primeiras experiências da esfera pública literária. Esta nova experiência da vida urbana substitui a centralidade de outrora da Corte. É nos cafés, nos salões e nos clubes que se discutem as novas obras antes de serem editadas e são esses os espaços em que a literatura se legitima.

“Tal como na Grécia antiga, também na emergente Europa moderna, a esfera pública se constituiu acima de tudo pelo *medium* da fala, na contraposição de argumentos, opiniões e pontos de vista diferentes através do intercâmbio dialógico de palavras faladas num espaço partilhado.” (Thompson, 1996: 10)

Nesses salões e cafés, promove-se a discussão entre pessoas privadas.

“Uma série de critérios institucionais parecem atravessá-los: é exigida uma espécie de sociabilidade que pressupõe a igualdade de *status* e em que a autoridade do argumento fala mais alto do que qualquer hierarquia social; em segundo lugar, torna-se possível problematizar uma série de áreas que até então não eram consideradas questionáveis (à medida que as obras filosóficas e literárias, as obras de arte em geral, são produzidas para e circulam no mercado, esses bens culturais transformam-se em mercadorias e tornam-se, por princípio, acessíveis a todos; as pessoas privadas têm oportunidade de conversar sobre algo que até então permanecia sagrado em virtude da não-discursivização promover a sua própria autoridade); em terceiro lugar, esse mesmo processo que transforma a arte em mercadoria e

consequentemente em algo questionável leva à abertura do leque de públicos (constituídos por pessoas privadas que, enquanto leitores, ouvintes e espectadores, se apropriam dos objetos em discussão).” (Centeno, 2012: 69-70)

A abertura temática generaliza-se não só no sentido da sua relevância, mas também da sua acessibilidade: todos devem poder participar e a discussão torna-se um meio de apropriação. Os critérios institucionais da esfera pública literária sustentam a qualidade do discurso e a quantidade de participação.

“Onde quer que o público se estabelece de forma institucional como um grupo estável de interlocutores, não se equipara ao público, mas reivindica agir em seu nome, como seu porta-voz, e mesmo, talvez, como seu educador – a nova forma da representação burguesa.” (Habermas, 1962: 116-7)

Discutir é partilhar juízos e quem o faz não tem de deter nenhuma competência em especial, na medida em que no público qualquer um pode reivindicar competência.

## **Imprensa consagrada à arte e à crítica cultural**

O papel da crítica de arte na autonomização da esfera pública literária é central. À medida que um número cada vez maior de pessoas entra em contacto com as obras de arte, os entendidos, que antes ligavam a competência do especialista a privilégios sociais (a pintura, por exemplo, era direccionada aos colecionadores especializados da nobreza), começam a ser dispensados e são substituídos pela crítica profissional.

As discussões tidas nos cafés e nos salões prolongam-se nos textos publicados nos jornais e a crítica consagrada à arte e à cultura assume-se como organizadora do juízo do público. O crítico ou ‘juiz das artes’ assume-se como mandatário do público e como seu pedagogo já que é através da apropriação crítica das artes que o público se esclarece. Enquanto porta-vozes do público, “não reconhecem nenhuma autoridade para além da do melhor argumento e se sentem unidos com todos os que se dispõem a deixar-se convencer por argumentos” (Habermas, 1962: 122).

“Se, num primeiro momento, as discussões tidas nos cafés e nos salões derivavam da apresentação pública das próprias obras, com a emergência da imprensa consagrada à arte e à crítica cultural são os artigos de jornal que se tornam objeto de discussão.” (Centeno, 2012: 71)

As pessoas privadas, que enformaram a esfera pública de uma argumentação literária que se emancipou dos cafés e dos salões, passam a manter-se reunidas através da instância mediatizadora da imprensa e da crítica profissional.

O conjunto dos destinatários, consumidores e críticos das obras de arte, que se reúne e atua nesses novos espaços de sociabilidade constitui a realidade social que enforma o conceito de ‘público’, tal como o entendemos desde a modernidade. Associados a essas primeiras experiências do público surgem novos domínios de vida que são objeto de discussão e que mobilizam a

opinião pública (a opinião devidamente fundamentada que promove a força do melhor argumento).

A facilidade na mediatização desta realidade social, que continua pelo século XIX, decorre de a sua constituição não exigir a proximidade física das pessoas e dispensar a presença direta de uns perante os outros, apesar de a experiência do público só se poder constituir após a experiência prévia de uma certa forma de influência recíproca imediata, estabelecida em contactos sociais intensos<sup>2</sup>.

A cultura, mais especificamente a literatura, foi então o domínio que deu forma aos critérios modernos do Público e do Privado.

“Enfatizar a natureza pública da esfera cultural é extremamente importante na medida em que os teóricos da ciência política tendem a marginalizar as questões culturais (especialmente as estéticas) considerando-as privadas, pessoais e ‘nem verdadeiras nem falsas’, e por isso irrelevantes no processo de tomada de decisão.” (Hohendahl, 1992: 108)

## **A transformação estrutural da esfera pública cultural**

A interpenetração entre a esfera do poder público e o domínio privado ocorrida a partir do séc. XIX conduz, em traços gerais, ao figurino atual do espaço público e da opinião pública

---

<sup>2</sup> “Os públicos criam uma forma original de divisão das sociedades: a divisão simbólica, fundada em motivos e convicções. Este carácter simbólico dos públicos confere-lhes grande homogeneidade e uma forma duradoura: as suas motivações não são materiais e a sua mobilização não tem por base a paixão ou meramente a ação. O que une e mantém reunidos os membros de um público é a comunhão de ideias partilhadas e, acima de tudo, a consciência dessa comunhão.” (Centeno, 2012: 72)

– refuncionalizados, ‘refeudalizados’. A estatização da Sociedade e a socialização do Estado transformaram estruturalmente a esfera pública cultural.

Situando-nos em meados do século XX, o público deixou de se envolver em discussões para pensar a cultura, que estavam intimamente ligadas à leitura das obras que se fazia na esfera privada para se tornar um consumidor de cultura, que ocupa o seu tempo de lazer num meio social em que não precisa de encontrar nenhuma continuidade em discussões.

“Actualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa de ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos – e entre eles em primeiro lugar o mais característico, o filme sonoro – paralisam essas capacidades em virtude da sua própria constituição objectiva.”  
(Adorno & Horkheimer, 1944: 119)

Com o consumo coletivo perde-se a comunicação pública sobre o assimilado.

“O consumismo cultural desenvolve-se à margem dos públicos tradicionais (os círculos de cultura que dinamizavam tanto a produção como a receção das obras de arte), passando antes a objectivar uma massa, definida exclusivamente pela sua capacidade aquisitiva de bens; com esta viragem, a dinâmica cultural adquire uma nova razão de ser fundamental: o valor mercantil.”  
(Centeno, 2012: 78)

Da produção ao consumo, o ciclo cultural desenvolve-se segundo os padrões consumistas e passa a estar subordinado à lógica do lucro.

“A dependência em que se encontra a mais poderosa sociedade radiofónica em face da indústria eléctrica, ou a do cinema relativamente aos bancos, caracteriza a esfera inteira, cujos sectores individuais por sua vez se interpenetram numa confusa trama económica.” (Adorno & Horkheimer, 1944: 115)

A designação de cultura de massa resulta da sujeição às necessidades de distração e diversão de grupos de consumidores com níveis de formação relativamente baixos, em vez de, inversamente formar o público. A grande massa é perspectivada, seguindo os teóricos da Escola de Frankfurt ou, também designada, Teoria Crítica, pela negativa, ela é constituída por incultos não instruídos e não cultivados. Para Theodor Adorno (1903-1969), um dos teóricos de referência dessa escola e de quem Jürgen Habermas foi aluno,

“as massas não são o factor primeiro, mas um elemento secundário, um elemento de cálculo; acessório da maquinaria. O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas o seu objecto.” (Adorno, 1987: 288)

já que a mercantilização da cultura resulta dos meios de comunicação de massa, da tecnologia e sua consequente capacidade de reprodução e seriação. Estaríamos a assistir “à dissolução das

clivagens classistas, regionais, sexuais, étnicas, etc., pela força de um consumo nivelador, baseado no mínimo denominador comum de gostos e atitudes” (Lopes, 2000: 52).

O mercado desempenha um papel central em todo este processo: à medida que permite ao público o acesso a bens culturais cada vez mais baratos, facilita economicamente o acesso a um público cada vez maior, fazendo com que a cultura se afaste dos momentos em que a recepção exige uma certa escolarização. “Lidar com cultura exercita o espírito, ao passo que o consumo de cultura de massa não deixa qualquer rasto; transmite uma espécie de experiência que não é cumulativa, mas regressiva.” (Habermas, 1962: 290). Transitou-se do discurso cultural para o consumismo cultural, de uma cultura claramente separada do mercado para um produto de entretenimento consumido nos tempos livres<sup>3</sup>.

“Este processo delimita claramente um núcleo preciso de interesses sociais (e de interessados): os interesses económicos que podem estender a sua actividade social (e as possibilidades de obtenção de benefícios) a um domínio até então quase incólume à lógica mercantil.” (Centeno, 2012: 79).

O consumo público sai sacrificado, na medida em que a mercantilização dos bens culturais interrompe as experiências da troca subjetiva e da comunhão de sentimentos.

---

<sup>3</sup> A mercantilização da produção cultural começa com a edição de livros, seguida do teatro que passa para salas de espetáculos, a música que passa a ser ensinada e admirada em auditórios; as pinturas expostas em museus e o mercado das cópias de quadros (Santos Silva, 2011a).

“O princípio impõe que todas as necessidades sejam apresentadas (ao consumidor) como podendo ser satisfeitas pela indústria cultural, mas, por outro lado, que essas necessidades sejam de antemão organizadas de tal sorte que ele se veja nelas unicamente como um eterno consumidor, como objecto da indústria cultural.” (Adorno & Horkheimer, 1944: 133)

Os teóricos da Escola de Frankfurt também têm uma ideia clara em relação ao papel dos meios de comunicação de massa no consumismo cultural, já que captam o público enquanto ouvinte ou espectador, tirando-lhe a distância da ‘emancipação’, ou seja, a oportunidade de se envolverem em discussões. O raciocínio de um público-leitor dá tendencialmente lugar à troca de opiniões e preferências dentro da família, do grupo das pessoas com a mesma idade, dos colegas de trabalho e da vizinhança.

Os meios de comunicação de massa só aparentemente recriam uma esfera pública que cede o seu lugar à indústria cultural, “a imprensa enquanto meio potencial de promoção do diálogo público é destronada pelos *mass media*, profundamente imiscuídos numa estrutura de dominação que se expande da esfera da produção para todos os aspetos da vida social” (Centeno, 2012: 81). Os *mass media* tornam-se produtores da ‘consciência de uma única dimensão’, tal como destaca Herbert Marcuse (1898-1979), na medida em que aceita e reflete a ordem social existente, rejeitando qualquer tentativa de falar de valores ou de possibilidades além dela.

O aparecimento dos *media* comerciais contribuiu para uma rutura entre a imprensa e um público ativo. “Se antes se convidava o leitor a participar no debate e na ação, agora oferece-se um ‘*state of the art*’ do próprio mundo dirigido a um público que não se reconhece, na medida em que está excluído, ausente.” (Centeno, 2012: 81).

A ‘cultura’ que os meios de comunicação de massa difundem é uma cultura de integração: integra informação e raciocínio, formas publicitárias com formas literárias.

“A esfera pública assume funções de propaganda: quanto mais ela pode ser utilizada como meio de influir política e economicamente, mais apolítica ela se torna e mais aparenta estar privatizada. (...) A esfera pública crítica é absorvida pela esfera pública do consumismo cultural.” (Centeno, 2012: 82)

A este processo não é alheio o aparecimento de formas tecnologicamente mediatizadas de comunicação pública. Com elas, a visibilidade dos domínios do público e do privado modifica-se, deixando de estar associada à partilha de um mesmo espaço físico.

“Hoje os jornais e as revistas, a rádio e a televisão são os media da esfera pública” (Habermas, 1964: 49), são o principal instrumento de transmissão do discurso e o próprio espaço de exercício e de formação da opinião pública, assumindo-se nessa medida como verdadeira instância de socialização em matérias relativas à formação cívica e política dos cidadãos.

No entanto, o conteúdo concreto do espaço público é condicionado pela forma como as mensagens dos *mass media* são reapropriadas pelos agentes sociais no contexto da sua vida quotidiana. As mensagens mediáticas raramente valem por si só: elas são objeto de reelaborações discursivas ao nível da receção que as reconduzem ao discurso público – o discurso que flui na comunicação quotidiana. Estamos perante uma comunidade de públicos, em que os órgãos de comunicação de massa ampliam e animam o meio de comunicação fundamental, a discussão.

O que quer dizer que paralelamente a este processo existem pessoas, ainda que isoladas, que ainda procuram formar literariamente a sua opinião, no entanto, apesar de disporem de uma opinião capaz de se tornar pública, ela é de facto não-pública na medida em que circula num meio relativamente restrito. É a esfera da comunicação de uma opinião não-pública,

“A relação de comunicação de um público de pessoas privadas que faz uso da sua razão desfez-se; a opinião pública que em tempos dela resultava decompôs-se em parte em opiniões informais de pessoas privadas sem um público e em parte concentrou-se nas opiniões formais das instituições publicisticamente activas.” (Habermas, 1962: 404)

Uma opinião rigorosamente pública só pode estabelecer-se à medida que os dois sectores da comunicação, o formal e o informal, passem a ser mediados por um outro que é o da ‘publicidade crítica’. Tal mediação só é possível através da participação de pessoas privadas num processo de comunicação formal conduzido através das esferas públicas internas às organizações.

## O discurso e as suas propriedades curativas

A par das formas espetaculares que as tecnologias proporcionam, circulam também as formas discursivas convencionais, disponíveis em articulações racionais que podem dar lugar a processos de esclarecimento. Apesar da crise da comunicação pública que caracteriza as sociedades contemporâneas, Habermas continua a promover a força do melhor argumento e a reafirmar as propriedades curativas do discurso, o que lhe permite afirmar que o espaço público das sociedades pós-liberais não se esvaziou por completo das suas tradicionais funções críticas e emancipadoras. O potencial inacabado do projeto iluminista tem condições de se atualizar.

A questão fulcral que permite operar uma viragem teórica nesta matéria passa por considerar a linguagem e a comunicação como *medium* por excelência de afirmação da condição humana. As formas generalizadas de comunicação (das quais fazem parte os meios de comunicação de massa) não suprimiram a compreensão pela linguagem.

O entendimento dos fenómenos da cultura e da comunicação passa pelos processos de massificação (de uma comunicação altamente formalizada, abstrata e mediatizada), não perdendo de vista os mecanismos convencionais da atividade simbólica e afastando a ideia de pura manipulação. É necessário ter também presente que o conceito de massa é a banalização de uma realidade social complexa, em que confluem diversas formações

sociais e o de cultura de massa apenas dá conta de uma única dimensão da cultura e da comunicação atuais.

As tensões que se fizeram e fazem sentir no interior do campo dos *media* geram contra movimentos culturais questionantes e críticos dos fenómenos da massificação e os próprios efeitos ‘destrutivos’ desses mesmos fenómenos nunca chegaram a ser totais e irremediáveis, nem é credível que alguma vez cheguem a ser.

“O contributo de Habermas vai no sentido de redescobrir as propriedades curativas do diálogo, na medida em que todas as formas de comunicação humana, mesmo sob a disseminação das massas, são essencialmente relações entre indivíduos que derivam da estrutura elementar que é o diálogo, a partilha de expectativas de comportamento intersubjetivamente válidas.”  
(Centeno, 2012: 90)<sup>4</sup>

As práticas esclarecidas constroem-se no seio da competência comunicativa que os participantes usam mesmo sob condições díspares de comunicação.

---

<sup>4</sup> Esta conceção dialógica da esfera pública tem sido alvo de crítica. Segundo John B. Thompson, esta conceção não ilustra a comunicação estabelecida através dos meios de comunicação de massa e consequentemente o tipo de esfera pública que desencadearam, já que a situação que geraram, onde a receção dos produtos se converteu numa forma de apropriação privada, tem pouco a ver com o intercâmbio dialógico que caracterizou os indivíduos que se reuniam nos cafés e nos salões no início da Europa moderna. Sendo assim considera que os meios de comunicação em massa criaram um novo tipo de publicidade (‘publicness’) que se desvinculou da conceção da participação que tem de acontecer num espaço comum. “Ela se des-espacializou e tornou não-dialógica, à medida que se vinculou crescentemente à classe específica de visibilidade produzida e factível pelos meios de comunicação (especialmente a televisão).” (Thompson, 1996: 11)

A própria esfera do consumo tem de ser vista como uma esfera complexa de experiências vividas, de competências e situações em que coabitam elementos contraditórios<sup>5</sup>. Elas são práticas críticas no seio da vida quotidiana, ligadas muitas vezes a elementos da cultura popular, em que os indivíduos analisam criticamente a situação e adaptam a receção às suas próprias necessidades<sup>6</sup>.

A conceção pragmática da comunicação, em que o diálogo proporciona a partilha de expectativas de comportamento intersubjetivamente válidas, repõe a questão do consumo ao revelar que atendemos, não só ao conteúdo das mensagens veiculadas pelos *mass media* (imprensa, cinema, rádio, fotografia e televisão), mas também às relações que se estabelecem entre o comunicador e a sua audiência, ou seja, a mensagem dá conta da natureza da relação social estabelecida. Um ato de fala ao afirmar qualquer coisa sobre o mundo simultaneamente invoca uma relação entre falante e ouvinte. “As notícias dizem-nos não só o que aconteceu no mundo hoje mas quem somos na relação com esse mundo.” (Hallin, 1985: 123).

---

5 A conceção de Habermas na fase posterior da sua obra relativamente à receção dos produtos dos meios de comunicação de massa distancia-se da conceção defendida pelos pensadores da primeira Teoria Crítica, que a entendiam como um ato manipulado e irreflexivo de consumo, acentuando a passividade dos indivíduos. Em vez disso, Habermas acentua o facto de os indivíduos se situarem em contextos socio-históricos definidos, o que faz com que recebam as mensagens em distintos graus de atenção, as interpretem ativamente, lhes atribuem sentido e as relacionem com outros aspetos das suas vidas. A apropriação das mensagens é um processo em que os indivíduos constroem ativamente o sentido e adaptam as mensagens ao seu contexto socio-histórico, transformando-as no decorrer do processo de assimilação.

6 Pense-se nas manifestações nacionais pela cultura em inícios de junho de 2020, sob o lema “Parados. Nunca Calados”; são atividades concretas que atraem a atenção de outros grupos cujos membros são potenciais participantes de uma prática ‘iluminada’, neste caso para obrigar o Estado português a intervir na área da cultura, fortemente afetada pela pandemia por SARS CoV-2.

As relações sociais estabelecidas dependem das relações sociais que caracterizam as profissões implicadas, pense-se nos jornalistas ou em todos os profissionais ligados à produção cultural, como sejam, diretores artísticos, gestores culturais, programadores, etc. Peter Grahame salienta que a aplicação da pragmática à clarificação de casos particulares requer uma estratégia complementar, que mostre como é que a situação do participante é compreensível não só em termos de qualificações gerais para o discurso, mas também em termos de membro de práticas culturais particulares. “Proponho designar esta estratégia complementar ‘pragmática cultural’. Nela a reflexão sobre a pertença cultural é a condição para analisar as determinações particulares da validade.” (Grahame, 1985: 152). Complementa a pragmática formal, na medida em que clarifica o horizonte particular dentro do qual as pretensões de validade do que é afirmado se articulam.

## **O papel da crítica**

Da esfera da crítica passou a fazer parte um conjunto de especialistas (de entre os profissionais dos meios de comunicação é importante distinguir os que só desenvolvem o vetor informativo, os jornalistas, e os que desenvolvem os dois vetores, os críticos<sup>7</sup>) que tem como função informar e contribuir para

---

<sup>7</sup> “Os jornalistas desenvolvem uma primeira intermediação com os públicos, dando a conhecer, através dos canais vários da Comunicação Social, a existência de um espectáculo, a sua data, o seu local e toda uma série de informação complementar sobre os artistas e conteúdos do espectáculo. Desde logo, a existência do espectáculo, na medida em que lhe garante uma visibilidade pública, tão mais destacada quanto a importância do espectáculo. (...) Os críticos situam-se numa escala de comentadores especializados que, para além de um papel informativo, fornecem uma primeira apreciação dos espectáculos, interpretando-os e avaliando-os.” (Madeira, 2002: 127)

a apreciação pública dos eventos, o seu papel situa-se ao nível da divulgação e valoração da obra, geralmente pós-criação e produção. Desenvolvem, portanto, um importante papel de mediação entre a esfera da criação e os públicos/espectadores, sendo concorrentes e cúmplices dos programadores no ato de ‘nomear’ os valores artísticos (Madeira, 2002: 127). A crítica aos eventos é também uma crítica à seleção programática e aos ‘autores da programação’.

Quer os críticos, quer os programadores detêm saberes específicos (teóricos e práticos) e familiaridade com a esfera pública cultural, o que lhes confere o direito de discernir o legítimo do ilegítimo, bem como produzir ‘discursos autorais’. Detêm o ‘poder simbólico’,

“poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a acção sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou económica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for *reconhecido*, quer dizer, ignorado como arbitrário. Isto significa que o poder simbólico (...) se define numa relação determinada – e por meio desta – entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitos, quer dizer, isto é, na própria estrutura do campo em que se produz e se reproduz a crença.” (Bourdieu, 1989: 14-5).

O crítico desenvolve uma ‘informação contextualizada e enquadrada’ (categoriza e classifica a obra), uma ‘reflexão judicativa’

(valoração estética da obra nas suas qualidades e defeitos intrínsecos) e uma ‘reflexão interpretativa’ (preocupação em tornar o evento inteligível e passível de apreensão por parte dos públicos). Este tríptico confere ao crítico a capacidade de gerar a celebração da obra de arte e dos seus intervenientes (Madeira, 2002: 129).

“Não se consegue imaginar como é que o público pode ser constituído, como se pode expressar, participar, ter um efeito, sem a mediatização das várias formas de comunicação de massas. Tornar algo público significa apresentá-lo nos media; manter algo fora dos media corresponde a uma aniquilação simbólica.” (Livingstone, 2005: 26)

Quando os públicos entram em contacto com as manifestações artísticas e os diferentes pontos de vista oferecidos pelos meios de comunicação de massa e mais recentemente pelos media digitais, são audiência antes de ser espectadores, o que configura a importância da atividade destes meios. Com esta indicação, não queremos opor o conceito de audiência ao de público, até porque as relações comunicacionais atuais,

“são caracterizadas quer pela mediação dos públicos, quer pela participação em audiências. (...) Num mundo mediatizado, as audiências e os públicos, bem como as comunidades, as nações, os mercados e as multidões são compostas pelas mesmas pessoas” (Livingstone, 2005: 17).

Também não queremos opor a função desses meios de divulgação de eventos e manifestações artísticas com a de crítica e reflexão, “por um lado, o jornalismo cultural insere-se na lógica de mercado e do entretenimento; por outro, permanece como espaço de produção intelectual, com uma forte presença autoral, opinativa e analítica que extravasa as fronteiras da mera cobertura noticiosa” (Santos Silva & Silva, 2017: 91). Contrariando os resultados de alguns estudos (Baptista, 2017; Santos Silva, 2012), que mostram como a crítica tem vindo a perder terreno quando comparada com outros géneros como a *review* ou o roteiro, é fundamental o recentramento da atividade do jornalista cultural na enunciação pública de juízos de valor para assim enformar o tornar comum. Concordamos e destacamos J. S. Faro (2007) quando afirma que a atividade jornalística dedicada à cultura,

“não pode ser vista apenas como uma operação que reitera os valores e os signos da cultura de massa, meramente voltada para o entretenimento, mas deve ser vista também como um espaço público de reflexão e análise de questões que a produção intelectual (artística ou académica) suscita no conjunto da sociedade” (*apud* Santos Silva, 2011: 110).

As modalidades de tornar comum exercidas pelos diferentes meios de comunicação devem, assim, continuar as funções de mandatários e pedagogos de um público que delas precisa para se esclarecer.

## Bibliografia

Adorno, T. & Horkheimer, M. (1985). *Dialéctica do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos* (or. Dialektik der Aufklärung – Philosophische Fragmente), Rio de Janeiro, Zahar.

Adorno, T. (1987). “A Indústria Cultural” in Cohn, G. (org.), *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: T. A. Queiroz Editor, pp. 285-295.

Baptista, C. (org.) (2017). *A Cultura na Primeira Página - Uma década de jornalismo cultural na imprensa em Portugal*. Lisboa: Escritório Editores.

Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.

Centeno, M. J. (2012). *As Organizações Culturais e o Espaço Público, A Experiência da Rede Nacional de Teatros e Cineteatros*. Lisboa: Colibri/IPL.

Esteves, J. P. (2003). *A Ética da Comunicação e os Media Modernos, Legitimidade e Poder nas Sociedades Complexas*, 2<sup>a</sup> ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Grahame, P. (1988). “Criticalness, Pragmatics, and Everyday Life: Consumer Literacy as Critical Practice” in Forester, J. (ed.), *Critical Theory and Public Life*. Cambridge: The Mit Press, pp. 147-174.

Habermas, J. (1964). “The Public Sphere: An Encyclopedia Article”, *New German Critique*, 3 (Fall), pp. 49-55.

\_\_\_\_\_ (2012). *A Transformação Estrutural da Esfera Pública* (or. Strukturwandel der Öffentlichkeit), Lisboa: FCG.

Hallin, D. (1988) – “The American News Media: A Critical Theory Perspective” in Forester, J. (ed.), *Critical Theory and Public Life*, Cambridge: The Mit Press, pp. 121-146.

Hohendahl, P. (1992). “The Public Sphere: Models and Boundaries” in Calhoun, C. (ed.) – *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: The MIT Press, pp. 99-108.

Kant, I. (1996). "An Answer to the Question: 'What is Enlightenment?'" in Cahoone, L. (ed.), *From Modernism to Postmodernism: An Anthology*. Oxford: Blackwell Publishers, pp. 51-57.

Livingstone, S. (ed.) (2005). *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere, Changing Media, Changing Europe*, Vol. 2. Bristol: Intellect Books.

Lopes, J. T. (2000). *A Cidade e a Cultura*. Porto: Afrontamento.

Madeira, C. (2002). *Novos Notáveis, os Programadores Culturais*. Oeiras: Celta.

Santos Silva, D. & Silva, M. T. (2017). "Definições, tendências e marcas discursivas do jornalismo cultural" in Baptista, C. (org.), *A Cultura na Primeira Página - Uma década de jornalismo cultural na imprensa em Portugal*. Lisboa: Escritório Editores, pp. 87-108.

Santos Silva, D. (2012). *Cultura e Jornalismo Cultural - Tendências e Desafios no Contexto das Indústrias Culturais e Criativas*. Lisboa: Media XXI.

Santos Silva, D. (2011). "Possibilidades políticas do jornalismo cultural digital na perspectiva da democracia deliberativa", *Estudos em Comunicação*, nº9, pp. 103-117.

Thompson, J. B. (1996) – "La Teoría de la Esfera Pública", *Voces y Culturas*, nº 10, Barcelona, pp. 1-12.

## Subsetores de Arte e Cultura nos jornais *Folha de São Paulo e Público* (2018)<sup>1</sup>

*Arts and culture subsectors in Folha de São Paulo and Público* (2018)

Mariana Scalabrin Müller – CECS-UMinho  
[marianasmuller@gmail.com](mailto:marianasmuller@gmail.com)

<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.8>

Recebido / Received 30.05.2020	Aceite / Accepted 18.06.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Müller, M. S. (2021). “Subsetores de Arte e Cultura nos jornais *Folha de São Paulo e Público* (2018)”. In Lourenço, J. & Lopes, P. (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M & UAL. (pp. 163-187), disponível em: <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4756> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.8>

---

1 Investigação desenvolvida no âmbito do Doutoramento FCT em Estudos de Comunicação: Tecnologia, Cultura e Sociedade, do qual a autora é bolsreira (PD/BD/128179/2016).



## Resumo

Este capítulo apresenta resultados de uma Análise de Conteúdo (Neuendorf, 2002) aplicada a 632 peças publicadas em 2018, na seção digital de cultura dos jornais *Folha de São Paulo* e *Público*. Centra-se na análise do que designamos Subsetores de Arte e Cultura. Foram utilizadas palavras-chave sobre Brasil para selecionar a amostra do jornal *Público* e sobre Portugal para compor a amostra da *Folha*. Parte-se da perspectiva construcionista de compreensão do jornalismo (Alsina, 2009) e do entendimento de que a análise de coberturas permite a identificação de mapas de significado ou supostos consensos sobre a sociedade, em determinados períodos ou locais (Hall, Critcher, Jefferson, Clarke & Roberts, 1999). Nos dois jornais, os subsectores predominantes foram Música, Livros e Cinema. Entre os subsectores pouco representados estão Arte de Rua, Gastronomia, Design, Economia da Cultura, Performance e Política Cultural.

## Abstract

This chapter presents results of a Content Analysis (Neuendorf, 2002) applied to 632 pieces published in the digital culture section of the newspapers *Folha de São Paulo* and *Público* in 2018. It focuses on the analysis of what we call Arts and Culture Subsectors. Keywords about Brazil were used to select the sample from *Público* newspaper and about Portugal to compose *Folha's* sample. It is based on the constructionist perspective of journalism (Alsina, 2009) and on the understanding that the analysis of coverage allows the identification of maps of meaning or supposed consensus about society in certain periods or places (Hall, Chritcher, Jefferson, Clarke & Roberts, 1999). In both newspapers, the predominant subsectors were Music, Books and Cinema. Street Art, Gastronomy, Design, Culture Economics, Performance and Cultural Policy are among the underrepresented sectors.

## Introdução

Este capítulo integra uma investigação maior sobre a cobertura jornalística da cultura no Brasil e em Portugal. Tem como particularidade o uso de uma perspectiva cruzada, ou seja, mapeia, a partir de palavras-chave, referências ao Brasil no jornal português *Público* e a Portugal no brasileiro *Folha de São Paulo*. Centramos nosso olhar a uma variável que designamos como Subsetores de Arte e Cultura.

Este texto inicia com uma perspectiva teórica sobre a prática jornalística e, a seguir, sobre o jornalismo cultural. Apresentamos, também, resultados de outras investigações que abordam subáreas da cultura. Na sequência, há uma descrição de nosso percurso teórico e a apresentação do panorama dos subsectores nos jornais *Folha de São Paulo* e *Público* em 2018, suas divergências e convergências.

### **1. O processo de construção das notícias: aspectos relevantes**

O jornalismo cultural, foco deste capítulo, carrega inúmeras especificidades e, ainda assim, está ancorado em elementos estruturantes da prática. Conforme Baptista (2017) está também embrenhado nos mesmos constrangimentos que afetam qualquer outro exercício do jornalismo. Desse modo, iniciamos nosso percurso com a apresentação de alguns construtos teóricos sobre a prática jornalística que consideramos essenciais para a compreensão da cobertura de cultura.

A partir da concepção de construção social da realidade (Berger & Luckman, 2010), Alsina (2009) afirma que é atribuído aos jornalistas um papel socialmente legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como uma realidade pública e relevante no contexto social. Desse modo, a construção social da realidade por parte dos média envolve a produção, a circulação e o reconhecimento do que é produzido. A relação entre jornalistas e seus destinatários é, portanto, essencial e se dá a partir de um contrato de confiança, que é social e construído historicamente (Alsina, 2009).

Assim, é necessário encarar o processo de construção das notícias como algo complexo. Na etapa de seleção dos fatos que serão transformados em peças, Hall *et. al* (1999) identificam a presença de uma ideologia profissional sobre os fatos que devem ser transformados em notícias. Nessa etapa, os valores-notícia do jornalista são parte estruturante do processo, uma vez que fornecem critérios para se decidir, de forma rotineira, o que merece destaque ou não. Em uma segunda etapa, os fatos são inseridos em um contexto social familiar ao público, ou seja, são identificados e contextualizados pelos jornalistas a partir de um processo de significação que é social, já que leva em conta supostos conhecimentos culturais partilhados entre os membros de uma sociedade, que têm acesso aos mesmos mapas de significado.

O processo social de tornar um fato ou acontecimento inteligível é constituído por uma série de práticas jornalísticas que

compreendem, conforme Hall *et. al* (1999, p.226), “suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona”. Desse modo, a análise desses mapas de significado permitiria a identificação de interesses, valores e preocupações dominantes ou fundamentais em um determinado contexto. Destaca-se, assim, a importância da investigação sobre coberturas jornalísticas.

Para compreender o processo de construção das notícias, Berger (2003) aproxima o conceito de campo<sup>1</sup>, desenvolvido por Pierre Bourdieu, dos estudos de jornalismo. Assim, a autora (Berger, 2003) afirma que o campo do jornalismo detém, de forma privilegiada, o capital simbólico<sup>2</sup>, o que significa que seu principal capital é a credibilidade. Quando seleciona fatos para serem transformados em notícia, o jornalismo os confere sentido e lugar no mundo por meio do seu discurso. Na edição, há uma disputa em torno do ato de nomear, que enfatiza o poder simbólico<sup>3</sup>. Isso se dá porque é esse ato que permite incluir ou excluir, legitimar ou não, dar voz, publicizar ou tornar público fatos, acontecimentos, sujeitos, movimentos etc. Ainda que o processo de elaboração

---

1 De acordo com Bourdieu (2004, 2005, 2008, 2010, 2011), o campo é um espaço simbólico com posições estruturadas em que agentes lutam por um capital comum. Assim, a sociedade estaria dividida em diferentes campos sociais, onde poder e espaço são disputados. Na perspectiva de Bourdieu, ainda haveria um princípio estruturador das ações sociais e comportamentos, que é necessário para conhecer as regras do jogo e, portanto, adquirido por meio da experiência e da posição no mundo social, o *habitus*.

2 Na conceituação de Bourdieu (2004, 2005, 2008, 2010, 2011), a noção de capital simbólico está inserida em uma proposta ampla, que busca compreender o mundo social. Trata-se de um sistema amplo de trocas dentro e através dos campos com ativos de diferentes tipos ou valores. Cada campo teria o seu capital simbólico ou recurso principal, capaz de gerar disputa.

3 Bourdieu (2010) define o poder simbólico como um poder invisível que só pode ser exercido a partir da cumplicidade daqueles que não querem saber que *lhe* são sujeitos ou que o exercem. Trata-se, portanto, de um poder que necessita de reconhecimento.

das notícias seja extenso e inclua diferentes profissionais, o poder simbólico está, para Berger (2003), concentrado na edição.

## **2. Jornalismo cultural: visibilidade e mediação**

Para iniciar uma reflexão acerca do jornalismo cultural cabe especificar a respeito do que estamos falando. De forma resumida, abordamos aqui as seções designadas como culturais dentro dos média. Ou seja, de um espaço reservado para as temáticas que determinado meio de comunicação considera como cultural, assim como faz com outros temas como Economia, Política ou Saúde. Interessa-nos, portanto, o que os média classificam como cultural e, conseqüentemente, de que modo o fazem. Tendo em conta os construtos teóricos que elencamos anteriormente, ao classificar determinado produto ou sujeito, por exemplo, como pertencente à seção cultural, a prática jornalística contribui para a sua legitimação e, ao mesmo tempo, para a construção de uma noção partilhada sobre o que é cultural e o que não é.

Tanto os suplementos quanto a cobertura diária de cultura, em seções digitais ou impressas, carregam a questão da visibilidade como marca. Ser abordado pelo jornalismo cultural significa ser destacado no todo da produção cultural e, por consequência, acumular prestígio. Trata-se de uma lógica inserida no processo de criação, circulação e consagração de bens simbólicos, de Bourdieu (2004, 2005, 2008, 2011), e também na proposta de mediadores culturais (Janssen & Verboord, 2015).

De forma sucinta, podemos dizer que Bourdieu (2005) apresenta um sistema de relações objetivas entre as diferentes instâncias definidas pela função que cumprem entre produção, reprodução e difusão de bens simbólicos. Assim, a produção cultural é resultado de um jogo amplo, que resulta em uma disputa pela hegemonia da consagração. Essa disputa acaba por favorecer a lógica da distinção, seja de um livro, de um artista ou de uma instituição. Quando seleciona o que será notícia, o jornalismo acaba por estar inserido nessa lógica de distinção e de consagração de determinados produtos culturais em detrimento de outros.

Nessa perspectiva, o prestígio é considerado um capital de viés simbólico, reconhecido e útil no campo da arte, capaz de conferir autoridade (Bourdieu, 2004, 2008). Quem detém prestígio, um artista, por exemplo, também tem a capacidade de consagrar outros artistas, produtos ou manifestações artísticas. Desse modo, a noção de assinatura ou de grife é visível nas coberturas jornalísticas da cultura. Em uma lógica circular, podemos dizer que a cobertura cultural é uma instância de legitimação para artistas, produtos ou instituições culturais e, ao mesmo tempo, o prestígio desses agentes contribui, de forma positiva, para a consagração do meio de comunicação social em questão.

Tendo em conta, também, as concepções desenvolvidas por Pierre Bourdieu a respeito dos bens simbólicos, Janssen e Verboord (2015) enfatizam o papel dos chamados mediadores culturais ou gatekeepers. Trata-se de papéis fundamentais no processo de consagração, atuando na manutenção da reputa-

ção e, até mesmo, na sobrevivência dos artistas. Uma série de profissionais atuam como mediadores, entre eles os jornalistas, com atuação em dois momentos: na venda dos produtos e em uma fase de avaliação, classificação e criação de significado sobre eles. A primeira delas envolve estratégias de relações públicas e de assessoria de imprensa com o objetivo de conseguir espaço na cobertura jornalística. Na segunda etapa, destaca-se o papel de críticos e resenhistas, que acabam por interferir na reputação daquilo que avaliam e, ao mesmo tempo, reforçam a sua autoridade.

Compreendemos, então, que a visibilidade e o prestígio são fundamentais para agentes e produtos culturais e que o jornalismo tem um papel importante nesse ciclo, uma vez que é capaz de atuar como mediador entre produtores (artistas, instituições, coletivos etc) e consumidores culturais (espectadores, leitores, ouvintes etc). Reforça-se, então, a importância de mapear a presença de determinados setores e subsetores de arte e cultura na cobertura jornalística em diferentes períodos e locais.

Há uma série de estudos longitudinais e comparativos que buscam fazer essa análise em diferentes contextos. Em uma investigação focada em jornais populares e de elite dos Países Baixos, Janssen (1999) mapeou quais bens culturais haviam ganhado ou perdido espaço na cobertura entre 1965 e 1990. Os temas que ganharam diferem um tanto entre os dois tipos de jornais selecionados: música pop, literatura e cinema nos jornais de elite; música pop, musicais, concertos e espetáculos do tipo cabaret

nos populares. Por outro lado, as subáreas que mais perderam espaço são as mesmas nas duas categorias de jornais: teatro, música clássica e arte aplicada (inclui arquitetura, moda e design).

Também foi possível identificar uma alteração nos tópicos predominantes em uma investigação que analisou quatro jornais com diferentes perspectivas editoriais na Dinamarca, entre 1890 e 2008. Teatro e cultura folk, predominantes no começo do século XX, perderam espaço para, entre outros temas, música popular, os média e a chamada cultura de celebridades (Kristensen, 2010). Ao mesmo tempo, Kristensen (2010) identifica uma tendência híbrida, ou seja, de haver mais de um subsetor em uma mesma peça. A autora acredita que o jornalismo cultural está expandindo seu foco, sua interpretação e sua apresentação da cultura, em linha com mudanças na indústria do consumo e com a competitividade e o profissionalismo no campo dos média.

Em uma investigação recente realizada em quatro diários, um semanário e uma revista portugueses, focada em peças que ganharam destaque na primeira página, foi identificado um domínio dos mesmos temas nos dois anos analisados: Música, Literatura e Cinema. Houve em crescimento leve entre 2000 e 2010: Música passou de 22% para 23%, Literatura de 19% para 22,9% e Cinema de 18% para 21,9% (Baptista, 2017). Os resultados são semelhantes aos encontrados por Santos Silva (2016) em uma análise que considerou apenas a edição digital do jornal

Público em 2014: Cinema (31%), Música (22%) e Livros (11%) predominaram.

### **3. Descrição metodológica**

Este capítulo apresenta, como já mencionamos, uma parte dos resultados encontrados em uma investigação maior e, desse modo, seu desenho de investigação está estruturado tendo em conta os objetivos da investigação como um todo. Apresentamos aqui, de forma breve, elementos essenciais para a compreensão dos resultados, por exemplo, a definição do objeto empírico, a construção da amostra e o uso da Análise de Conteúdo.

#### **3.1 Objeto empírico: os jornais *Folha de São Paulo* e *Público***

A escolha dos jornais *Folha de São Paulo* e *Público* estruturou-se em torno de dois elementos principais, os objetivos do projeto de investigação e a viabilidade da coleta de dados. A composição do objeto empírico com um jornal brasileiro e um português se deve à investigação maior em que esse capítulo se insere, o foco na edição digital e a atenção ao modo como estruturam a cobertura jornalística da cultura também. Dentro da lógica dos objetivos de investigação, também privilegiamos jornais apresentados como nacionais em detrimento dos regionais. Em relação à viabilidade, destacamos a busca por dois média que apresentassem um arquivo digital com diferentes possibilidades de busca (nomeadamente uso de filtros, seleção temporal e palavras-chave). De forma muito breve, podemos dizer que esse

foi o caminho que nos levou até o jornal brasileiro *Folha de São Paulo* e ao português *Público*.

Em sua trajetória enquanto jornais impressos, tanto *Público* quanto *Folha*, concedem um espaço relevante para a cobertura de cultura. Em um momento em que cresce o encerramento dos suplementos culturais impressos em diferentes países, os dois jornais mantêm seus cadernos impressos circulando e, ainda, trazem a marca desses suplementos para o ambiente digital. O *Ípsilon*<sup>4</sup>, suplemento cultural semanal do jornal *Público*, é também o nome da seção digital de cultura do *Público* e, em paralelo, a *Ilustrada*, suplemento diário cultural da *Folha*, dá nome a seção digital de cultura do jornal<sup>5</sup>.

Há, no entanto, algumas diferenças na forma como organizam sua cobertura no ambiente impresso. A *Folha* mantém um caderno diário chamado *Ilustrada* e um suplemento semanal, o *Ilustríssima*, focado em debates do que designa como grandes temas da cultura. Há, ainda, o caderno semanal chamado *Turismo*. Já no *Público*, o *Ípsilon* é o suplemento cultural semanal e a cobertura diária está no corpo do jornal, intitulada *Cultura*, sem um caderno específico. Semanalmente, o *Público* também publica suplementos como o *Fugas*, que aborda temas como gastronomia e viagens, e o *P2*, focado em atualidades, o que inclui temas da área cultural.

---

4 Em uma alteração recente, o site do jornal *Público* adicionou a palavra “Cultura” como seção fixa na barra principal, que redireciona para a página do *Ípsilon*. O usuário ainda pode aceder a página ao clicar em *Ípsilon* também em uma barra fixa.

5 No caso da *Folha*, o usuário tem de selecionar a palavra “Cultura” na página principal e será redirecionado para a página da *Ilustrada*.

Cabe destacar, também, os dados referentes ao alcance dos jornais *Público* e *Folha de S. Paulo*, nas versões impressa e digital. De acordo com o site publicitário<sup>6</sup> do diário, a edição impressa da *Folha de São Paulo* tem uma circulação de 328,1 mil exemplares, de segunda-feira a sábado, e 336,8 mil aos domingos. O tráfego mensal do seu *site*, com dados de janeiro de 2020, é de 238 milhões de page views e de 41 milhões de visitantes únicos<sup>7</sup>. Já os dados referentes à circulação impressa do jornal *Público* não foram localizados em seu site publicitário. Em relação à edição digital, o *Público* contabiliza 11,2 milhões de page views e 2,2 milhões de visitas<sup>8</sup> em sua página principal. O material publicitário dos dois jornais afirma que a maior parte de seu público está nas classes A e B.

### 3.2 A composição das amostras

A composição das amostras dos dois jornais levou em conta a necessidade de coletar notícias do ano mais recente possível dentro do cronograma estabelecido para o projeto. Desse modo, o ano de 2018 foi escolhido para a coleta. Ainda que a questão dos arquivos digitais dos jornais tenha sido considerada desde o início, *Folha* e *Público* modificaram seus *sites* e seus arquivos no decorrer de nossa investigação. Desse modo, as peças da *Folha* puderam ser coletadas de seu arquivo, mas as do *Público* não.

---

6 Informações do Instituto Verificador de Circulação (IVC) dezembro de 2019. Acedido em abril de 2020, disponível em: [www.publicidade.folha.com.br/folha](http://www.publicidade.folha.com.br/folha)

7 Informações do Google Analytics de janeiro de 2020. Acedido em abril de 2020, disponível em: <http://www.publicidade.folha.com.br/folhadigital/>

8 Informações da Netscope relativas a novembro de 2019. Acedido em abril de 2020, disponível em: <https://comunique.publico.pt/publicidade/audiencia.html>

Foi utilizada, no caso do jornal português, a plataforma *Factiva Database*.

Outro aspecto relevante é o olhar cruzado entre os jornais, questão central para o projeto de investigação: buscamos peças sobre Portugal na cobertura cultural da *Folha* e sobre Brasil na cobertura de cultura do *Público*. Tendo em conta esse elemento, a solução encontrada para a composição da amostra foi o uso de palavras-chave para fazer a coleta. Foram utilizadas as seguintes palavras-chave para a busca das peças na seção digital de cultura do jornal *Público*: Brasil, brasileiro, brasileira, brasileiros e brasileiras. No caso da seção de cultura da *Folha*, utilizamos as palavras-chave a seguir: Portugal, português, portuguesa, portugueses, luso e lusa. Depois da coleta, foram eliminados os falsos positivos<sup>9</sup>.

Com esse processo, a amostra de peças do ano de 2018 é composta por 195 peças da *Folha* e 437 do *Público*. Ao todo, foram analisadas 632 peças em 15 variáveis diferentes. Apresentamos neste texto os resultados da variável Subsetor de Arte e Cultura, cujo objetivo era identificar os diferentes setores, áreas, produtos ou manifestações artísticas distribuídos na cobertura. Na grelha de análise havia 18 opções previstas e ainda a possibilidade de o analista adicionar uma opção, caso considerasse que as opções fornecidas não caracterizavam o setor predominante na peça.

---

<sup>9</sup> Foram considerados falsos positivos as menções que não tinham nenhuma relação direta com os países e sua produção cultural, isto é, eram coincidências ou homônimos. Entre os falsos positivos, foram encontradas peças que entrevistavam pessoas que tinham como parte de seu nome as palavras Brasil ou Portugal. Há o caso do Hospital Beneficência Portuguesa, o da banda norte-americana Portugal. *The Man* e inúmeras referências ao idioma Português.

### **3.3 A Análise de Conteúdo**

Conforme Neuendorf (2002), a AC tem, entre suas características, a capacidade de sumariar, aspecto relevante em uma amostra de tamanho grande e diversa. Desse modo, Neuendorf (2002) salienta a necessidade de um desenho estrutural prévio, que inclua decisões sobre as variáveis, suas medidas e regras de codificação. Apesar das dificuldades inerentes à noção de objetividade, é necessário que haja consistência nas decisões e que se evite, ao máximo possível, enviesamentos e tendências. Em busca da confiabilidade como um elemento necessário à AC, Neuendorf (2002) sugere que sejam feitos pré-testes entre diferentes codificadores a fim de estimar o nível de concordância entre eles, tendo em conta, também, o número de sujeitos que irá codificar a amostra final.

Desse modo, foi realizado um pré-teste nas variáveis de acordo com a equação proposta por Lacy e Riffe (1996, p.965), com um intervalo de confiança de 5%. O nível estimado de coincidência adotado foi de 80%, que leva em conta a complexidade, o tamanho da grelha proposta e o requisito mínimo proposto por Lacy e Riffe (1996). Foi encontrado 90,4% de coincidência entre os codificadores. Também foi elaborado um manual com instruções para a codificação de cada variável.

## 4. Um panorama dos Subsetores de Arte e Cultura nos jornais *Folha de São Paulo* e *Público* (2018)

### 4.1 Os subsetores na *Folha de São Paulo*

Três subsetores predominam nas 195 peças analisadas do jornal *Folha de São Paulo*: Livros (32,3% do total, 63 ocorrências), Música (21,5%, 42 ocorrências) e Cinema (19%, 37 ocorrências). Juntos, estão em 72,8% das peças publicadas em nossa amostra. Na sequência, estão Teatro com 9,2% do total (18 ocorrências), Artes Visuais (5,6%, 11 ocorrências) e Televisão (3,6%, 7 ocorrências).

Entre os menos representados, há 11 subsetores com menos de 2% do total cada. São eles: Arquitetura (1 ocorrência), Design (3), Economia da Cultura (1), Entretenimento (1), Festival Múltiplo (1), Fotografia (1), Gastronomia (3), Língua Portuguesa (3), Patrimônio Cultural (1), Política Cultural (1) e Séries (1). Juntos, esses 11 subsetores somam 8,7% do total.

Cabe destacar que caso o analista considerasse que as opções pré-estabelecidas não eram suficientes para caracterizar o subsetor predominante em determinada peça, ele tinha a opção de escrever na tabela o que considerava mais adequado. Entre os itens que foram adicionados pelo analista, a maioria aborda tópicos específicos que apareceram uma única vez, caso de Entretenimento e Festival Múltiplo, ou seja, com diferentes manifestações artísticas. Em contrapartida, há um que não estava

previsto inicialmente na grelha e apareceu mais de uma vez: Língua Portuguesa (3 ocorrências). No caso da *Folha de São Paulo*, todas as peças analisadas tiveram um subsetor identificado.

#### **4.2 Os subsetores no *Público***

Os setores que predominam na cobertura cultural do *Público* também são Música, Livros e Cinema que somados alcançam 60,2% das 437 peças analisadas. Com 33,2% do total, Música está na primeira posição entre os subsetores observados – foram 145 peças. Foram registradas 62 ocorrências do subsetor Cinema (14,2% do total) e 56 de Livros (12,8 %). Na sequência, na quarta posição, está Artes Visuais com 12,1% das peças (53 ocorrências).

Destacam-se, ainda que com percentagens inferiores, Língua Portuguesa (4,6%, 20 ocorrências) e Patrimônio Cultural (3,43%, 15 ocorrências). Como já mencionamos, Língua Portuguesa não estava previsto como subsetor na grelha de análise. Na sequência, estão os seguintes subsetores: Teatro (2,5%, 11 ocorrências), Arquitetura (2%, 9 ocorrências), Fotografia (2,3%, 10 ocorrências), Televisão (2,3%, 10 ocorrências) e Arquitetura (2%, 9 ocorrências).

Os subsetores menos representados, com porcentagens inferiores a 2% cada, são: Arte de rua (1 ocorrência), Cartoon (1), Dança (7), Design, (1), Festival Múltiplo (8), História (7), Jornalismo (2), Mais de uma subárea (2), Performance (5), Política (3),

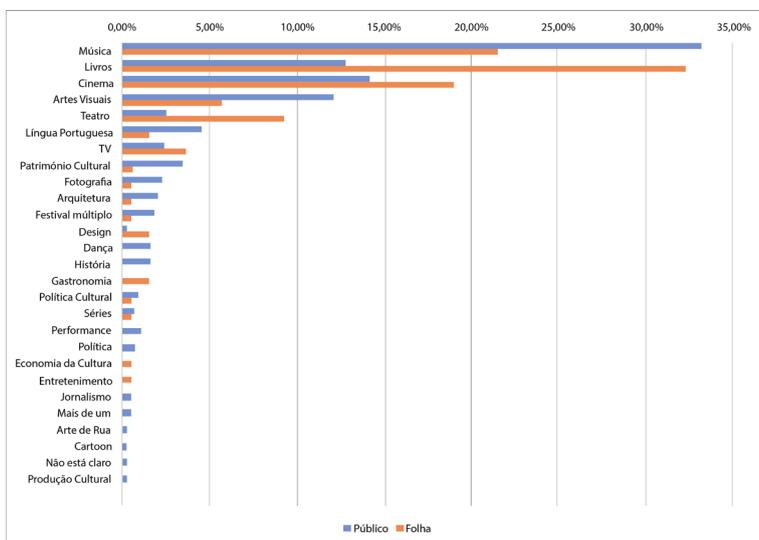
Política Cultural (4), Produção cultural (1) e Séries (3). Juntos, esses 13 subsetores somam 10,3% do total de peças. Em uma peça única não foi possível identificar o subsetor principal, o que significa 0,23% do total.

### **4.3 Convergências e divergências entre *Folha de São Paulo* e *Público***

É importante iniciar com algumas considerações gerais a respeito da cobertura cultural dos dois jornais. As amostras têm tamanhos diferentes (195 peças da *Folha* e 437 do *Público*) porque a coleta foi feita, como já mencionamos, a partir de palavras-chave. Desse modo, é possível dizer que, em 2018, há um número superior de peças do *Público* com palavras-chave relacionadas ao Brasil se comparado ao total de peças com palavras-chave relacionadas a Portugal na *Folha*. No entanto, a leitura do número total não permite saber quais peças realmente têm como foco central um artista, um produto ou uma manifestação artística de cada país, já que há muitas menções secundárias.

Nos dois jornais, há casos que não estavam previstos na grelha inicial, a maior parte com apenas uma ocorrência. Algumas vezes são denominações bem específicas, que configuram uma área ou especificidade. Um bom exemplo é *Festival Múltiplo*, ou seja, um festival que reunia diferentes subsetores e manifestações artísticas. Foram 8 ocorrências no *Público* e uma na *Folha de São Paulo*.

Há casos de subsetores que aparecem apenas na cobertura de um dos dois jornais. Na *Folha* há registros de Economia da Cultura, Entretenimento e Gastronomia, enquanto no *Público* esses três estão ausentes. Já os subsetores que estão ausentes na *Folha* mas presentes no *Público* são: Arte de rua, Cartoon, Dança, História, Jornalismo, Mais de um subsetor, Performance, Política e Produção Cultural. O Gráfico 1, abaixo, apresenta a distribuição dos subsetores nos dois jornais.



**Gráfico 1:** distribuição em porcentagem dos subsetores nos dois jornais, *Folha de São Paulo* e *Público*

O predomínio de Música nas peças do *Público* (33,2%), com palavras-chave sobre o Brasil, e de Livros (32,3%) na *Folha*, com palavras-chave sobre Portugal, chama a atenção, visto que re-

presentam, sozinhos, cerca de um terço do total de peças publicadas em cada jornal. Entre as divergências, destacamos o fato de a *Folha de São Paulo* cobrir mais Livros (32,3%), Cinema (19%), Teatro (9,2%), Televisão (3,5%) e Design (1,5%) em comparação com o *Público*.

Por outro lado, o *Público* tem mais peças, em comparação com a *Folha*, nos seguintes subsetores: Música (33,25%), Artes Visuais (12,3%), Língua Portuguesa (4,6%), Patrimônio Cultural (3,4%), Fotografia (2,3%), Arquitetura (2%), Festival Múltiplo (1,8%), Política Cultural (0,9%) e Séries (0,7%).

Entre as divergências, destacamos Artes Visuais, tema central de 12,3% das peças do *Público* (53 ocorrências) e de apenas 5,6% (11 ocorrências) na *Folha*. Ao ter em conta os títulos das peças, percebemos que três peças da *Folha* abordam o Museu de Arte de São Paulo (MASP) e duas o Instituto Inhotim, localizado em Minas Gerais. No caso do *Público*, destaca-se a presença da jornalista Isabel Salema, que assina individualmente a maior parte das peças sobre Artes Visuais da amostra, 21 de um total de 53.

Cabe mencionar, também, Língua Portuguesa, inserida manualmente nos dois jornais, com apenas 3 ocorrências na *Folha* e 20 no *Público*. Duas das peças da *Folha* são sobre o Museu de Língua Portuguesa, instituição localizada em São Paulo. Já no caso das peças do *Público*, há maior diversidade temática, mas uma concentração de formato e autoria: 15 das 20 peças sobre Língua Portuguesa são colunas de opinião assinadas por Nuno Pacheco.

Ainda nas divergências, destacamos que 9,2% (18 ocorrências) das peças da *Folha* abordaram Teatro, enquanto apenas 2,5% (11 ocorrências) das peças do *Público* trataram sobre esse tema. Nas peças do *Público*, podemos identificar que duas abordam o *Festival Internacional de Teatro de Expressão Ibérica (FITEI)* e três a artista brasileira Christiane Jatahy, que foi Artista da Cidade de Lisboa em 2018. Não há uma repetição clara de temas na amostra da *Folha*, mas identificamos que 11 das 18 peças não têm a assinatura de nenhum jornalista ou agência de notícias. Das sete peças com assinatura, cinco são da mesma jornalista, Maria Luísa Barsanelli.

Cabe destacar, também, Design e Gastronomia, previstos na grelha inicial por inserirem-se na ideia de *lifestyle*, mas que tiveram poucas ocorrências nos dois jornais. No *Público*, foi identificada apenas uma peça sobre Design e, na *Folha*, foram três sobre Design e três sobre Gastronomia. No caso das peças sobre Design, da *Folha*, todas abordam, de alguma forma, a moda. Por outro lado, a única peça publicada no *Público* sobre Design foca em uma exposição sobre o tema, que ocorreu no Museu do Design e da Moda (Mude). Já no caso da Gastronomia, duas das três peças da *Folha* abordam a atividade de chefes de cozinha. É possível que essas temáticas sejam abordadas em outras seções dos jornais, ligadas ao turismo ou à beleza, por exemplo.

Em relação às ausências de subsetores previstos na grelha de análise, destacamos o fato de nenhuma peça da *Folha*, com palavras-chave sobre Portugal, abordar os subsetores Arte de Rua,

Dança e Performance. No caso do *Público*, nenhuma peça, com palavras-chave sobre o Brasil, foca em Economia da Cultura e em Gastronomia.

Não é possível deixar de mencionar os subsetores que surgiram a partir da análise de cada peça, com o uso do recurso de preenchimento. Na *Folha*, foram inseridos os seguintes: Entretenimento, Festival Múltiplo e Língua Portuguesa. Há mais casos na cobertura do *Público*: Cartoon, Festival Múltiplo, História, Jornalismo, Língua Portuguesa, Mais de uma Subárea, Política e Produção Cultural. Apesar do caráter específico, esses subsetores indicam possíveis alterações na abrangência da cobertura cultural, inclusive porque alguns aparecem nos dois jornais, caso de Festival Múltiplo (com mais de uma subárea) e Língua Portuguesa.

## **Considerações finais**

Este capítulo apresenta um panorama sobre os subsetores identificados na seção de cultura dos jornais *Folha de São Paulo* e *Público* em amostras estruturadas a partir de palavras-chave sobre Brasil e Portugal. Leva em consideração o fato de que a visibilidade é um elemento fundamental para agentes e produtos culturais e que o jornalismo cultural está entre os mediadores que atuam nesse processo (Janssen & Verboord, 2015).

Enfatizamos, então, o fato de os dois jornais, em 2018, estarem centrados em grandes subsetores: Livros, Música e Cinema. Os

três são segmentos de tamanho considerável e com grandes agentes, como editoras, gravadoras, produtoras e distribuidoras. No caso das peças do *Público* com palavras-chave sobre o Brasil, o que predomina é a Música (32,25%). Já nas peças da *Folha* com palavras-chave sobre Portugal, o que predomina são os Livros (32,3%).

Em relação aos setores pouco representados, há aqueles que podem indicar disputas ou questões conflituosas, caso de Economia da Cultura e Política Cultural, que aparecem pouco nos dois jornais. Já Gastronomia e Design, inseridas em uma concepção mais larga de produtos culturais, que inclui o *lifestyle*, também aparecem pouco na cobertura.

Os subsetores que foram inseridos manualmente pelo codificador, ainda que sejam específicos, podem indicar possíveis alterações nas temáticas da cobertura cultural. Dois deles, Festival Múltiplo e Língua Portuguesa, aparecem na análise dos dois jornais, por exemplo. As ocorrências que abordam mais de um subsetor, caso de Festival Múltiplo (8 ocorrências no *Público* e uma na *Folha*) e Mais de um setor (2 ocorrências no *Público*) são interessantes porque Kristensen (2010) já apontava uma tendência ao hibridismo na cobertura cultural, com peças que contemplam mais de um setor. Faz sentido, portanto, acompanhar esses casos pontuais, visto que podem vir a constituir uma mudança na abrangência da cobertura jornalística da cultura.

Por fim, cabe dizer que uma compreensão mais ampla a respeito dos Subsetores de Arte e Cultura pressupõe um cruzamento

sistemático com outras variáveis como autoria, formato jornalístico, valores-notícia e fontes.

## Bibliografia

Alsina, M. R. (2009). *A construção da notícia* (1. ed.). Petrópolis: Vozes.

Baptista, C. (2017). Jornalismo cultural em Portugal – retrato de uma década e projecções para o futuro. In Baptista, C. (Ed.), *A Cultura Na Primeira Página – Uma década de jornalismo cultural na imprensa em Portugal* (pp-43-85). Lisboa: Escritório Editora.

Berger, P., & Luckmann, T. (2010). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento* (32ª ed.). Petrópolis: Vozes.

Berger, C. (2003). *Campos em confronto: a terra e o texto* (2.ed.). Porto Alegre: Editora da UFRGS.

Bourdieu, P. (2004). *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense.

Bourdieu, P. (2005). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.

Bourdieu, P. (2008). *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. 3ªed. Porto Alegre: Zouk.

Bourdieu, P. (2010). *O Poder Simbólico*. 14ªed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Bourdieu, P. (2011). *A distinção: crítica social do julgamento*. 2ªed. Porto Alegre: zouk.

Hall, S., Chritcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (1999). A produção social das notícias: o mugging nos media. In N. Traquina (Ed.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*, 2.ed.. Lisboa: Vega, pp. 224–262.

Janssen S. (1999). Art journalism and cultural change: The coverage of the arts in Dutch newspapers 1965–1990. *Poetics*, 26, pp. 329-348, disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(99\)00012-1](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(99)00012-1).

Janssen, S., Verboord, M., (2015). Cultural Mediators and Gatekeepers. In James D. Wright (ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Vol 5, pp. 440–446. Oxford: Elsevier.

Kristensen, N. N. (2010). Cultural journalism in the Danish printed press – a history of decline or increasing media institutional profiling?. *Nordic Journal of Media Studies*, 8, pp. 69-92, available in: [https://doi.org/10.1386/nl.8.69\\_1](https://doi.org/10.1386/nl.8.69_1).

Lacy, S. & Riffe, D. (1996). Sampling Error and Selecting Intercoder Reliability Samples for Nominal Content Categories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(4), pp. 963–973, available in: <https://doi.org/10.1177/107769909607300414>.

Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage.

Miguel, L. F. (1999). O Jornalismo Como Sistema Perito. *Tempo Social*, 11(1), pp. 197–208, available in: <https://doi.org/10.1590/S0103-20701999000100011>.

SantosSilva, D. (2016). *Cultural Journalism in a Digital Environment - New Models, Practices and Possibilities*. Tese de Doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal, available in: <http://hdl.handle.net/10362/17022>.

# **Mediação Cultural e Formação de Públicos: O caso da AJAGATO e da Revista *Cena's* em Vila Nova de Santo André (Alentejo Litoral)**

*Cultural Mediation and the Training of Audiences: The case of AJAGATO and Cena's Magazine in Vila Nova de Santo André (Alentejo Litoral)*

Nuno Correia de Brito – Universidade Autónoma de Lisboa

NIP-C@M

ICNOVA/FCSH NOVA

[nbrito@autonoma.pt](mailto:nbrito@autonoma.pt)

<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.9>

Recebido / Received 15.06.2020	Aceite / Accepted 25.06.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Brito, N. (2021). “Mediação Cultural e Formação de Públicos: O caso da AJAGATO e da Revista *Cena's* em Vila Nova de Santo André (Alentejo Litoral)”. In Lourenço, J. & Lopes, P. (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, (pp. 188-214), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4757>. DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.9>



## **Resumo**

O presente artigo tem como objetivo fazer uma análise sobre a ação de uma associação, enquanto mediador cultural para a área do teatro, na região do Alentejo Litoral. Recorrendo a análise documental de um período de 20 anos, à análise de conteúdo de um projeto editorial, assim como à história de vida de um dos seus principais agentes, foi possível realizar um estudo de caso, concluindo e é possível afirmar com clareza que a organização e os seus protagonistas são os responsáveis em grande parte pela formação de públicos qualificados para a área cultural, em geral, e do teatro, em particular, naquela região.

## **Abstract**

This article aims to make an analysis about the action of an association, as a cultural mediator for the theater domain, in the region of Alentejo Litoral (Portugal). Using the documental analysis of a 20-year period, the content analysis of an editorial project, as well as the life history of one of its main actors, it was possible to carry out a case study, concluding and it is possible to state clearly that the organization and its protagonists are largely responsible for the training of qualified audiences for the cultural domain, in general, and theater, in particular, in that region.

O centro urbano de Santo André, atualmente Cidade de Vila Nova de Santo André, foi inicialmente concebido para albergar todos aqueles que viriam contribuir para transformar o “megalómano”<sup>1</sup> projeto em realidade. Já em 1971, as primeiras linhas do plano começaram a ser implementadas com a criação do Gabinete da Área de Sines (GAS), através do Decreto-Lei nº270/71 de 19 de junho, durante a governação de Marcello Caetano, que lhe outorga poderes que se sobrepõem aos dos municípios.

Sete dias antes da “revolução”, a 18 de Abril de 1974, o *Diário de Notícias* noticiava o empréstimo de “cerca de um milhão de contos” da Caixa Geral de Depósitos, para a construção da refinaria de Sines<sup>2</sup>. Estava lançada a “primeira pedra” daquela que viria a ser a primeira cidade criada de raiz em Portugal no século XX. Com a criação do projeto industrial no Alentejo Litoral, os concelhos de Sines e Santiago do Cacém viriam a conhecer transformações económicas, culturais e sociais profundas.

É perante este cenário que nos posicionamos, quando ambicionamos descrever e analisar uma realidade que começou a ser definida há mais de 40 anos. Após o 25 de Abril de 1974, alterações profundas na sociedade portuguesa operaram nas suas diferentes dimensões. O processo de descolonização é descrito, por muitos autores, como sendo o fenómeno social de maior impacto no nosso país, fruto das novas visões político-adminis-

---

1 Madeira, J. (2007/2008). *A Cidade Nova*. *Revista Cena's*, nº7, pp.32-33

2 *Diário de Notícias* (1974, Abril, 18). A Caixa Geral de Depósitos emprestou à Petrosul cerca de um milhão de contos. p.1

trativas, após a revolução. Muitas daquelas pessoas que vieram, os apelidados “retornados” das antigas colónias ultramarinas, à época uma palavra de conotação negativa, encontraram em Santo André e no empreendimento industrial de Sines o seu novo projeto de vida, quer de forma passageira e temporária ou, como sabemos hoje, “para ficar”.

Pensemos num lugar onde confluem pessoas de muitas proveniências, diferentes culturas e valores. Este lugar poderia ser Santo André na sua fase inicial. No meio do “areal”, forma como muitas vezes é descrito, nasce um centro urbano, construído por blocos de cimento, muitos destes complexos habitacionais desenhados por grandes nomes da nossa melhor arquitetura contemporânea. Uma urbe desenhada a régua e esquadro, com a capacidade alojar 100 mil pessoas, a poucos metros da praia, em plena duna, entre o pinhal. Prevê rodovias amplas, poucas vias pedonais e um jardim central que funciona como o coração do local. Sem grandes infraestruturas, no início era um “não-lugar” na aceção de Marc Augé, onde muitas identidades confluíam, uma massa anónima sem raízes, em movimento passageiro de “rota migratória”.

Começam então a surgir os problemas de como integrar todas aquelas pessoas. O plano urbanístico rigoroso denominava os “bairros” identificando-os pelo número de fogos (habitações) que comportavam. Esta toponímia fria, deu lugar aos batismos populares, na tentativa de conferir identidade a um lugar estéril, mas repleto de potencialidades: “Lagartixa”, “Pôr do Sol”, “Pe-

trogal”, “Serrotes”, “Panteras”, “Azul”, “Liceu”, “Torres”, entre outros<sup>3</sup>.

A escola é vista como elemento agregador, gerador de coesão social, promotor de desenvolvimento social e cultural, como fatores impulsionadores de tudo o resto. A escola preparatória torna-se, assim, um autêntico “oásis” num imenso deserto de areia, onde os contornos identitários se vão construindo, com efeitos numa população que começa a estabelecer-se aos poucos como uma comunidade. Este artigo, revela como a escola e os professores se constituem como elementos estruturais e estruturantes da sociedade.

Falemos de educação e de mediação cultural. De acordo com o Professor Mário Primo, no seu artigo intitulado “O Teatro e a Cidade” no nº 15 da revista *Cena’s*<sup>4</sup>, refere que,

“De início, vivia-se “portas adentro, ninguém era de cá e muitos pareciam estar, apenas em trânsito, porém os filhos desenvolveram laços de pertença fortes a este lugar. Aos poucos a população foi-se enraizando e começaram a surgir algumas estruturas associativas de natureza local, desportiva e cultural, muitas delas a partir da dinâmica das escolas, ou nelas sedeadas”.

Este artigo tem como proposta partir do conceito de mediação aplicado aos bens culturais e artísticos, mas igualmente à educação, tendo em vista a análise da ação da associação AJAGATO

---

3 Madeira, J. (2007/2008). *A Cidade Nova. Revista Cena’s*, nº7, pp. 32-33.

4 Primo, M. (2020, Fevereiro). *O Teatro e a Cidade. Revista Cena’s*, nº15, pp.16-17.

e das suas iniciativas em Vila Nova de Santo André (no concelho de Santiago do Cacém), nomeadamente a programação teatral e a publicação da revista *Cena's*, num recorte temporal de cerca de 20 anos.

O conceito de mediação cultural tem vindo a ser tratado no âmbito das Ciências da Comunicação e da Informação, pois compreende em si a génese, a manutenção e a reprodução de elementos estruturantes da cultura, cuja existência só é possível através de fenómenos comunicacionais. Neste sentido, J. Davallon enfatiza o papel deste domínio científico no estudo dos aspetos simbólicos, que sustentam aqueles processos: “Pour être clair : poser que les sciences de l’information et de la communication sont déjà en train de concourir à une exploration du fonctionnement symbolique de notre société...” (2003: 52).

Corroborando esta ideia, Jean Caune (1999) considera imprescindível investigar os fenómenos de mediação cultural, porque o verdadeiro lugar da cultura constitui-se pelas interações individuais e, no plano subjectivo, o universo de significação que qualquer um pode construir na relação com o outro. A cultura, por este ponto de vista, representa a mediação que permite e constrói a história social (1999: 121). Neste processo estão envolvidas relações sociais e simbólicas, materiais e imaginárias, que dependem, necessariamente, da mediação (1999: 105). Aludindo a Roger Silverstone (2005: 34), a mediação é o processo segundo o qual os seres humanos colocam em circulação os significados.

Tendo em vista a formação de públicos para as artes e para a cultura, especialmente no que toca ao teatro, a AJAGATO tem vindo a estabelecer-se naquela região alentejana como um dos principais agentes de educação e desenvolvimento neste domínio, com uma ação independente e com um contributo relevante para as políticas culturais do concelho, revelando o seu trabalho de mediação, levando o teatro a populações, que de outra maneira, não conseguiriam ter facilmente acesso.

O estudo recorre a fontes documentais, nomeadamente a relatórios da associação; à análise de conteúdo da revista *Cena's*, enquanto veículo de comunicação por excelência das atividades e dos propósitos da AJAGATO, história de vida do professor Mário Primo, assim como a análise da evolução dos espetadores de teatro naquela região.

“O teatro em Santo André foi estimulado pela concepção singular do projeto portuário, industrial e urbano do Gabinete da Área de Sines e, simultaneamente, teve impacto na identidade cultural da população que aqui se instalou, cujo interesse pelas Artes de Palco constitui um património invulgar da cidade”<sup>5</sup>.

É possível apresentar a ação deste professor de Educação Visual, que ali se fixou no final dos anos 70, ex-aluno de Arquitetura da ESBAL (a antiga escola que deu lugar às Faculdades de Arquitetura e de Belas Artes da Universidade de Lisboa), proveniente de Almada, e do projeto que tem vindo a

---

5 Primo, M. (2020, Fevereiro). O Teatro e a Cidade. *Revista Cena's*, nº15, pp.16-17

desenvolver nesta localidade como causa-efeito, num verdadeiro processo de mediação cultural e que em muito contribuiu para criar e desenvolver públicos para a área das Artes e da Cultura, especialmente no que toca às artes performativas e ao teatro em particular.

Tendo a escola como epicentro de todo este processo, a sua abertura ao meio, a interação entre a escola e a comunidade, constituem os pilares principais. Num lugar sem história, nem raízes, os desafios eram muitos. Tirar partido das suas características geográficas, especialmente do facto de estar a poucos metros da maior extensão de praia da Europa, o lugar era propício à prática desportiva, como o surf, a exploração da natureza, a canoagem, etc. A construção de pavilhões multiusos, permitiam o desenvolvimento de modalidades desportivas (futebol de salão, hóquei em patins, ginástica acrobática, patinagem artística).

Em termos culturais, o panorama era mais complicado pela inexistência de museus, bibliotecas, auditórios ou outras estruturas de fruição de bens culturais. A escola preparatória tenta preencher esta lacuna, propondo atividades de complemento curricular, como a pintura, a música ou o teatro. Neste contexto, nasce em 1983 o Teatril, um grupo de teatro infantil de cariz escolar, com o objetivo de propor um espaço extracurricular aos alunos pela mão do professor Mário Primo. Rapidamente este professor se apercebeu das particularidades e vantagens que a mediação teatral poderia aportar para a

educação de crianças e da respetiva comunidade, não só por constituir uma área charneira onde poderão confluír várias linguagens artísticas, mas também por assentar na didática da disciplina que leciona, enquanto educação da sensibilidade e do gosto para as artes, colocando em prática metodologias como o trabalho de projeto, envolvendo alunos, pais e professores, extensível a toda a comunidade envolvente.

Após um curso ministrado em 1986 por Joaquim Benite, fundador do Teatro de Almada, e que envolveu professores e alunos, inclusivamente o professor Mário Primo e os alunos integrantes do Teatril, surge com a inauguração das instalações ímpares da escola secundária de Santo André, que incluía um extraordinário auditório, em 1988, o GATO S.A., um grupo de teatro com pretensões de ir mais além do contexto escolar, que segundo o seu mentor,

“nessa altura estava tudo por fazer e a precaridade geral estimulou-nos a enfrentar as dificuldades, fazendo da insatisfação um motor criativo que contrariasse o estigma de viver num local incaracterístico e sem história num impulso para participar na criação de uma cidade especial.”<sup>6</sup>

O GATO S.A. vai tomando forma pela direção do Professor Mário Primo e pelos alunos que compunham o elenco fundador, sendo que a sua ação começa a sentir “reverberação” não só na comunidade escolar, mas também em toda a comunidade

---

6 Primo, M. (2020, Fevereiro). O Teatro e a Cidade. *Revista Cena's*, nº15, pp.16-17

de Santo André, tendo encontrado o seu lugar e propósito na comunidade envolvente, com legitimidade pelas suas propostas, encenações, atividades pedagógicas e de formação com alunos e professores, atividades de animação cultural como a organização de festivais e mostras de teatro, levando o nome de Santo André mais longe:

“Os jovens atores assumiram-se como embaixadores da escola e da região e viram frequentemente reconhecido o seu talento e empenho em inúmeras ocasiões, algumas delas ao mais alto nível: Encontros Nacionais de Teatro, participação na Expo 98 e em festivais no país e no estrangeiro ...”<sup>7</sup>

Poucos anos mais tarde, no âmbito da introdução da disciplina de Oficina de Expressão Dramática nos currículas do ensino secundário, o professor Mário Primo passa a lecionar neste nível de ensino e torna-se, assim, possível continuar a desenvolver a sua atividade de mediação teatral na escola e na comunidade, agora integrando outros projetos pedagógicos. Nasce, desta forma, a Teatroteca, um espaço dedicado às atividades de contexto pedagógico, envolvendo alunos e professores, mas aberto a toda a comunidade.

O projeto GATO S.A. apesar de estar associado à escola secundária por inerência às suas instalações, integra agora a Teatroteca, enquadrando e legitimando a sua ação na comunidade. Todavia, com o desenvolvimento e crescimento da

---

<sup>7</sup> Primo, M. (2020, Fevereiro). O Teatro e a Cidade. *Revista Cena's*, nº15, pp.16-17

atividade do GATO S.A., acrescido da necessidade de integrar de alguma forma os jovens membros que se viram forçados a sair de Santo André para prosseguimento de estudos universitários, assim como enquadrar de forma legal as atividades e justificar os apoios monetários que recebiam para a sua ação, houve a necessidade da criação da AJAGATO (Associação Juvenil Amigos do GATO), em 1999. A criação da entidade jurídica, constituída por jovens que de alguma forma estavam ou estiveram no passado relacionados com o grupo de teatro, abre as portas para um caminho que se quer evolutivo e, desta forma, poder aspirar a um nível superior no que toca a apoios e à qualidade dos projetos.

Numa região onde parcas são as condições para a fruição de espetáculos de artes performativas, a associação define como um dos principais domínios de ação, a criação, requalificação e manutenção de infraestruturas e equipamentos apropriados para a apresentação espetáculos de qualidade profissional, reunindo condições para apresentar os espetáculos do GATO S.A, bem como receber companhias em itinerância e os participantes nas Mostras de Teatro, com todos os padrões de qualidade e segurança exigidos, quer a nível de instalações, quer a nível de recursos técnicos e materiais. De facto, a AJAGATO tem vindo desde a sua fundação criar condições para a apresentação e fruição deste tipo de espetáculos, contanto, atualmente, com o considerável património e um investimento na criação e melhoria das condições e equipamentos que ultrapassam já os 100 mil euros, segundo o seu responsável.

Perante todo um caminho consolidado na área do teatro e educação, constituindo-se como o principal agente de mediação cultural na área teatral da região (Concelhos de Santiago do Cacém, Sines, Odemira, Grândola e Alcácer do Sal), com um importante trabalho realizado junto das escolas com implicações óbvias no desenvolvimento de públicos qualificados e na literacia para a artes, em grande parte através de projetos de educação formal, não formal e informal, surgem os dois grandes projetos da AJAGATO e do GATO S.A.: A *Mostra* de Teatro de Santo André, que mais tarde se torna num dos mais importantes e reputados festivais de teatro portugueses, dando lugar a um programa de dimensão internacional com a vinda de importantes nomes e companhias estrangeiros; e a revista *Cena's*, uma publicação cultural que surge com a evolução do seu veículo de comunicação por excelência, o boletim informativo “Aqui há Gato”, e que pretende ser antes de mais um elemento de ligação entre os atuais e antigos membros do grupo, assim como colaboradores e toda a comunidade, veiculando artigos de carácter cultural, de forma a abarcar de maneira transversal várias áreas e linguagens, como o Teatro, a Música, a Literatura, as Viagens, a Etnografia, a Arquitetura, a História, o Cinema, as Artes Visuais, entre outras.

A *Mostra* de Teatro de Santo André constituiu um dos maiores projetos levados a cabo pela AJAGATO na região alentejana, no sentido de proporcionar à população o contacto com grupos e companhias teatrais e as suas respetivas criações e trabalhos. De certa forma, a programação do evento obedeceu a padrões

de qualidade e estéticos definidos pelas linhas orientadoras da associação e pelo seu mentor, o professor Mário Primo: “O teatro é Cultura e a Mostra é uma escola do espectador e de cidadania”<sup>8</sup>. O trabalho realizado ao longo de 18 edições, desde 1999 até 2017, seguiu um trajeto evolutivo, quer a nível do número de companhias e espetáculos participantes, como o nível de sessões oferecidas, bem como a abrangência territorial e de público. Todavia, no que toca aos meios, recursos financeiros e técnicos, constatou-se em vários relatórios as dificuldades atravessadas pela organização, que se manifestaram insuficientes, num ritmo inconstante, sem qualquer critério e ao sabor da sorte, pois, em alguns anos foram atribuídas quantias por entidades que em anos posteriores não se mantinham, prejudicando em grande parte a manutenção e a constância da qualidade e exigência que um evento desta natureza requer.

Este projeto, conseguiu legitimar-se aos olhos das entidades locais e junto da população, tendo por isso crescido de ano para ano, com o esforço de muito trabalho voluntário e boa vontade de todos. Mas um evento de qualidade requer um nível de profissionalização que era impossível de conseguir, pela falta de recursos humanos e de um financiamento que o permitisse. Os projetos levados a cabo pela AJAGATO contam essencialmente com o tempo do professor Mário Primo que tem integrado essas atividades no âmbito da lecionação, enquanto apoio a projetos de complemento curricular, assim como alguns estagiários e profissionais financiados por programas

---

<sup>8</sup> Ajagato (2016). *Relatório da 17ª Mostra Internacional de Teatro de Santo André*, p.11

do IPJ (Instituto Português da Juventude) e do IIEFP (Instituto de Emprego e Formação Profissional), estes últimos com vínculos algo precários e inconstantes. É notória esta necessidade revelada em vários relatórios e os sucessivos pedidos para alocar mais professores, assim como o aumento de horas para o projeto e a redução de horário para o professor titular que permita o acompanhamento das atividades, pois, de ano para ano, a situação afigura-se diferente. Após anos de déficit nos balanços e a falta e inconstância nos apoios financeiros, técnicos e de recursos humanos, e de avisos recorrentes às entidades, a AJAGATO decidiu pôr termo ao projeto em 2017, a braços com uma dívida de 12.000 euros após a organização da 18ª Mostra Internacional de Teatro de Santo André.

É de realçar todo o trabalho realizado, espelhado nos números de espetadores que tiveram contacto com o festival de ano para ano, com uma marcada preocupação de chegar a vários públicos, quer a nível de gosto e opções estéticas, quer a nível etário ou características socioculturais. A programação compreendia a área da formação com workshops realizados por profissionais, a oferta de espetáculos de qualidade profissional, as “abaladiças” que compreendiam sessões após os espetáculos que serviam de discussão sobre as opções e reflexão interpretativa sobre a obra, os espetáculos para a infância e outras atividades de carácter cultural e artístico como exposições de pintura e fotografia ou música.

Após a análise documental da AJAGATO e da Teatroteca, foi possível chegar ao quadro (Fig.1) que de seguida apresentamos e que revela dados pertinentes para compreender o efeito que o projeto *Mostra de Teatro* teve na região, quanto ao número de espetadores, associado ao número de espetáculos, que de ano para ano variava, e de um financiamento, que nunca foi constante:

Mostra nº	ano	espetáculos	público	custo
3 mostra	2002	12	1600	10 532,92 €
4 mostra	2003	13	2100	11 588,67 €
5 mostra	2004	11	2039	15 391,07 €
6 mostra	2005	15	2450	18 024,87 €
7 mostra	2006	17	2210	19 487,96 €
8 mostra	2007	26	4153	34 246,30 €
9 mostra	2008	26	4153	40 033,52 €
10 mostra	2009	15	3411	27.582,00 €
11 mostra	2010	21	4067	37.003,00 €
12 mostra	2011	16	4656	43 315,00 €
13 mostra	2012	12	2774	31 335,00 €
14 mostra	2013	24	3361	32 807,00 €
15 mostra	2014	15	7020	41.660,00 €
16 mostra	2015	14	5565	38 659, 00 €
17 mostra	2016	16	5597	43.125,00 €
18 mostra	2017	15	5332	52 808,50 €

**Figura 1** Quadro comparativo sobre público e investimento da *Mostra de Teatro*

De acordo com o relatório da 18ª Mostra Internacional de Teatro de Santo André<sup>9</sup>, é possível ler em jeito de conclusão que,

“Ao longo das 18 edições recebemos 86 companhias de teatro diferentes, tanto nacionais como estrangeiras e 231 peças de teatro, selecionadas com grande exigência qualitativa e o propósito muito claro da formação de um público conhecedor e exigente e não apenas o seu entretenimento”.

Segundo o quadro apresentado (Fig.1) é possível constatar que, de uma forma geral, os custos/ investimento seguem uma tendência de crescimento, assim como os números referentes aos espetadores, embora com algumas oscilações nos anos de 2011 e 2012. Do ano 2002 ao ano 2017, o projeto envolveu mais de 268 espetáculos, 60.488 espetadores nas sessões e 256.762,31 mil euros de investimento total.

Um outro projeto que contribui largamente para o propósito da AJAGATO é a revista *Cena's*, uma publicação de âmbito local na área cultural, mas com impacto a nível nacional e, especialmente, junto dos agentes que atuam neste domínio. Desta forma, o projeto que nasce do desenvolvimento de um boletim informativo, dá lugar a um projeto editorial muito bem concebido e estruturado em 2003, e que conta até à data com preciosas contribuições de reconhecidos profissionais e entidades do setor cultural (Fig.2). Embora com uma periodicidade errante, motivada pela disponibilidade

---

9 Ajagato (2016). *Relatório da 18ª Mostra Internacional de Teatro de Santo André*

dos participantes e dos recursos, é um projeto que tem mantido uma linha de atuação coerente quanto ao conteúdo e forma, graças a orientações editoriais precisas organizadas por seções e rubricas que se mantêm em todos os números, assim como um design da autoria do antigo membro e ator do GATO SA, Pedro Dias.

As escolhas editoriais revelam os objetivos e propósitos da associação enquanto mediador cultural da região. Após análise de conteúdo realizada a todos os números da publicação, incluindo os editoriais, é possível afirmar a constante preocupação em envolver todos os membros e antigos elementos do grupo, contribuir para o principal objetivo de promover as artes e a cultura de uma maneira geral, e o teatro de forma particular. Além disso, é de notar algumas opiniões nos editoriais acerca das políticas culturais em Portugal, enquadradas num pensamento ideológico de esquerda, quer pelo discurso, quer pelos símbolos e temáticas veiculados nas mensagens. É possível constatar no relatório anual de atividades conferente ao ano letivo de 2002/2003<sup>10</sup>, a introdução do projeto da publicação:

“Preparação de uma pequena revista, eventualmente com uma periodicidade semestral, que corresponda à evolução do boletim “Aqui há gato!”, alargando-o à participação de outros colaboradores e com a inclusão de artigos de reflexão sobre as práticas e outras problemáticas culturais. A revista constituiu a grande novidade deste ano e foi um objectivo plenamente atingido! Se alguma diferença houve quanto às previsões, foi de

---

10 Ajagato (2002/2003). *Relatório de atividades*, p.15

terem sido largamente ultrapassadas as expectativas quanto à nossa capacidade de concretização deste projecto".

Relativamente ao projeto editorial, após a análise do documento preparado para o efeito pela AJAGATO e onde define as linhas orientadoras, é possível ler-se nos pontos 2 e 3 do referido documento (2003: 1)<sup>11</sup>:

“2. Trata-se de editar uma publicação que possa funcionar como elemento de ligação dos membros do grupo e dos amigos, de que uma parte se encontra associada na AJAGATO.

Desse ponto de vista, torna-se relevante potenciar as capacidades e vontades de uma vasta rede de pessoas, jovens na sua grande maioria, que mantendo ou tendo mantido uma participação activa, quer de ligação directa quer de apoio, sob multifacetadas formas, às actividades do GATO, continuam a ser como que o primeiro anel de inserção do grupo na comunidade. Isto significa criar um espaço de participação acrescida de muitos desses elementos, uns mantendo ainda actividade de expressão dramática, outros, diversificando interesses e oportunidades, criando noutras áreas artísticas e culturais ou desenvolvendo sensibilidades.

A revista pretende configurar um local de confluência e sinergia desses interesses, sensibilidades e expressões.

3. Mas trata-se também alargar a sua área de intervenção, convocando à colaboração, à reflexão, ao debate e à polémica outros grupos e agentes culturais, formais e informais existentes

---

11 Ajagato (2003), *Projeto da Revista Cena's*, pp.1-2

na zona e com quem o GATO mantém relações de amizade e cooperação; grupos de teatro, naturalmente, amadores e profissionais, mas também de música ou orientados para a escrita criativa, para a imagem ou para qualquer outra forma de criação.

A revista pretende configurar igualmente um espaço de debate, de troca de experiências, de divulgação de iniciativas, correntes estéticas, perspectivas e orientações diversas no campo cultural.”

Ainda no documento referente ao projeto da revista já citado, os públicos para a publicação são definidos (2003: 2):

“Membros do grupo de teatro GATO S.A.; associados na AJAGATO; membros e amigos de grupos culturais formais e informais da zona ou com quem o GATO mantém relações de amizade e cooperação; agentes, criadores e mediadores culturais em diferentes áreas e com diferentes projectos culturais, professores e educadores com preocupações de intervenção cultural nas escolas ou em associações da zona, população potencialmente interessada nestas temáticas”.

Revista nº	Data	Nº pag	Rubricas/ secções	Autores	Tiragem
1	primavera/ verão 2003	24	Bocas de cena (entrevista João Mota); Descritas; Ouvimos; Lemos; Vemos; Em Cena; Teóricas e Práticas (Teatro ao Largo como um baile numa noite de verão); a preto e branco; a preto e branco; teóricas e práticas; Photohistórias; Aqui há gato	Rita Amado; Lúcia Palminha; Hugo Lopes; Maria José Botelho; Nuno Silva; Steve Johnson; Liliana Nascimento; André Príncipe; Luís Cruz; João Madeira;	1000
2	Outono/ inverno 2003	24	Bocas de cena (entrevista com João Brites); Cenários; descritas; vemos; ouvimos; lemos; em cena; Teóricas e Práticas; a preto e Branco; Teóricas e Práticas; Photohistórias (João Madeira); Aqui há Gato	Rita Amado; João Lobe; z. dado; Nuno Silva; Hugo Lopes; Rogério Carrola; Carlos Seixas; Nuno Cintrão; Jaime Salazar Sampaio; João Madeira	1000
3	Primavera/ verão 2004	28	Bocas de cena (entrevista com Hélder Costa); cenários; descritas; 1º acto; vemos, ouvimos; lemos; em cena; teóricas e práticas; a preto e branco; teóricas e práticas; teóricas e práticas; photohistórias, Aqui há gato	Rita Amado; Nuno Silva; Maria José Botelho; Joana Rita; André Pacheco; Carlos Seixas; Hugo Lopes; João Lobe; Z. dado; Eduarda Dionísio; Nuno Cera; Teresa Rita Lopes; Isabel Silva; João Madeira	1000
4	Outono/ Inverno 2004	28	Bocas de cena (entrevista com Joaquim Benite); patrimónios; descritas; vemos; ouvimos; lemos; em cena; cenários; teóricas e práticas; a preto e branco; teóricas e práticas; photohistórias, aqui há gato	Rita Amado; Carlos Sobral; Martins Quaresma; Rogério Carrola; Luís Manuel Filipe; Hugo Lopes; Maria Afonso; z. dado; nuno silva; Julieta Aurora Santos; rui martins; helder guerreiro; João Madeira	1200

5	Primavera/ verão 2005	32	Bocas de cena (entrevista com Jorge Silva Melo); patrimónios; descritas; teóricas e práticas; vemos, ouvimos, lemos; em cena; quadradinhos; cenários; teóricas e práticas; a preto e branco; teóricas e práticas; photohistórias; Aqui há gato	Carlos Mota; Carlos Sobral; Martins Quaresma; Paula Barroso; Luís Cruz; Luís Manuel Filipe; Hugo Lopes; Maria Afonso; Filipe Sousa e Carlos Seixas; David Pádua e Edgar Raposo; Nuno Silva; Tiago Bartolomeu Costa; Júlia Garcia; Dora Isabel Batalim; João Madeira	1200
6	Primavera verão 2006	36	Bocas de cena (entrevista com Miguel Seabra); Teóricas e Práticas; descritas; cenas da memória; vemos; ouvimos; lemos; em cena; quadradinhos; cenários; teóricas e práticas; patrimónios; a preto e branco; photoshistórias; aqui há gato;	Rita Amado; Manuel Graça Dias; Isabel Mora e Matos Costa; Luís Cruz; Luís Manuel Filipe; Hugo Lopes; Maria Afonso; z.dado; David Pádua e Edgar Raposo; Nuno Silva; Rita Wengorovius e Alberto Nico; Carlos Sobral; Martins Quaresma ; Felizarda Barradas; João Madeira	1400

7	Inverno 2006/2007	36	bocas de cena (entrevista com Teresa Ricou); vemos; teóricas e práticas; descritas; cenas da memória ; ouvimos ; lemos; quadradinhos ; cenários ; teóricas e práticas; crónica; a preto e branco; photohistórias ; patrimónios; aqui há gato	Tomás Cabral; Ana Barroso; Tiago Bartolomeu Costa; Margarida Fonseca Santos e André Lança (ilustração) / ; José Carlos Guinote ; Luís Filipe; Hugo Lopes; Maria Afonso; David Pádua e Edgar Raposo; Nuno Silva; Mário da Costa; Carlos Fragateiro; Duda (fotos) Tília (texto); João Madeira; Carlos Sobral, Martins Quaresma	1500
8	Fevereiro 2007	12	Bocas de cena (entrevista com José Mário Branco); cenas da memória; testemunhos; photohistórias	João Mota; Viriato Teles; Helder Costa e José Jorge Letria; João Madeira	1500
9/10	SD (2008)	40	Bocas de cena (entrevista a Patrick Hayter); Teóricas e Práticas ; Crónica ; Quadradinhos ; Lemos ; Vemos ; Cenários ; Crónica ; Crónica ; Bocas de cena (entrevista com Nola Rae); Patrimónios ; Teóricas e Práticas ; Ouvimos; A Preto e Branco ; Crónica ; Photohistórias ; aqui há gato	Steve Johnston; José Rui Martins ; Luís Filipe ; Nuno Cintrão; Maria Afonso; Hugo Lopes; Nuno Silva; Mário Primo; Luis Cruz ; Steve Johnston ; Martins Quaresma; Associação PédeXumbo; Rui Gaudêncio Texto Tília; Jordi Permanyer ; João Madeira	2000

11	SD (2009)	32	Cenários; Bocas de cena (entrevista a Mário Barradas) Crónica ; Quadrinhos; Ouvimos; Lemos ; Bocas de cena (entrevista a Fernanda Lapa) Crónica; Teóricas e Práticas ; A Preto e Branco ; Patrimónios; Photohistórias; aqui há gato	Ana Carolina; Tomás Cabral; Fernando Malão; André Pacheco ; Z.dado ; Maria Afonso ; Carlos Mota ; Luís Manuel Filipe; Mário Moutinho; Henrique Silva; Martins Quaresma; João	2000
12	SD (2010) *sem data registada	36	Bocas de Cena (Entrevista com António Chainho); Vemos ; Ouvimos ; Lemos ; Lemos ; Ecos ; Teóricas e Práticas ; Teóricas e Práticas ; Crónica ; Descritas ; Quadrinhos ; A Preto e Branco ; Photohistórias ; Patrimónios; Aqui Há Gato	Carlos Mota ; Hugo Lopes; Z.dado; Maria Afonso; Joaquim Gonçalves; Sebastiana Fadda ; José Russo; Teatro do Montemuro ; Luís Filipe ; Isabel Moura ; André Pacheco ; Zé Mónica ; João Madeira ; António Quaresma	2000
13	SD (2011) Maio *sem data registada	17	Bocas de Cena (Entrevista com Luís Miguel Cintra); Vemos; Ouvimos; Lemos; Vemos; Teóricas e Práticas ; Teóricas e Práticas ; Crónica ; Descritas ; Quadrinhos ; A Preto e Branco ; Photohistórias ; Patrimónios ; Aqui Há Gato	Carlos Mota; Raquel Schefer ; Hugo Lopes; Valter Hugo Mãe ; Maria Afonso; Z.dado ; Ana Barroso; Quadricultura Renato Ferracini; Luís Filipe ; João Tordo ; André Pacheco; Alípio Padilha ; João Madeira; ; António Quaresma	2000

14	Janeiro 2013	32	Bocas de Cena (Homenagem A Joaquim Benite) Ouvimos; Lemos; Teóricas e Práticas ; Teóricas e Práticas ; Ecos ; Crónica ; Poemas Inéditos ; Quadrinhos ; A Preto e Branco ; Photohistórias ; Patrimónios ; Aqui Há Gato	Sarah Adamopoulos; Hugo Lopes ; Pedro Rosa Mendes ; Maria Afonso ; Isabel Silva ; Carina Infante do Carmo ; Luís Filipe ; Pedro Carreira de Jesus ; André Pacheco ; Felizarda Barradas ; João Madeira ; António Quaresma	2000
15	Fevereiro 2020	36	Bocas de Cena (Entrevista a João Lourenço); Vemos; Ouvimos; Lemos; Teóricas e Práticas ; Aqui há Gato ; Teóricas e Práticas ; Crónica ; Descritas; Quadrinhos André Pacheco; A Preto e Branco; Photohistórias; Patrimónios	Nuno Brito; Isabel Silva; Celso Martins ; Joaquim Gonçalves ; Baal17; Mário Primo; José António Falcão; Luís Filipe ; Alice Brito; André Pacheco; Vítor Horta; João Madeira; António Quaresma	1500
16	Fevereiro 2020	12	(homenagem a José Mário Branco, por altura da sua morte) O Zé Mário no teatro do mundo; José Mário Branco: Algumas notas José Mário Branco “Que Fado É Esse Afinal?”; José Mário Branco e o GAC: “Vi tanta esperança andar à solta...” ; Zé Mário, o bom gigante	Cucha Carvalheiro; Hugo Castro e Ricardo Andrade; João Carlos Callixto; João Madeira; Hélder Costa	1500

**Figura 2** Quadro de análise de conteúdo da Revista Cena's

## Conclusões

Os dados analisados levam-nos a afirmar seguramente que existe uma ação de causa-efeito da atividade desenvolvida pela AJAGATO na região do Litoral Alentejano, particularmente nos concelhos de Santiago do Cacém e Sines, no aspeto relacionado com o acesso e fruição de teatro. É notória a influência das suas ações e projetos naquele território, que muito se evidenciam nos hábitos e números de público de assistência em espetáculos teatrais. Pelo que podemos afirmar que a formação de públicos qualificados para atividades culturais e para o teatro, naquela região, dependem fortemente das ações e projetos levados a cabo pela AJAGATO e que o seu papel no processo de mediação cultural é sem dúvida uma referência e um exemplo a seguir.

O processo de mediação desenvolvido a partir de instrumentos como ações pedagógicas junto de alunos e professores, organização de festivais de teatro, apoio à criação e produção de espetáculos, assim como a publicação da revista *Cena's* tem conseguido obter resultados muito significativos na criação de públicos qualificados para a fruição de bens culturais e do teatro em particular naquela região.

## Bibliografia

Ajagato (2003). *Projeto da Revista Cena's*, pp.1-2

Ajagato (2016). *Relatório da 17ª Mostra Internacional de Teatro de Santo André*, pp.10-11

Caune, J. (1999). *Pour Une Ethique de La Mediation. Le sens des pratiques culturelles, Sain- Martin-d'Hères*. (Isère): Pug.

Davallon, J. (2003). La médiation : la communication en procès?. *MEI Médiation et information*, 19, pp. 37-59.

*Diário de Notícias* (1974, Abril, 18). A Caixa Geral de Depósitos emprestou à Petrosul cerca de um milhão de contos. *Diário de Notícias*, p. 1.

Madeira, J. (2007/2008). A Cidade Nova. *Revista Cena's*, nº7, pp.32-33.

Primo, M. (2020, Fevereiro). O Teatro e a Cidade. *Revista Cena's*, nº15, pp.16-17.

Quintela, P. (2012). Estratégias de mediação cultural: Inovação e experimentação no Serviço Educativo da Casa da Música. *Revista Crítica de Ciências Sociais* [Online], 94 | 2011, consultado o 14 novembro 2019.

Silverstone, R. (2005). *Por que estudar a mídia*, 2a edição. São Paulo: Edições Loyola.

**O cinema como construtor do ser: um ensaio sobre  
o discurso cinematográfico de *O Fantasma*,  
de João Pedro Rodrigues**  
*Cinema as a builder of being: an essay on the  
cinematographic discourse of O Fantasma,  
by João Pedro Rodrigues*

Sara Pereira Porto – Universidade Autónoma de Lisboa  
[sporto@hotmail.com](mailto:sporto@hotmail.com)  
<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.10>

Recebido / Received 25.06.2020	Aceite / Accepted 17.07.2020	Publicado / Published 15.01.2021
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Porto, S. P. (2021). “O cinema como construtor do ser: um ensaio sobre o discurso cinematográfico de *O Fantasma*, de João Pedro Rodrigues”. In Lourenço, J. & Lopes, P. (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, (pp. 215-236), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4758> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.10>



## Resumo

Sentamo-nos para observar. Esperamos que o que observamos nos faça sentir. Revemo-nos, muitas vezes, naquilo que enxergamos e entregamo-nos a representações que nos são impingidas nas telas. O mundo dos *media* encontra-se contaminado por jogos de interesses, de poder e de capitalismo. Damos por nós a interrogarmo-nos sobre o que somos. A dúvida provém muitas vezes da esponja em que nos transformamos à medida que evoluímos. Precisamos sempre de auxílio. Esperamos constantemente por imagens, mesmo não sabendo desconstruí-las. O cinema, o grande universo da criatividade, imaginação, liberdade e poesia. Em que medida não se encontra também ele afectado? Existirá nele uma missão intrínseca de cada vez que se faz nascer um filme? É indubitável reconhecer a existência da criação de estereótipos no discurso cinematográfico de género, mas é importante compreender a sua função crítica e social: por tirar a capa a várias realidades, por nos oferecer uma panóplia de caminhos, por nos confrontar e nos obrigar a reflectir. Ao ver um filme somos, quase sempre, invadidos por emoções, sentimentos e espíritos que são capazes de nos assombrar por diversos dias. Essa é a magia da cinematografia e João Pedro Rodrigues é uma prova disso. Abrindo-nos a porta para o seu cosmo, convida-nos a abraçar os seus desvaneios nos quais nos perdemos para depois nos encontrarmos. *O Fantasma* traz à tona a forma mais crua da sexualidade, fetichismo e perversão. De que forma incorre no erro de representar uma minoria? Gostará João Pedro Rodrigues de arriscar? A resposta é sim. E agora? Como o desconstruir?

## Abstract

We sit down to watch. We hope that what we observe will make us feel. We often review what we see and give ourselves to representations that are imposed on us by the canvases. The world of media is contaminated by games of interests, power and capitalism. We find ourselves wondering what we are. Doubt often comes from the sponge we transform ourselves into as we evolve. We always need help. We constantly wait for images, even though we do not know how to deconstruct them. Cinema, the great universe of creativity, imagination, freedom and poetry. To what extent is he not affected too?

Is there an intrinsic mission in it every time a movie is born? It is undoubtedly to recognize the existence of stereotypes in gender film discourse, but it is important to understand its critical and social function: by taking the cover to various realities, for offering us a panoply of paths, for confronting us and forcing us to reflect. When watching a movie we are almost always overwhelmed by emotions, feelings and spirits that are able to haunt us for several days. This is the magic of cinematography and João Pedro Rodrigues is proof of this. By opening the door to your cosmos, it invites us to embrace its fads in which we are lost and then meet. *The Phantom* brings out the crudest form of sexuality, fetishism and perversion. How do you incur the mistake of representing a minority? Will João Pedro Rodrigues like to take a chance? The answer is yes. What's next? How to deconstruct it?

## O cinema como arma de libertação

Podemos, muito facilmente, associar o cinema à liberdade e a liberdade à arte. Quase que parecem termos que andam de mãos dadas e que não sobreviveriam à separação. Neste capítulo, tentaremos analisar a dita mudança de paradigma e o acordar para uma nova forma de ver e fazer cinema em Portugal. Para isso, recuemos uma década no século que deu luz a novos cineastas.

Segundo Daniel Ribas (2017), esta descoberta abriu portas a várias alterações nos modos de produção e nas escolhas cinematográficas, nomeadamente a nível de temáticas. Mas, para que tal fosse possível, é importante fazermos a viagem até à década, responsável por todas essas mudanças. A adesão de Portugal à então Comunidade Económica Europeia pautou uma profunda evolução cultural no país, um novo contexto político e económico fez-se sentir e os auxílios financeiros e criativos começaram a surgir. Esta adesão resultou em fundos que concederam e fortaleceram relações entre o poder político e as políticas culturais. O cinema começou a ser visto como algo estruturante para a democracia. A instituição de um Ministério da Cultura em 1995 é prova disso mesmo, responsável pelo aumento e alargamento dos apoios concebidos à Sétima Arte.

Um dos resultados mais marcantes desta evolução (consequente com as diversas formas de financiamento que o cinema sofreu), foi o surgimento de uma nova geração de cineastas, com um olhar novo e uma vontade de desconstruir, desmistificar e arriscar. No seu seio encontrava-se João Pedro Rodrigues, que

será objeto de estudo neste texto. Tal como muitos outros (Marco Martins, Catarina Ruivo, Raquel Freire, Jorge Cramez, Tiago Guedes/Frederico Serra, Miguel Gomes ou Sandro Aguilar), no início deste século, este beneficiou do apoio às primeiras obras, a curtas e a longas-metragens. Foi este o impulso à sua montra artística, o que lhe permitiu dar-se a conhecer, tanto nacional como internacionalmente. O *boom* da diversidade de abordagens temáticas, de narrativas, cinematográficas e intelectuais.

A verdade é que todos esses jovens cineastas representam uma tradição de cinema de autor, espelhando a sua visão do mundo, das formas, do ser humano, da liberdade e subjetividade. Começa-se a dar mais importância ao visual estético e à importância da reinvenção de narrativas.

Temas pouco explorados foram trazidos à tela e o indivíduo, a identidade e o género assumem um papel fulcral nesta reinvenção das películas.

“Uma aposta discursiva pela exposição da busca de identidade e pela experimentação vital do indivíduo entendido como uma unidade, mas também como poder e resistência. A transgressão sexual ou genérica, a reinvenção social e cultural passarão a fazer parte do núcleo do imaginário do cinema português.” (Valdellós, 2016).

## **O cinema *queer***

João Pedro Rodrigues é considerado um dos arquitetos desse novo olhar sobre o cinema. Distinto pelo modo como ofereceu

ao cinema português o cinema *queer*, arriscou e deu protagonismo aos ambientes mais marginais do mundo travesti e das relações homossexuais.

“Rodrigues prossegue na senda de fazer cinema de risco total, que não se confunde com o de mais ninguém: original, só, no desequilibrado balanceado de quem conhece os mestres e resiste à cinefilia fácil, «encerrado» numa visão totalizante de pura matéria filmica.” (Torres, 2009).

Segundo Caterina Cucinotta (2013),

“a teoria *queer* é uma teoria crítica sobre sexo e género que surge no início dos anos 90 do século passado no seio dos estudos gays, lésbicos e da teoria feminista. Seguindo as teses de Michel Foucault, Jacques Derrida e Julia Kristeva, esta teoria discute a naturalidade da identidade de género, da identidade sexual e dos atos sexuais de cada indivíduo e afirma que estas são, por inteiro ou em parte, construídas socialmente, pelo que os indivíduos não podem ser realmente descritos pela mera utilização de termos gerais como «heterossexual» ou «homossexual», «mulher» ou «homem».”

A teoria *queer* empenha-se em desmistificar o que é tido como “normativo” ou “desviante”, daí a sua recusa na “criação de categorias entidade/grupo, artificiais e socialmente atribuídas, baseadas na divisão entre os que compartilham um uso, um hábito ou um estilo de vida e os que não o compartilham” (Cucinotta, 2013).

No cinema *queer*, o foco é a sexualidade. Através dela, o realizador tenta mostrar as coisas tal como são, de uma forma crua e transparente, sem que o espectador possa ser induzido a juízos. Contudo, tratando-se de cinema e não da realidade, é possível que exista sempre um ponto de vista predominante, pelo que a forma como os factos são retratados e gravados acabará por conter juízos que penderão para cada lado da balança.

## **As representações sociais na tela**

De acordo com Rosa Cabecinhas (2009), as representações sociais são sinónimo de uma modalidade de conhecimento que é construída e partilhada. Essa modalidade acaba por resultar numa perceção de realidade comum a um determinado grupo. A perceção de realidade de que fala corrobora com a ideia de Denise Jodelet (1989) de que essas representações concebem a maneira como os indivíduos se apoderam do mundo e criam matrizes de comportamento.

O conhecimento é também uma das palavras-chave deste conceito, pois as representações sociais influenciam processos de disseminação e assimilação de conhecimento. Através desse conhecimento é possível construir identidades tanto individuais como sociais (Cabecinhas, 2009), e esse pode ser um veículo de apropriação de preconceitos e estereótipos, de comportamentos e visões, face a determinados grupos. Por essa razão, as representações sociais podem ser consideradas tanto um instrumento de introspeção e mudança psicológica da nossa reali-

dade, como um resultado de apropriação da realidade que nos é exterior e distante, e que nos faz ter um determinado comportamento face a situações, pessoas e grupos.

Segundo Dina Maria Martins Ferreira e Tibério Caminha (2016), “algumas formas de construção do discurso cinematográfico são indissociáveis de políticas representacionais específicas de género, que, por sua vez, têm por objectivo a legitimação de posições na hierarquia social”. Por isso, é importante, para além de considerar a cultura como um forte instrumento de entretenimento, procurar provar que é possível entendê-la em contextos de luta de interesses de comunidades estigmatizadas.

O discurso cinematográfico pode e deve ser um fenómeno simbólico capaz de generalizar e naturalizar visões de mundo particulares, não só neutralizando possíveis diferenças como também causando efeitos na reprodução das relações sociais. Isto é, ver para além do preconceito, neutralizar possíveis diferenças. Através do que visionamos, talvez possa ser possível embarcar numa reflexão, num processo de aceitação do outro, da diferença.

“Tal cultura poderia desempenhar um papel de dupla função: não só manifestações de identidades homossexuais não serviriam apenas para reforçar a existência de um grupo social considerado minoria – como ponto de identificação e/ou autoidentificação do Eu subjetivo com a homosociabilidade objetiva –, mas, também, reconsiderações do Outro – heterossexual ou simpatizante – em relação a estilos, e práxis social dos LGBTs,

reconsiderações que, potencialmente, nulificariam a homofobia por meio da negociação de saberes” (Ferreira e Caminha, 2016).

Olhando de novo para o discurso cinematográfico *queer* e considerando-o um discurso de oposição à heteronormatividade, este rompe com a natureza da indústria comercial cinematográfica, considerada sexista e pouco tolerante, onde não existe lugar para a diferença, já que as suas narrativas substanciam os papéis sociais de gênero heteronormativos. Neste ponto, entra a interrogação sobre o papel que a cultura tem vindo a desempenhar para a desconstrução de padrões. A cultura é, também, uma das criadoras de estereótipos, pois as ditas “minorias” são, muitas vezes, representadas de forma satírica, onde impera o lugar comum, a imitação barata e cómica das suas diferenças – “o que relega a lésbica, o gay, o bissexual, o travesti e o transgénero ao plano do subalterno” (Spivak, 2010).

É, pois, reconhecido ao discurso cinematográfico de gênero uma função crítico-social, por “pôr o *cliché* em evidência para discussão”, revelando que as minorias não têm controle sobre a sua própria representação e “enfazando uma luta política e teórica contra a repetição de imagens negativas em favor da necessidade de imagens positivas” (Lopes, 2006).

Deparamo-nos, então, com o sentido e o contrassentido na representação imagética, que acabam por possibilitar a persuasão e a dissuasão das massas e a fragmentação do sentido apassivador e alienador pelas massas (Baudrillard, 1991).

## João Pedro Rodrigues: o cineasta

Nascido em Lisboa, em 1966, João Pedro Rodrigues, realizador português, começou a sua vida académica na Universidade de Lisboa, em Biologia. Contudo, o desejo de ser ornitólogo depressa foi substituído pela paixão pelo cinema, tendo estudado na Escola Superior de Teatro e Cinema.

Com uma visão bastante peculiar, a sua carreira internacional iniciou-se em 1997, com a curta-metragem *Parabéns!* que lhe valeu o Leão de Prata no 54º Festival Internacional de Cinema de Veneza. Mas foi três anos mais tarde que se estreou nas longas-metragens, com a primeira, *O Fantasma*, estreada em competição no 57º Festival Internacional de Cinema de Veneza.

São obras que exploram os tabus, o género, o animalesco e o desejo humano. João Pedro Rodrigues conjuga vários géneros cinematográficos, tais como o cinema clássico, o documental e o experimental. Conjunção que reflete, de alguma forma, a história do cinema.

Conta já com 17 trabalhos realizados que abraçam o reconhecimento internacional pela sua irreverência e verdade. Desse leque, as longas-metragens que se destacaram foram *Odete*, em 2005, a segunda longa-metragem que venceu vários prémios, entre eles uma Menção Especial “Cinémas de Recherche” na 37ª Quinzena dos Realizadores do Festival de Cannes. Em 2009,

realizou *Morrer como Um Homem*, que teve estreia mundial no 40º *Un Certain Regard*, no Festival de Cannes e, mais tarde, em 2007, o projecto fora seleccionado pela Cinéfondation para o Atelier do Festival de Cinema de Cannes, quando, simultaneamente, a curta-metragem *China*, correalizada com João Rui Guerra da Mata, foi apresentada na 39ª Quinzena de Realizadores. Mais recentemente, João Pedro Rodrigues voltou a ser aclamado pela sua mais recente obra *O Ornitólogo*, ganhando o Leopardo de Prata de Melhor Realizador no 69º Festival Internacional de Cinema de Locarno, em 2016.

Numa conversa num jardim em Sintra, João Pedro Rodrigues confidenciou a Antoine Barraud que não sonha, que nunca se lembra dos sonhos. Que todos os seus filmes começam com uma imagem e que é a partir dessa que se constrói a história. Que gosta de ir contra as coisas que já viu. Que gosta de filmes de “nuit”. Que vê as cenas de sexo dos seus filmes como se fossem cenas de conversa, que lhes dá a mesma importância. Que não gosta da obsessão pelo naturalismo, que a realidade é que decide como os corpos estão e são. Que gosta de dar a oportunidade aos não atores, ao real.

Uma forma tão diferente de ver e viver o cinema. Este é João Pedro Rodrigues que se considera tímido e não gosta de conversar sobre os seus filmes, pois vive-os no momento e, quando terminam, não gosta de lá voltar.

Segundo Nathan Lee (2006), a arte de Rodrigues é comparada a uma fusão de consciência e representação que nos faz acordar. Um cinema desconcertante que vive de autobiografias disfarçadas.

### ***O Fantasma: “Ninguém pode viver sem amor”***

*O Fantasma* estreou-se em 2000 e teve a sua internacionalização enquanto participante na competição oficial do Festival Internacional de Cinema de Veneza, no mesmo ano. Venceu o prémio de Melhor Filme no Festival de Cinema Lésbico e Gay de Nova Iorque e no Festival Internacional de Cinema de Belfort. Foi um dos primeiros filmes portugueses a ser lançado comercialmente em Nova Iorque e o seu protagonista, Ricardo Meneses, foi nomeado para o Globo de Ouro da SIC como melhor actor num papel principal em 2001.

O filme tornou-se imediatamente objeto de análise ao ser o primeiro filme português, de sempre, a abordar direta e cruamente um tema homossexual.

“Uma noite os seus olhos encontraram o fantasma dos seus sonhos e acorda na obsessão do amor. Enfeitiçado, espia-o. Remexe-lhe no lixo. Segue-o. Invade-lhe a casa. Urina-lhe a cama, marcando território como um cão. Agora não comanda o jogo mas avança, mesmo sabendo que só pode perder. O cerco fecha-se. E as mãos que queriam acarinhar ficam algemadas, viciadas na rejeição. Só lhe resta a vingança. A máscara do desejo, o fato de borracha negra, transforma-se na sua última mo-

rada. Refugia-se no caos, nos restos que o mundo já não quer. Está sozinho. Já não é deste mundo.” (Sinopse da contracapa do DVD).

Imaginemo-nos perseguidos pelas nossas fomes sexuais e fetiches. É dessa forma que vive Sérgio, personagem principal desta obra fílmica, que se vê obrigado a construir o seu próprio mundo, vivendo numa frenética busca pela satisfação do desejo. O jovem passa os dias entre o seu pequeno e pouco cómodo quarto de pensão, encontros sexuais com outros homens e o trabalho nocturno de recolha de lixo na zona norte de Lisboa. Da sua vida fazem parte muito poucas caras, companhias, daí a carência demonstrada pelo personagem ao longo do filme. Existe um cão, Lorde, que serve de guarda no depósito de lixo e com o qual mantém uma ligação de espelho, já que muitos dos seus comportamentos se assemelham aos do animal. Fátima, uma colega de trabalho com a qual vive um jogo de sedução/desprezo/violência traz à tona o lado mais desprezível do jovem que a olha como objecto. Existe também um polícia que o vigia e com o qual acaba por ter uma ligação sexual, um homem que aparece e desaparece, e que se satisfaz sexualmente em pequenos becos das ruelas lisboetas, e o rapaz da mota pelo qual Sérgio acaba por nutrir ambíguos sentimentos. É aí que o seu lado obcecado surge, com a confusão entre obsessão e amor.

A recolha dos objetos pessoais, o rondar da casa, a invasão da privacidade, a perseguição, a perversão dos comportamentos empurra-nos até uma espiral alucinogénica onde Sérgio se perde, se transforma e se alimenta, acabando por materializar o

fantasma de seus sonhos. Mas a rejeição fá-lo sentir-se mais sozinho que a própria solidão e acaba por se refugiar no caos, nos restos do mundo ao qual não mais pertence.

“Trata-se de uma ficção sobre a brutalidade do desejo e a impotência frente à rejeição. Queria retomar os gestos íntimos da solidão de um corpo frente à impossibilidade do amor dividido” (Rodrigues, 2019).

## **Recortes de um filme**

A primeira imagem é a de um cão a correr num corredor estreito e escuro. Tal como refere nas suas entrevistas, João Pedro Rodrigues (2000) parte de imagens e deixa que estas iniciem o seu processo criativo. A escuridão do corredor faz-nos entrar num quarto onde decorre um ato sexual entre dois homens. Somos imediatamente confrontados com a crueza da acção. Um bom cartão de “boas-vindas” para que seja possível perceber a viagem que nos propõe.

A pele de um deles encontra-se escondida por baixo de um fato preto de látex que só revela os olhos e a boca. O outro, completamente nu, transmite a ideia de um objeto submisso que se encontra a ser dominado. O detalhe, os gestos, a atenção sobre os corpos... O espectador tem acesso aos mais pequenos fragmentos de pele, de tecidos, de formas. O erotismo e a perversão. Na terceira cena do filme, um camião do lixo apresenta-nos aquele que será o nosso protagonista: Sérgio. Trabalhador da

noite lisboeta, recolhe lixo dos bairros e casas da capital. Paira a dúvida. Quem é o homem no fato de látex? Será Sérgio? Serão eles a mesma pessoa? Será apenas um sonho?

“*O Fantasma* é, como o título sugere, feito de coisas intangíveis, figuras fantasmagóricas que atravessam lugares fantasmagóricos. Rodrigues, disparado em condições de baixa luminosidade e em torno do seu bairro, transforma o residencial de Lisboa numa paisagem crepuscular de estranheza radical (...) A ambição penetrante de Rodrigues de explorar bloqueios misturando-os com conjuntos cinematográficos tão singulares evoca as formas e trajetórias da própria luxúria. Tudo faz dele o mais novo bicha do bloco, mas isso não significa que não te devas masturbar para o cinema dele” (Lee, 2016).

Segundo a autora, Sérgio (o personagem principal) encarna “o espírito da porta que conduz para fora, a encruzilhada, a estrada ao anoitecer. A única que corre a partir de uma realidade para outra não pertencendo a nenhuma delas” (Lee, 2016).

Rodrigues admite, em várias entrevistas, que as suas obras cinematográficas acabam por pertencer ao género de aventura e *O Fantasma* corrobora essas afirmações, já que Sérgio se comporta como um verdadeiro super-herói: tendo uma vida quotidiana, um emprego e um quarto, vive, também, uma real alucinação quando entra no mundo do fetichismo. Passando os dias a saltar portões, a entrar e sair de quartos, é visível a sua inquietação sexual e algumas frustrações que o conduzem a comportamentos animais. As lambidelas dadas na cara de Fátima, o rasgar

dos sacos do lixo com os dentes, a masturbação no duche tendo o cabo enrolado ao pescoço ou o utilizar das luvas, o farejar das cuecas tiradas ao rapaz da mota, o urinar em cima da cama deste...

É importante analisar também a tipologia dos cenários no filme. Nenhum deles nos chega a ser familiar, mantendo-se no anonimato. Sabemos que estamos em quartos de outros, em portões, em carros, em aterros, em parques de estacionamento, mas nunca nenhum destes locais fica o tempo suficiente no ecrã para que o possamos conhecer e identificar. Não conhecemos as entradas, as portas de saída. Segundo Ana María Sedeño Valde-llós (2016), “os lugares são tão solitários como o próprio protagonista: estão reduzidos à sua essencialidade”.

Mas, afinal quem é Sérgio? O que representa este personagem tão desconcertante?

## **Os conceitos de “corpo natural” e “corpo revestido”**

Contemporaneamente, assistimos a um crescimento de um leque de novas teorias que acabam por desenvolver a relação entre o revestimento do corpo como um travestismo, ao mesmo tempo que permitem a não adesão a estereótipos sociais e sexuais, associados a performances que provocam prazer e reflexão (Cucinotta 2013).

“O travestismo do género sexual produz, em particular, resultados diferentes em função do seu contexto, deixando aflorar

significados e metáforas interessantes, tanto pela ideia do género sexual como pela ideia da indumentária” (Cucinotta 2013).

A autora dá sustentação a conceitos que, no filme, se relacionam e permitem compreender as duas personas que vivem dentro de Sérgio: o conceito de “corpo natural” e o do “corpo revestido”. O corpo natural serve de armadura para tudo aquilo que se encontra escondido no seu mundo “proibido”, no seu mundo fantasiado. Esse “corpo natural” é utilizado para manter uma posição socialmente “normalizada” que lhe permite arranjar formas de contacto com o mundo onde vive, mesmo sem saber viver, mesmo sem se encaixar. Ao mesmo tempo que lhe possibilita, sobriamente, vestido com o seu fato de homem do lixo, recolher o necessário para satisfazer, mais tarde, instintos escondidos.

Já o “corpo revestido” é aquilo que Sérgio quer esconder e pode ser ampliado a todas as castrações que o ser humano impõe a si próprio. O fato de látex, as luvas, as cuecas... Esse “corpo revestido” acaba por atenuar todos os comportamentos tomados pelo fantasma já que, na utilização de cada objeto, o jovem pode sentir-se culpado apenas pela metade, afastando-se do “corpo natural”. Precisamos de criar conceitos e arranjar formas de fugir aos nossos devaneios.

No momento da rejeição, quando Sérgio é confrontado por João (o rapaz da mota), podemos compreender que não se trata apenas de uma rejeição amorosa, mas sim social. Sérgio é destruído pela sede de vingança e consumido pelo fato de látex. Se, no iní-

cio do filme, este vagueia em aterros (os locais preferidos do seu fantasma), vestido com o seu uniforme do lixo e tendo por objetivo mais tarde satisfazer os desejos desse fantasma, no final do filme os papéis invertem-se. Sérgio desaparece, deixando que o fantasma se apodere do seu corpo, dos seus comportamentos. Vagueia no meio da lixeira e procura restos da humanidade, os restos que os outros desprezam. O seu corpo transforma-se e a sua personalidade é alterada.

## **A representação social/reflectiva de uma “minoria sexual”**

Parece-nos óbvia a frustração do personagem que se vê e sente como diferente. Em todo o filme, são-nos mostradas as suas estratégias de viver num mundo ao qual sente não pertencer. Sérgio é um jovem homossexual, trabalha como recolhedor de lixo, mora num pequeno quarto numa pensão, a sua única companhia é um cão, tem comportamentos animais e não controla a sua sede pela obtenção de prazer através da realização dos seus fetiches.

Em que medida *O Fantasma* não é uma alavanca para a criação de estereótipos e a estigmatização de um grupo? Ou será, por outro lado, um alerta quase metafórico e exagerado para a situação em que vivem as pessoas que integram estes grupos marginalizados?

Estamos em crer que ainda vivemos ancorados em valores conservadores mas, aos poucos, vemos com esperança o caminho

de aceitação do outro e a filmografia de João Pedro Rodrigues contribui para essa evolução. Não podemos considerar que o filme não possa ser mal interpretado, que a partir dele algumas pessoas não possam considerar que “todos os homossexuais são assim”. Contudo, é impossível controlar cada interpretação. O ponto que consideramos fulcral é a singularidade e crueza deste tipo de cinema que, sem qualquer tipo de tabu, nos coloca questões mesmo sem o fazer. O importante é que daí derive uma reflexão, uma discussão. Que consigamos ir além das imagens que nos são transmitidas.

E, afinal, quem somos nós? O ser humano é um “bicho” carregado de perversões, apenas não estamos habituados a ver-nos na tela. *O Fantasma* apresenta-nos um personagem carregado de uma complexidade que transpira angústias, frustrações e perversões. Por essa razão, é muito fácil que haja a criação de uma relação de empatia quase que inconsciente.

“É uma ficção muito concreta. Acho que muitas pessoas ao verem o filme poderão encontrar coisas em comum com a vida delas, porque eu se calhar também encontro algumas coisas em comum com a minha vida... eu não escrevi o filme sozinho, e ao escrever o filme com outras pessoas também foi isso de procurar outras experiências, para tornar o filme mais rico” (Rodrigues, 2000).

Amante do cinema autêntico, João Pedro Rodrigues, em *O Fantasma*, fez questão que nenhuma das personagens do filme fosse efetivamente um ator (profissional). Admite ter feito uma

procura exaustiva de pessoas com o perfil ideal para aquilo que ambicionava e essa sua característica enfatiza a vontade de revolucionar a maneira de se fazer cinema. Todos poderíamos ser o personagem principal.

É através dessa maneira empática que qualquer representação mal interpretada pode ser desconstruída. O importante é observar para além do óbvio. É possuir a pré-disposição de sentir. De compreender o outro. Não cair em ideias generalizadas e em ideias pré-concebidas.

Talvez possamos pensar *O Fantasma* como uma espécie de grito de ajuda. E, agora, na primeira pessoa, não me parece assim tão difícil abraçarmos a tolerância.

## Bibliografia

Agência – Portuguese Short Film Agency (s.d.) João Pedro Rodrigues. Disponível em: <https://agencia.curtas.pt/realizadores/show/529>

Associação Portuguesa de Realizadores (s.d.) João Pedro Rodrigues. Disponível em: <https://aprealizadores.com/realizadores/joao-pedro-rodrigues/>

Barraud, A. (2016). *Le Jardin de Fauves*. França: Post-Éditions.

Baudrillard, J. (1991). *La Transferência del Mal Ensayo sobre los Fenômenos Externos*. Barcelona: Anagrama.

Cabecinhas, R. (2009). “Investigar representações sociais: metodologias e níveis de análise”. In Baptista, M. M. (ed.) *Cultura: Metodologias e Investigação*. Lisboa: Ver o Verso Edições, pp.51-66.

Cucinotta, C. (2013). "Origens possíveis e consequentes desenvolvimentos contemporâneos da longa-metragem O Fantasma, de João Pedro Rodrigues". In Pereira, A. C. & Cardoso e Cunha, T. (ed.) *Geração Invisível: Os Novos Cineastas Portugueses*. Covilhã: LabCom, pp. 105-128.

Ferreira, D. & Caminha, T. (2018). "Vozes da diversidade: Gênero queer em discurso cinematográfico". *Revista Discursos Contemporâneos em Estudo* 3(1), pp. 7-24.

Galvão-Viana, L. & Carvalho, I. (2014). "Gêneros inteligíveis em cena: o cinema e a produção de verdades sobre os corpos". *Athenea Digital* 14(2), pp. 171-193.

Jodelet, Denise (1989). "Representações Sociais: um domínio em expansão". In D. Jodelet (ed.) *Les représentations sociales*. Paris: PUF, 1989, pp. 31-61.

Lee, N. (2006). *Mysterious Skin: João Pedro Rodrigues Cinema of Carnal Transcendence, Film Comment*. Nova Iorque: Lincoln Center.

Lopes, D. (2006). "Cinema e gênero". In Fernando Mascarello (ed.) *História do Cinema Mundial*. Campinas: Papirus Editora. pp. 376-394.

*O Fantasma*. (2000). [DVD] Directed by J. Pedro Rodrigues. Lisboa: Amândio Coroadó.

Rodrigues, J. P. (2000). "João Pedro Rodrigues – O Fantasma". PortugalGay.pt (A. Serzedelo, Entrevistador), disponível em: [https://portugalgay.pt/entrevista/joao\\_pedro\\_rodrigues.asp?0](https://portugalgay.pt/entrevista/joao_pedro_rodrigues.asp?0)

Rodrigues, J. P. (2019). *O Fantasma*. In *43ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo*, disponível em: <http://43.mostra.org/br/filme/4938-O-Fantasma>

Ribas, D. (2017). "Os últimos autores do cinema português", *A Quarta Parede*, (1), disponível em: <http://www.acuartaparede.com/ultimo-cinema-portugues/>.

Spivak, G. C. (2010). *Pode o subalterno falar?*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Torres, M. J. (2009). "Tempo para amar, tempo para morrer", *Público*, disponible em: <https://www.publico.pt/2009/10/14/culturaipsilon/critica/tempo-para-amar-tempo-para-morrer-1655635>

Valdellós, A. (2016). "Imaginarios del cuerpo y la memoria en el cine portugués contemporáneo: reflexiones sobre el cine de Miguel Gomes y João Pedro Rodrigues", Universidad de Málaga, disponible em: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5716296.pdf>

## Entrevistas

**Afonso Reis Cabral: “Acho que não se pode estragar  
uma boa história literária com a verdade e no  
jornalismo, se não se contar a verdade, é um crime”**

*Afonso Reis Cabral: “I don’t think you can spoil a good  
literary history with truth and in journalism,  
if you don’t tell the truth, it’s a crime”*

Beatriz Pereira – Universidade Autónoma de Lisboa

[beatriz.pereira.bap@gmail.com](mailto:beatriz.pereira.bap@gmail.com)

<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.11>

Recebido / Received  
12.05.2020

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Pereira, B. (2021). “Afonso Reis Cabral: 'Acho que não se pode estragar uma boa história literária com a verdade e no jornalismo, se não se contar a verdade, é um crime'”. In Lourenço, J. & Lopes, P. (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, (pp. 238-251), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4759>  
DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.11>



Considerado dos jovens escritores portugueses mais talentosos da atualidade, Afonso Reis Cabral, aos 30 anos, arrecadou dois grandes prémios da literatura: o Prémio LeYa, em 2014, e o Prémio Saramago, em 2019. Com a paixão pela escrita já assumida desde criança, crê que esta se tornou parte do seu carácter, embora seja um “alter ego” que ocupe o seu lugar quando cria uma nova história.

Afonso Reis Cabral, escritor e leitor entusiástico, fala sobre a sua vocação e a descoberta do mundo da literatura. Mesmo por videochamada, sente-se o tom de intensa entrega àquilo que hoje é a sua vida. Nesta entrevista, o escritor reflete sobre o conhecimento profundo e o trabalho que são necessários a uma boa escrita, o desinteresse pela leitura em Portugal e, ainda, a preocupação do jornalismo em atingir, sobretudo, as camadas mais jovens.

**Alguns críticos literários e leitores consideram-no um dos jovens escritores mais talentosos em Portugal. A paixão pela escrita, que surgiu pouco depois da morte de Amália Rodrigues, nasceu da música da fadista ou do efeito Amália, enquanto musa inspiradora?**

Foi consequência do contexto. Efetivamente, na altura já ouvia falar vagamente da Amália. Sabia que era uma fadista, mas não tinha bem noção da imensidão da sua voz, nem dos poetas que cantava. Porque o que me interessou mais foi o mistério da poesia naquela voz quase maternal e absoluta para mim. E, quando a Amália Rodrigues morreu, interessei-me pelos grandes poetas

que eram cantados na voz dela: David Mourão-Ferreira, Alexandre O'Neill, Pedro Homem de Melo e, em particular, Camões. Portanto, para uma criança de nove anos, ser confrontada com a abundância de informação, consequência da sua morte, era algo diferente. Lembro-me de semanas de homenagens. Não sei se foram dias, mas na minha memória foram semanas, tanto a ouvir a Amália cantar como a descobrir esses poetas. Para mim, enquanto criança, foi quase uma chamada de atenção, um repeto. Pensava para mim: “Existe a literatura. Existe a poesia. O que é que vais fazer quanto a isso?”

**A partir desse momento que sentimento o levou, tão jovem, a transformar o gosto de escrever no que hoje é a sua vida?**

Não sei se podemos falar em sentimento. Se pensarmos em sentimento como algo delineado e abordável, isso não acontecia. Era mais um instinto, sentir que tinha vocação para aquilo e, sobretudo, ter gosto pela escrita. Já desde essa idade que não via a minha vida sem a escrita. Claro que é um pouco uma “pescadinha de rabo na boca” porque tinha nove anos e descobri a escrita, e desde então não parei de escrever, portanto a escrita fez parte da formação da minha personalidade. A escrita tornou-se um traço do meu carácter. Por isso, não é propriamente um sentimento ou algo definido, é sim, verdadeiramente, o que achava que era uma vocação. Claro que, depois, a escrita é muito trabalho, mas na altura, com 10 ou 11 anos, era uma alegria, um mistério e uma descoberta. E, claro, uma brincadeira, de certa maneira.

**“Um idiota repetido ao longo dos anos não deixa de ser um idiota. Mesmo que tenha 80 anos”**

**Passaram 15 anos desde que publicou *Condensação*, o seu primeiro livro. Para além da idade e da maturidade, o que mudou significativamente na escrita do Afonso criança vs. Afonso adulto?**

É insondável. Acredito que o ser humano não é uma coisa acabada e, por isso, estamos permanentemente no processo de construção do nosso “eu”. Mas este processo tem, muitas vezes, um lado pernicioso, que é fazer-me esquecer quem era em determinada circunstância. Penso que esteja muito diferente de quando tinha 15 anos, mas, pelo menos, o lado de entrega à escrita continua a existir e sempre existirá. No entanto, a grande diferença do ponto de vista literário é que não sou poeta e, na altura, estava iludido com isso. Dos nove aos 15 anos, escrevia bastante prosa, mas, essencialmente, escrevia poesia. Por isso, tinha a ilusão que era, de facto, poeta. Quando publiquei *Condensação*, senti quase uma cerimónia de passagem porque percebi que, na verdade, não era poeta. A publicação do livro fez-me perceber isso.

**Volto à idade que, de forma geral, significa experiência e conhecimento...**

Nem sempre. Um idiota repetido ao longo dos anos não deixa de ser um idiota. Mesmo que tenha 80 anos. Mas sim, a idade dá experiência.

**Tendo em conta essa ligação da idade-experiência, considera, de alguma forma, que a maneira como representa o Mundo e conta histórias surge a partir da perspectiva de alguém jovem?**

Acho que a literatura, quando é bem feita, é transversal. Não depende da idade. Verdadeiramente, a idade não é um posto. Portanto, não há um posto nesse sentido na minha escrita. Nunca houve. Se pensarmos no meu livro *O Meu Irmão*, que comecei a escrever aos 21, a história é narrada por um professor universitário de 50 anos e, portanto, não há qualquer pendor etário. Nem ao nível da temática. No entanto, mais tarde sim, podemos analisar qualquer livro à luz da idade do autor. Quando saiu *O Meu Irmão*, e na altura do contexto do Prémio Leya, em 2014, falava-se muito da minha idade e as pessoas confrontavam-me com isso. Eu, genuinamente, e talvez por imaturidade, ficava surpreendido porque escrevia desde os nove. Quando saiu esse livro, escrevia, então, há já 15 anos e, por isso, não me sentia propriamente um escritor estreado, também porque já tinha publicado o *Condensação*. Hoje, percebo a questão e a admiração.

**Segundo as informações que a Dom Quixote ou a Leya lhe transmitem, quem é o seu leitor?**

Na verdade, não há informações das editoras. Vou vendo e sobretudo, com as redes sociais é muito fácil estar em contacto com as pessoas. Mas, efetivamente, parece-me que é bastante transversal. No entanto, é sabido que há mais leitoras do que leitores, mas é difícil perceber, porque acho que é tudo muito homogéneo. Depois de ter saído o *Leva-me Contigo*, um livro

de crónicas de uma caminhada que fiz na Nacional 2, isso intensificou-se e ficou mais transversal. Abrange pessoas que não estariam interessadas em romances e foram mais pelo lado da aventura, e da história. E, aí, há outro tipo de leitores também.

**“A verdadeira escrita tem de ter uma compreensão profunda da vida”**

**Referiu numa entrevista que tem uma pasta no computador com a designação “alter ego”, uma vez que os seus pais diziam que, quando escrevia, tinha um alter ego. Existe, de facto, ainda uma transformação quando escreve?**

Sim, acho que sim. Escrevo sempre na primeira pessoa, mas nunca sou eu. São personagens muito diferentes de mim. E essa procura e construção do outro para mim é fundamental. Na verdade, tento que os narradores sejam bastante diferentes da pessoa que sou. Naturalmente, são. Talvez vão buscar o que há de pior em mim e o que, no dia a dia, tento controlar, mas a escrita deixo à solta. Por isso, gosto de pensar que é um “alter ego”, que é um outro eu, reservado para a escrita e que não tem influência no meu quotidiano.

**Desde criança que procura histórias em sítios improváveis. Por exemplo, experiências tão diferentes daquelas que fazem parte da sua vida, como viajar num camião TIR até à Alemanha. Considera que é preciso conhecer Mundo e colocarmo-nos no lugar do outro para ultrapassar os nossos próprios limites e termos inspiração para escrever?**

Tenho de concordar, mas é bastante mais do que isso. É mais complexo do que simplesmente procurar inspiração ou pormo-nos no lugar do outro. A escrita, em geral, advém de um conhecimento profundo. E um verdadeiro escritor tem esse conhecimento, pelo menos da sua realidade. Portanto, a verdadeira escrita tem de ter uma compreensão profunda da vida. E nessa perspectiva, quanto mais se descobrir, se conhecer e viver, melhor. Quanto mais não seja através da leitura, porque já nem falo em fazer a pé a Estrada Nacional 2, quase 740 km, ou viajar num camião de TIR até à Alemanha, como fiz. De facto, essas experiências têm sido essenciais na minha vida.

**Como trineto de Eça de Queirós, como se sente quando é comparado a um dos escritores mais apreciados da História da Literatura Portuguesa? Tenta cada vez mais dissociar-se dessa genética no seu trabalho?**

Na verdade, acho que com o desenrolar da minha escrita e com os livros que publiquei essa questão põe-se cada vez menos, felizmente. Acho que as pessoas já percebem que se trata, simplesmente, de uma coincidência genética e que, cada vez menos, é um assunto que venha “à baila”. Espero que isso seja um bom sinal. Pelo menos, sinto-me mais confortável assim.

**Acredita que para se ser escritor é crucial ter talento, dom, ou a qualidade narrativa nasce de muita leitura, esforço e vontade?**

Não. Qualquer pessoa, com esforço, vontade e trabalho, consegue escrever bem, ou seja, correta e inteligivelmente. Se me esforçasse para conseguir pintar um quadro, talvez o conseguisse

fazer minimamente bem, no entanto, não conseguia nunca fazer uma grande pintura. Ou cantar. Também gostaria de ser um bom cantor, mas não sou. Poderia ficar com a voz mais afinada, mas, por muito que treinasse nunca seria um grande cantor. Talvez a visão de “dom” e de “talento” seja muito romântica, mas há um lado muitíssimo grande de trabalho. Tanto trabalho de escrita, mas também de leitura. Por exemplo, nestes tempos de quarentena, devido às circunstâncias que estamos a viver, há sempre mais tempo. E eu, que sou um leitor compulsivo, em apenas um mês, li mais que dez livros e alguns deles bastante grandes. Portanto, o trabalho da escrita está também na leitura. Ou melhor, a leitura está na dianteira da escrita, mas, sim, é verdade que há um fundo de predisposição para a escrita, que pode ser chamado talento, mas sem tudo o resto não existe. De facto, é necessário conjugar essas duas vertentes.

**Um dos seus últimos trabalhos foi o livro *Leva-me Contigo*, um relato dos 24 dias em que caminhou os 738 quilómetros da Estrada Nacional 2. Tendo sido reconhecido pelo talento de transformar a realidade em ficção com o livro *Pão de Açúcar*, há ainda conteúdo da viagem que poderia recriar ficcionalmente para uma nova obra?**

Há sempre, quanto mais não seja pela experiência de vida e pelas pessoas que conheci ao longo da estrada, que me marcaram. Portanto, tudo o que marca pode vir a ser transformado na escrita. O que talvez se passe hoje com alguns escritores, é que, como a sua vida é um bocadinho mais conhecida, as pessoas estabelecem, à partida, relações entre a obra e alguns traços biográficos do autor. Mas isso, de certa maneira, sempre aconteceu.

**“Parece-me que há cada vez mais leitores de livros de não ficção do que de ficção”**

**As distinções que recebeu, nomeadamente os Prémios LeYa (2014) e Saramago (2019), têm-lhe propiciado imensa notoriedade em Portugal. Neste momento, sente “pressão” para escrever cada vez melhor?**

Sinto imensa pressão, mas não tem a ver com isso. Tem a ver com o facto de ser bastante maníaco, obsessivo e compulsivo com muita coisa, nomeadamente com a escrita e com a leitura. Suponho que outra pessoa, nas mesmas circunstâncias, estivesse muito mais à-vontade com a escrita. Eu não. Preocupo-me sempre muito, com tudo um pouco, mas isso aconteceria, independentemente dos prémios. Lembro-me de quando estava a escrever *O Meu Irmão...*o livro não era para ninguém. Era para mim próprio, ou para os amigos e família. Na verdade, sentia essa pressão também. Como se fosse uma mão pesada por cima do meu peito. Mas, sim, sinto na mesma. Porém [essa pressão] não vem diretamente do Prémio LeYa nem do Prémio Saramago.

**Num futuro próximo, consegue imaginar os seus livros a serem integrados nas escolas através do Plano Nacional de Leitura, como aconteceu com outros escritores?**

Ninguém, no seu perfeito juízo, pensa nisso. Isso é para autores de obras-primas e consagrados. Não é o meu caso. Se eu pensasse numa coisa dessas, seria um bocadinho mentalmente desequilibrado. De facto, isso nunca me passou pela cabeça.

**Afirmou que é difícil captar o interesse das pessoas para os livros e para a leitura. Além da visibilidade dos prêmios, qual julga ser a fórmula capaz de alterar esta tendência em Portugal?**

Sou muito pessimista quanto a isso. Acho que não há nenhuma fórmula. É uma questão de educação e até uma questão social. Em Portugal, podemos pensar em várias origens para isso. Podemos pensar, por exemplo, que a televisão chegou a Portugal antes do analfabetismo estar totalmente extinto. Isto pode ser visto como uma razão para o desinteresse pelos livros, porque roubou um bocadinho de espaço para a leitura. Hoje, prende-se também com o acesso fácil a outras formas de ficção, como, por exemplo, a Netflix. Mas são formas excelentes de ficção, porque a Netflix tem séries espetaculares e claro que nós, seres humanos, precisamos de ficção. Vamos, agora, sempre buscar a esses lados, porque, efetivamente, a leitura é algo ativo. Implica silêncio, tempo e entrega. Parece-me que há cada vez mais leitores de livros de não ficção do que de ficção. Talvez por uma visão utilitarista da leitura. Pensam: “Já que vou ler e perder tempo a ler, que seja para aprender alguma coisa que me seja útil.” Nesta perspetiva, a ficção e a literatura não são úteis, o que é um pensamento detestável. Portanto, creio que não há uma fórmula. Sou muito pessimista, até porque os números das estatísticas da leitura falam por si.

**Qual será a sua próxima viagem literária?**

Estou, neste momento, a escrever o próximo livro. Não sei se vai correr bem ou mal, mas vamos ver. Não gosto, antes de ter

acabado, de falar disso. Depois do livro estar escrito e publicado, deixa de ser uma coisa íntima e só minha. Portanto, pelo pouco tempo que dura em que é só meu, gosto de reservá-lo para mim.

**“Na minha geração, há pouca gente que lê o jornal de fio a pavio. Eu faço isso todos os dias”**

**De forma próxima, embora em alguns casos oposta, tanto os escritores como os jornalistas contam histórias. Em algum momento ponderou trabalhar como jornalista?**

Não. Talvez quando tinha 14 ou 15 anos me tenha passado, vagamente, pela cabeça, mas acabei por perceber que a escrita e a literatura estariam sempre presentes. Para o lado profissional, tendo em conta o curso que tirei, Estudos Portugueses e Lusófonos, a única saída viável era a edição. E são coisas que faço agora, como *freelancer* e em *part-time*. E gosto muito de fazer isso, ajudar a construir e editar os livros dos outros. Mas jornalismo, de facto, nunca me passou muito pela cabeça, até porque prezo muito a ficção e respeito muito o jornalismo. E nesse sentido, não dá para conciliar as duas coisas. Muitas vezes, acho que não se pode estragar uma boa história literária com a verdade e, no jornalismo, se não se contar a verdade, é um crime. Portanto, só posso ter essa liberdade e alegria na literatura e na ficção. Aliás, o meu livro *Pão de Açúcar*, baseado num caso real e que teve um trabalho de investigação quase jornalístico, é ficção e não pode ser encarado como um cotejamento dos factos. Mas, sim, uma coisa levou à outra e nunca pensei muito em seguir jornalismo.

**Foi convidado para ser “diretor” da edição do 30º aniversário do jornal *Público*, publicada a 5 de março deste ano. Sente que existe uma aproximação cada vez maior de quem faz jornalismo às novas gerações e às suas necessidades, enquanto leitores?**

Bem, no caso do *Público* isso é verdade, porque houve uma feliz coincidência de eu fazer 30 anos e o jornal fazer também 30 anos. Portanto, o Manuel Carvalho lançou o desafio. Reparei numa grande preocupação: a falta de leitores mais jovens. Basta ver que, nas assinaturas do *Público*, 8% estão abaixo dos 30 anos e estamos a falar do digital. Em papel é, obviamente, difícil de aferir, mas é ainda menos. É preocupante, porque não se criam hábitos de leitura de jornalismo. Portanto, repara-se na preocupação dos jornais para chegar a camadas mais jovens. Por exemplo, o uso do Instagram é um reflexo disso. Através de *Stories*, que estão a ser muito agilizadas para dar notícias, já há uma maior aproximação. Mas até aí, sou pessimista. Na minha geração, há pouca gente que lê o jornal de fio a pavio. Eu faço isso todos os dias. Perco uma hora a ler o *Público*, que é um jornal que leio todos os dias. Mas, a verdade, é que há poucas pessoas a fazê-lo.

**Crê que, à medida que o jornalismo *online* produzido em Portugal vai melhorando, pode dar mais “espaço e tempo” ao jornalismo cultural, comparativamente ao que tem acontecido na imprensa nos últimos anos?**

A questão do espaço no *online* é transversal a todas as áreas. Quando não há espaço para desenvolver no papel, também acabam por desenvolver no *online*. E, por isso, por maioria da razão,

há mais espaço para a parte cultural também. Mas parece-me que a área cultural vive muito dos suplementos dos jornais. A verdade é essa.

**O jornalismo cultural é, muitas vezes, associado à limitação temática de exposições, lançamentos de álbuns, livros ou filmes. Como escritor e agente do campo cultural, vê alguma forma de o jornalismo cultural escapar a este rótulo?**

O jornalismo cultural não é só isso. Há também jornalismo de investigação, há peças de fundo, críticas artísticas e literárias... a ideia de só haver exposições, lançamentos de álbuns, livros ou filmes é um pensamento feito. O jornalismo cultural é muito mais abrangente.

**Acredita que o encanto e o conhecimento do mundo da literatura por parte dos jornalistas interferem no exercício diário da própria escrita jornalística?**

Há casos de escritores que foram jornalistas porque, de facto, o jornalismo está sempre de paredes meias com a escrita. O que me parece, no caso dos escritores que foram jornalistas, é que tiveram uma escola muito boa de síntese, de contenção e de conhecimento da temática que querem verdadeiramente abordar, seguindo um fio condutor. Penso que é mais uma escola para a escrita de romance do que o contrário.

**No editorial que escreveu para a edição dos 30 anos do *Público*, evidenciou que é um escritor consciente e preocupado com as tendências populistas que estão a emergir no Mundo. Está pessimista em relação ao futuro?**

O editorial, por acaso, foi escrito um pouco antes de começar a “cena” a sério da Covid-19 em Portugal. Felizmente, nós, em particular as gerações mais jovens, reconhecem esses perigos e querem combatê-los. Por esse lado, estou otimista. Mas é um facto que tipos como o Trump e o Bolsonaro foram eleitos. Ainda agora, o Presidente do EUA sugeriu, como se nada fosse, que seria interessante injetar desinfetante para curar o coronavírus... portanto, estamos entregues aos bichos... Nesse sentido, não estou mesmo nada otimista. Todos os dias somos confrontados com idiotas e, lamentavelmente, esses idiotas estão à frente de grandes nações. Mas se pensarmos num pessimismo indiferente, tudo passa. O Donald Trump pode muito bem ser eleito em novembro, mas não ficará mais do que dois mandatos. E o Bolsonaro igual. Por isso, nessa perspetiva, mais cedo ou mais tarde, teremos descanso.

## **Diogo Infante: “Não há um pensamento estruturado para a cultura em Portugal”**

*Diogo Infante: “There is no structured thinking for culture in Portugal”*

Beatriz Rosa – Universidade Autónoma de Lisboa

[beatrizmartinsrosa@hotmail.com](mailto:beatrizmartinsrosa@hotmail.com)

<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.12>

Recebido / Received

23.07.2020

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Rosa, B. (2021). “Diogo Infante: 'Não há um pensamento estruturado para a cultura em Portugal'”. In Lourenço, J. & Lopes, P. (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, (pp. 252-264), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4760> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.12>



Ator, encenador e diretor artístico do Teatro da Trindade, a cara e a voz de Diogo Infante são reconhecidas por qualquer amante de teatro. Atua desde os 18 anos, foi ator principal de *Ode Triunfal* e, atualmente, encena o musical *Chicago*. Partilha connosco as suas ideias sobre o estado da cultura em Portugal. Entra na videochamada com o seu sorriso característico, sentado confortavelmente num sofá amarelo. Exprime um cumprimento com uma voz grave e forte, treinada dos muitos monólogos que já interpretou. Começa um diálogo acerca da desvalorização do teatro, da crítica, da educação e da emoção do mundo do espetáculo.

**Foi diretor artístico do Teatro Municipal Maria Matos entre 2005 e 2008, do Teatro Nacional D. Maria II entre 2008 e 2011 e, atualmente, é diretor artístico do Teatro da Trindade. Quais são as diferenças entre dirigir um teatro municipal, um teatro público e um teatro de uma fundação (Inatel), como o Teatro da Trindade?**

O Teatro Maria Matos e o Teatro D. Maria II têm, ambos, uma missão de serviço público. São dotados de um orçamento. O orçamento do Teatro Maria Matos vinha diretamente da Câmara Municipal de Lisboa e o orçamento do Teatro D. Maria vem diretamente do Ministério da Cultura e das Finanças. Este orçamento existe para cumprir um serviço público e cada diretor fará o seu próprio projeto.

Quando fui para o D. Maria, a minha ambição foi criar um teatro nacional mais perto do grande público - democratizar o acesso à cultura. Pertencço a uma geração que cresceu a pensar que a

arte e a cultura eram algo exclusivo das elites intelectuais. Criou em mim uma espécie de... (pausa para pensar) revolta, talvez seja uma palavra muito forte, mas recusava-me a aceitar que todos os que não fossem “iluminados” não pudessem fruir de uma oferta cultural sofisticada. O grande povo só podia ter acesso ao aspeto mais comercial e mais banal. Portanto, sempre encarei os projetos que dirigi com este propósito de democratizar o acesso à cultura. Criar produtos de qualidade, mas acessíveis. Por isso, os projetos foram muito vocacionados, tirando partido de um orçamento que me era facultado. Ainda assim, fiz sempre questão que os resultados que saíam destes projetos estivessem na proporção direta do investimento e que as receitas pudessem cobrir o investimento se os espetáculos tivessem uma longevidade suficiente, em termos de carreiras de longa ou média duração, que em Portugal é raro acontecer.

No Trindade, a circunstância é diferente. Não estamos obrigados a uma missão como nos teatros nacionais e municipais, mas não deixa de ser um teatro que pertence a uma fundação que, por sua vez, está na dependência direta do Ministério do Trabalho, ou seja, indiretamente recebe fundos do Estado. Só podemos investir na programação aquilo que conseguir gerar em receita. Portanto, é-me dado um adiantamento baseado numa proposta, e tenho que tentar cumprir esses objetivos. No D. Maria, não me atrevera a fazer um *Chicago*. No Trindade, sinto que tenho um espaço de manobra maior, faço comédias mais ligeiras.

**Mencionou o facto de antigamente a cultura ser mais direcionada para as elites. Atualmente, considera que isso continua a acontecer ou já se tornou acessível?**

Era como se a cultura representasse uma espécie de um plano alto, uma plataforma a que só as elites tinham acesso, porque os demais estavam demasiado preocupados em sobreviver.

Hoje, felizmente, já não é assim. Não só temos mais oferta como temos mais diversidade e é mais fácil conseguirmos encontrar propostas nas quais nos possamos rever, e com as quais nos identifiquemos. Quando fui para o conservatório tirar o curso de ator, lembro-me de abrir o jornal e, talvez, houvesse cinco ou seis espetáculos em cena. Cerca de 20 ou 30 anos mais tarde, em circunstâncias normais, não neste período de confinamento, consegui ter oferta de 20 espetáculos distintos, só em Lisboa. Isto já é muito significativo para um país pequeno como o nosso, em que a cultura continua a ter um peso menor nas nossas vidas, na própria importância que o Estado e os políticos lhe dão no Orçamento de Estado. Acho que temos vindo a fazer um caminho crescente, mas ainda estamos longe de pensar que Portugal é um país que valoriza a cultura em geral.

## **A sobrevivência do teatro**

**Numa era digital, saturada de ecrãs, marcada pela falta de tempo e pela fragmentação da atenção, quais são os grandes desafios em dirigir um teatro no século XXI?**

O digital é um conjunto de plataformas de temos que aprender a integrar e a utilizar na forma como comunicamos com os nossos públicos. Não há que transformar este universo numa espécie de “bicho mau”, pelo contrário, acho que são instrumentos facilitadores do acesso, da informação, da escolha e, também,

da comunicação. Usamos estes instrumentos para poder dizer que “estamos aqui”, fazemos coisas a pensar no público e gostávamos de ouvir o seu retorno. O digital é um diálogo.

**Quando a pandemia surgiu, notou-se uma aposta em recuperar a emissão de peças de teatro na televisão. Apesar de os teatros já estarem a reabrir, há aqui um caminho sem retorno? Ou seja, podemos pensar em produções para todo o tipo de dispositivos, todo o tipo de públicos, todo o tipo de narrativas?**

Embora nestes meses vividos tenha havido uma generosa contribuição dos artistas em geral através do digital para manter viva a nossa arte e, também, a proximidade com os públicos, não acredito que seja possível substituir a fruição de uma experiência ao vivo por um espetáculo no digital. É um substituto pobre porque as artes performativas têm esta particularidade única que tem a ver, exatamente, com a convivência e a partilha física de um espaço, de uma emoção, de uma energia que emana dos artistas para o público que está ali fisicamente presente.

Precisamos de emoção. Embora o audiovisual seja uma arte em si, seja através da televisão ou através do cinema, é uma linguagem específica. Quando o teatro é feito para televisão tem de ser pensado a partir desse veículo, tem que ser adaptado, porque senão fica uma coisa desadequada, exagerada e descontextualizada. A câmara é seletiva. Quando estamos sentados numa plateia vemos um todo e o nosso olhar é que decide onde queremos ir. Quando vemos através de uma imagem essa decide por nós, limita-nos e condiciona-nos. Portanto, não creio que uma coisa possa substituir a outra *ad eternum*. Pode

ser um substituto temporário, como tem sido agora, com todo o mérito, mas não creio que seja a mesma coisa.

Cada espetáculo é único. O aglomerado de público que se congrega naquele dia é necessariamente diferente do que no dia seguinte ou no dia anterior. Isso intervém diretamente na qualidade do espetáculo porque nós somos profissionais e tentamos ao máximo, todos os dias, cumprir aquilo a que nos propusemos, mas também somos seres humanos e, por isso, somos afetados pelo público. Daí que não creio que haja o perigo do digital vir a substituir as artes performativas.

**Leio na página do Teatro da Trindade que o seu projeto artístico procura “tirar partido da localização privilegiada e das características históricas e arquitetónicas do Teatro”. É importante que o espaço onde decorre a ação teatral tenha, à partida, um valor histórico? É uma mais-valia?**

Não necessariamente, podemos fazer um espetáculo até na praça. É evidente que, quando estou a trabalhar e a programar espaço, tenho que ter em consideração a sua história. Seria tonto da minha parte esquecer que o Trindade é um dos teatros mais bonitos da cidade, com 150 anos de existência, com uma temática específica e um palco à italiana com talha dourada. Há uma série de características muito bonitas e particulares, mas esta é a realidade com que trabalho, portanto, abraça-a.

Não é uma condição para se fazer um espetáculo ter um espaço com história. Também existem espaços alternativos, contemporâneos e modernos fantásticos. A arte não se cinge nestas contingências.

### **O teatro em si não tem espaço...**

Claro. O teatro mais contemporâneo tem explorado espaços alternativos. Há teatro que se faz apenas com duas pessoas. Tudo isso é legítimo e válido. No fundo, o que o teatro faz é confrontar-nos conosco próprios, um espelho do homem, devolve-nos uma imagem de nós próprios. O teatro existe para nos obrigar a refletir. Sobretudo, para provocar emoções, até pode ser raiva, rejeição. A pior reação que existe perante um espetáculo é a indiferença.

### **Recentemente encenou o musical *Chicago*. Sente que as pessoas têm mais apetência por teatro quando este se funde com a música?**

A música é uma linguagem universal. Todos conseguimos cantar em alemão, em inglês, em francês, não é isso que importa, é a melodia. Essa é uma linguagem transversal e mais empática.

É a primeira vez neste ambiente que dirijo um musical, só o tinha feito uma outra vez, há muitos anos, no Maria Matos, que foi um musical de linguagem similar, o *Cabaret*. Não sou encenador de musicais, já encenei muitas outras coisas, portanto não diria que isso me define. Mas gosto, é um desafio. A música pode facilitar a comunhão que a palavra dita, pode ter mais dificuldade a atingir. Quando nos lançámos no desafio de fazer o *Chicago*, que é um musical tão icónico, para o qual já existia um filme célebre, isso podia ser algo dissuado porque há sempre o termo de comparação direto. Não temos os recursos de Hollywood, por isso, nessa vertente, sairíamos necessariamente a perder. O investimento aqui foi em sermos absolutamente sinceros à

história. Queria provar que em Portugal, apesar de termos recursos mais escassos, conseguimos fazer coisas com muita qualidade.

## **A desvalorização da cultura**

**A separação entre formas de se fazer cultura, como o teatro, a música ou a literatura, ainda nos parece bastante compartimentada, como se houvesse “cultura de primeira” e “cultura de segunda”. Qual a sua opinião acerca disto? Há artes mais nobres do que outras?**

Nos olhos dos *opinion makers*, diria que sim, mas para o público não. As coisas ou são boas, têm qualidade e atraem ou não. Há uma cultura de que aquilo que é bom é aquilo que só meia dúzia de pessoas gosta. Não temos pudor em achar que um quadro do Picasso custe uma fortuna e atraia muito, mas se na arte performativa tivermos um espetáculo que seja muito atrativo, catalogamo-lo como “comercial” de forma pejorativa. É “popularucho”, por isso é que as pessoas gostam, como se só os iluminados é que soubessem ver. É um discurso que me incomoda, porque, na verdade, ou somos bons ou não somos. Fazer mal dá tanto trabalho como fazer bem e ninguém faz mal de propósito. Por mais fáceis que os espetáculos possam parecer, têm de fazer um sentido na minha vida.

**O Diogo conduz, em parceria com a jornalista Maria Flor Pedroso, o programa *Cuidado com a Língua*, na RTP. Sente que hoje a Língua Portuguesa é defendida e salvaguardada pelos agentes culturais e políticos?**

(suspira) Sim e não. Foram os agentes que mudaram o acordo ortográfico, que foi tão polêmico na altura. Eu lembro-me de pensar “recuso-me a escrever ‘ator’ sem C”, mas agora confesso que já faço. A língua é uma coisa viva e em transformação. Uso palavras que aprendo com o meu filho, muitas delas nem sei bem o que querem dizer, mas são integradas no meu léxico. Aquilo que hoje é certo e seguro, amanhã já não é. Os agentes culturais são veículos, nós usamos os códigos que a sociedade vai desenvolvendo. A língua é algo que, por mais que a tentemos manter “pura”, é mutável. Como o teatro é uma expressão da evolução da humanidade, deve acompanhar a língua.

**Referiu à agência Lusa, que a *Ode Marítima*, de Álvaro de Campos, foi o trabalho mais difícil da sua vida. Como foi essa experiência de interpretação?**

(sorri ao lembrar) A palavra que me ocorre é “alucinante”, tal como é a viagem da *Ode Marítima*. Imagina o que é estar em palco, e dizer o texto todo durante uma hora, sem ler. Foi um desafio e uma das experiências que mais me fez crescer como ator. Lá está, o poder da linguagem, a dimensão poética e metafísica do texto, tudo acontece num espaço de segundos na cabeça de um homem. Exatamente pelo seu grau de dificuldade, deixou em mim uma marca indelével. Cheguei a fazer o espetáculo noutros países e certas reações tocavam-me. O público não falava a nossa língua, a única coisa que ficava era a emoção.

**Este foi um trabalho que teve grande digressão nacional e internacional com uma forte promoção junto das escolas. No seu entender, deve-se, num sentido mais transversal, apostar numa política de educação para a cultura?**

Sim, a todos os níveis, não só do ponto de vista do programa curricular e acesso a disciplinas artísticas. A componente criativa e sensitiva que todos temos em nós deve ser sempre estimulada.

**Quando se fala em teatro nos jornais, pensamos logo na crítica de teatro. Nos últimos anos, a crítica tem vindo a perder espaço nos *media*. Enquanto ator, encenador e diretor, o que pensa que possa estar na origem deste facto?**

O espaço editorial na imprensa para a cultura tem vindo a diminuir substancialmente, não apenas para a crítica, mas também para a área da cultura geral. Existem programas de televisão que se dedicam a esse tema, cuja abordagem é superficial, não se pode falar de uma crítica especializada.

Desde que me lembro de ser ator em Portugal, e já lá vão 34 anos, a crítica nunca foi profissionalizada como é lá fora. Se formos aos grandes centros de produção de espetáculos, Londres, Nova Iorque, a crítica normalmente sai ou no dia seguinte deste estrear, ou passados dois dias. É um filtro, uma opinião importante que pode condicionar o sucesso e a carreira de um espetáculo. São críticas muito direcionadas para a vertente prática, focam-se nos intérpretes. A nossa crítica em Portugal é uma crítica académica. É uma crítica elaborada, filosófica, cheguei ao cúmulo de fazer espetáculos em que a crítica saía e este já não estava em cena. Não cumpre a sua missão principal, que é dar um parecer

entendido para que o público possa perceber se deve ou não assistir.

### **E este desvalor da crítica também está relacionado com a própria desvalorização da cultura em Portugal?**

A desvalorização da cultura em Portugal é crónica. Desde que me lembro de ser ator que oiço falar da “crise do teatro”. É um sintoma da pouca importância que o teatro tem em Portugal. Isto tem a ver, por um lado, com a desvalorização que a própria educação dá às artes. No meu tempo, lembro-me de ter educação visual e música, e essa era a única proximidade com as artes. O meu filho, que andou numa escola internacional, já teve expressão dramática e outras disciplinas que me parecem essenciais para o desenvolvimento de qualquer ser humano. Nós não somos apenas a capacidade de acumular conhecimento. Somos toda uma matéria que urge ser estimulada, a imaginação, a criatividade, todos esses elementos devem ser desenvolvidos precocemente, as nossas emoções. Para mim o plano curricular é a primeira coisa a resolver.

Por outro lado, há a questão do poder político. Quando este não reconhece um determinado setor, a sociedade tende também a desvalorizá-lo. O meio artístico luta por um valor simbólico que é o projeto do Orçamento de Estado na cultura e neste momento o Orçamento de Estado para as artes ronda os 0,5%. Se considerarmos que parte desse orçamento vai para a RTP, que é um canal do Estado, o que sobra para o resto é pouco. Não há um pensamento estruturado para a cultura em Portugal.

Isto é sintoma de um país pobre, não só financeiramente, mas de espírito.

**A pandemia veio intensificar a precariedade do sector cultural. Os apelos ao Ministério da Cultura redobram, mas estes discursos, de certa forma, e como referiu, existem há anos. Se estivesse no lugar da ministra da Cultura, que marca deixaria na sociedade portuguesa em 2020, em plena crise pandémica?**

Ainda bem que não estou! É uma situação muito ingrata, alguém ser ministro da Cultura numa circunstância como a que estamos a viver. Aquilo que acontece muitas vezes é que os nossos embaixadores políticos conhecem mal o terreno. O que é mais urgente é haver uma prospeção do que é a nossa realidade, o que é a nossa sensibilidade, o que são as nossas sensibilidades. Há um carácter que parece evidente na nossa atividade, a intermitência. Não trabalhamos das nove às cinco como os funcionários públicos, mas trabalhamos muito mais horas que a maior parte das pessoas. Temos trabalho intensivo durante dois ou quatro meses e podemos estar os meses seguintes sem trabalhar. Isto cria uma fragilidade, nunca sentimos nenhum apoio do Estado para que possamos fazer aquilo que nascemos para fazer. O meu apelo é termos representantes que conheçam o terreno, sejam bons interlocutores e, pelo menos, oiçam.

**Em 2008 disse, à revista *Rituais*, que apesar de dominar a língua inglesa, estava satisfeito com o facto de apenas ter carreira em Portugal, pois “há tanto para fazer” neste país. Continuamos a ser um país onde há muito a fazer em termos culturais?**

Seguramente. Ainda há um grande caminho a percorrer para a cultura em Portugal. Se não for no meu tempo de vida, será no dos jovens. A injustiça para com a cultura tem de ser reposta, a bem não só dos artistas, mas de todos os que podem e devem fruir daquilo que temos para oferecer. Isso torna-nos pessoas mais completas. Quando um espetáculo nos toca, saímos de lá cheios, inspirados, ficamos assoberbados de emoção. Esse contributo é essencial e espero que, da parte dos portugueses, venha a ganhar o reconhecimento que merece.

## Catarina Gomes: “O jornalismo pode ser um norte na selva de informação”

*Catarina Gomes: “Journalism can be a north in the information jungle”*

Fátima Lopes Cardoso – Universidade Autónoma de Lisboa

NIP-C@M

Escola Superior de Comunicação Social – IPL

ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA

[mcardoso@autonoma.pt](mailto:mcardoso@autonoma.pt)

<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.13>

Recebido / Received

22.06.2020

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Cardoso, F. L. (2021). “Catarina Gomes: 'O jornalismo pode ser um norte na selva de informação’”. In Lourenço, J. & Lopes, P. (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, (pp. 265-276), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4761> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.13>



Jornalista na redação do *Público* durante quase 20 anos, Catarina Gomes decidiu distender as histórias que encontrou nos dias velozes da reportagem, suspender o tempo e eternizá-las nas páginas de livros. Não foi e não é um processo fácil. Exige curiosidade inesgotável pelo mundo e pelo outro, determinação, tempo e investimento financeiro de que o jornalismo de imprensa português parece já não dispor.

Sem perder o sentido jornalístico que a orientou e transformou na jornalista premiada que é hoje, volvidas duas décadas de exercício profissional, Catarina Gomes deixa-se levar pela curiosidade que lhe incita cada história e a vida das pessoas que a reportagem é obrigada a condensar. As grandes reportagens [“Quem é o filho que António ganhou na Guerra”](#) e [“Filhos do Vento”](#), de 2013, que levaram ao livro *Furriel Não é Nome de Pai*, publicado em 2018, pela Tinta-da-China, valeram-lhe os prémios Gazeta, na categoria Multimédia, AMI - Jornalismo Contra a Indiferença, o Prémio Literário Orlando Gonçalves e ainda a distinção Internacional de Jornalismo Rei de Espanha. Uma das peças foi, inclusive, finalista do Prémio Gabriel García Márquez.

Para além de outras histórias que se cruzaram com a autora no quotidiano das notícias na editoria de Sociedade, [uma reportagem de 2011 sobre o fim do hospital psiquiátrico Miguel Bombarda](#) abriu-lhe as portas do sótão da primeira instituição de saúde mental de Portugal. Entre fotografias e pertences de vidas passadas, despertou, graças a uma bolsa de investigação

jornalística da Fundação Calouste Gulbenkian, em 2018, pegadas de gente que se perdeu na condição efémera do Homem e que só vivem em objetos esquecidos.

Também publicado pela Tinta-da-China, o livro *Coisas de Loucos – O que Eles Deixaram no Manicómio* ainda cheira a fresco nas livrarias e é mais um exemplo de como o jornalismo pode sobreviver para além da atualidade das páginas do jornal ou da rapidez dos meios *online*. Na convicção de muitos jornalistas-escritores, onde figura Catarina Gomes, o jornalismo narrativo ou literário pode, aliás, ser um caminho precioso para acrescentar valor à profissão, enquanto “agente da democracia”.

**Numa altura de profunda alteração dos paradigmas comunicacionais, em que de um lado se posicionam os mais pessimistas, que defendem que o verdadeiro jornalismo morreu e, por outro, os que estão fortemente empenhados em encontrar modelos de sobrevivência suportados no online, qual acredita ser o caminho ou caminhos para a sobrevivência do jornalismo de qualidade?**

Nem eu sei a resposta nem ninguém. Em todo o mundo, se anda à procura desse novo modelo. Penso que o mecenato terá de assumir um papel. Há uns anos, o *Público* criou um programa chamado P+, que consistia em pedir apoios financeiros a várias empresas com o objetivo de reunir um fundo maneio que serviria para financiar grandes reportagens. O apoio só poderia acontecer com a garantia de que as empresas não teriam qualquer interferência editorial – sem esse compromisso

não pode haver mecenato. A Fundação Calouste Gulbenkian avançou também com as Bolsas de Investigação Jornalística que financiam projetos de profundidade. Mas estas iniciativas, por mais meritórias que sejam, não são suficientes.

O projeto jornalístico *Fumaça* propôs a criação de um novo estatuto para entidades jornalísticas coletivas sem fins lucrativos (associações, fundações ou cooperativas), à semelhança do que acontece com Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS) e ONG (Organizações Não-Governamentais para o Desenvolvimento). É importante ter consciência que o que produzem as empresas jornalísticas é um bem público. Não sei se é este o caminho, mas vale a pena discuti-lo. Era também importante que, à sua medida, o leitor se tornasse, ele próprio, “um mecenas”, que ganhasse consciência do valor do que está consumir e contribuisse, de alguma forma, sabendo que todos nós devemos e podemos ser agentes da democracia. Além do valor económico, o contributo do leitor tem valor simbólico.

O caminho passa também por instigar esse valor do jornalismo nos mais novos, nos que agora são crianças ou adolescentes. Independentemente do suporte, é importante que percebam que uma notícia de jornal não se equipara a um post de alguém que opina no Facebook e que o jornalismo pode ser um norte na selva de informação.

**O jornal *Público*, onde trabalhou 20 anos com bastante reconhecimento, é talvez um dos poucos redutos do jornalismo de imprensa com qualidade. Que razões profissionais a levaram a sair da redação, embora continue a colaborar com o jornal?**

Fiz um caminho no jornalismo, percebi os meus fortes e também as minhas fraquezas e descobri para onde queria ir. Não conseguiria realizar as reportagens e projetos que faço hoje quando tinha 20 ou 30 anos, não tinha maturidade suficiente. O facto de ter 45 anos, de ter cometido os meus erros, de conhecer as minhas limitações faz parte do meu valor enquanto jornalista. Pode parecer imodesto, mas o que posso dar ao jornalismo hoje é muito diferente do que poderia oferecer quando comecei ou há dez anos. Mas o que se pede neste momento a um jornalista de 40 ou 50 anos na redação de um jornal diário é, muitas vezes, o mesmo de um jornalista de 20 anos: que esteja disponível para fazer de tudo, que seja muito rápido, que escreva de tudo um pouco, que cumpra turnos numa lógica jornalística em que uma máquina imparável deixa pouquíssimo tempo para a reflexão e a criatividade. Senti que tinha mesmo de sair porque não havia espaço para concretizar aquilo que faço melhor nesta fase da minha vida profissional, o que não retira o facto de o *Público* ser um dos melhores jornais portugueses, de estar repleto de jornalistas de qualidade de todas as gerações e de sentir um grande orgulho em continuar a publicar no *Público* alguns dos meus trabalhos.

### **Recorrendo à memória, o que considera ser mais precioso nas rotinas de produção de um jornal diário?**

Talvez o que mais ganhei foi o sentido de prioridade. Não há tempo para tudo, o óptimo é inimigo do perfeito. Aprendi a olhar para algo sobre o qual tenho de escrever e a pensar “o que é que consigo fazer com isto com o tempo que me é dado?” Este

sentido de urgência dá-nos uma enorme disciplina mental que fica connosco e que nos é útil em muitas circunstâncias.

## **Jornalismo Lucky Lucke**

**Como jornalista que defende a profundidade, como se posiciona perante o culto da velocidade em que operam os meios *online*?**

A velocidade sempre fez parte do produto jornalístico, a atualidade, o estar em cima do acontecimento, o dar o que é fresco, novo. Mas a Internet, o online, transformou essa ideia da novidade numa máquina que opera sete dias por semana, 24 horas por dia. Isso induz um sentido de premência insano que é inimigo do jornalismo de qualidade, o que se quer é uma espécie de jornalismo Lucky Lucke, que dispara mais rápido do que a sua sombra. Se o nosso objetivo é disparar rápido, ficamos sem tempo para cruzar fontes, para ir para a rua, sair da redação e estar com as pessoas, em vez de falar com elas por telefone. Significa premiar o impulsivo, em detrimento do refletido, do maturado.

**A natureza do jornalismo escrito é diversa. Redigir uma notícia objetiva com base em factos do dia é uma experiência completamente distinta de mergulhar numa reportagem, em que existe alguma subjetividade. Como descreve a rotina da produção noticiosa em contraponto à experiência das reportagens de cariz mais intemporal?**

Uma notícia é uma narrativa pré-fornecida, é um molde para uma história que obedece a preceitos relativamente rígidos,

sem este molde o jornalismo diário não seria exequível porque não há tempo para inventar todos os dias moldes diferentes. A notícia é, por norma, mais de produção e de consumo rápidos. Uma reportagem significa que o autor tem a liberdade de, por exemplo, não saber por onde vai começar e terminar a sua história, sabendo que se dirige a um leitor que supostamente tem mais disponibilidade para se deixar enredar por uma história, como num romance.

**Quando começou a trabalhar como jornalista, já sentia que a reportagem, onde o jornalista torna acessível ao mundo as histórias de outros, seria o lado mais compensador do ser jornalista?**

Não. Fui descobrindo. Foi um longo percurso de consciencialização. O escrever notícias durante anos a fio foi essencial no meu percurso. Ninguém começa no jornalismo a realizar grande reportagem nem é bom que assim seja. A notícia sintetiza a essência do método jornalístico que depois é, em parte, transportada para outros géneros. Uma reportagem também deve ser equilibrada, mas pode ter nuances para as quais uma notícia, muitas vezes, não tem espaço. Tudo é mais a preto e branco. A reportagem comporta a complexidade de uma forma que a notícia não consegue abarcar.

## **Histórias que nascem da reportagem**

**No prefácio de *Furriel Não é Nome de Pai* (2018), sobre os filhos que os militares portugueses deixaram na Guerra Colonial, explica que o livro nasceu de histórias que precisou**

**de aprofundar e desenvolver, como se as muitas vozes que encontrou não pudessem ficar confinadas aos parágrafos que o jornal *Público* ou a página online lhe reserva. Como é que explicaria a experiência de criar um livro que não cabe no jornalismo?**

Num livro, ao contrário de um jornal, ninguém nos diz “isso não cabe”, “é longo demais”, “ninguém vai ler um texto tão grande”. A ideia de escrever sem limites é libertadora, mas também é assustadora e pode ser, para alguém habituada a escrever com limites de caracteres, desnorteante. Quando é que paramos de escrever? O que é demais? O que cheguei à conclusão é que o poder de síntese que usamos no jornalismo nos ajuda a priorizar num livro, a separar o importante do acessório, a deitar fora a palha, só que num livro o acessório, a palha, podem ser diferentes.

***Coisas de Loucos - O que Eles Deixaram no Manicómio (2020)*, inspirado nos objetos deixados pelos doentes no Hospital Miguel Bombarda, também nasce de um trabalho de reportagem, mas publicado com uma outra perspetiva e profundidade em livro. De onde surge esta necessidade de despertar o esquecimento, as histórias intemporais que facilmente seriam rejeitadas pelas convenções jornalísticas de seleção noticiosa?**

Muitas vezes, regressava de um “serviço”, como se fiz no jargão jornalístico, frustrada, porque sentia que, no intervalo do que tinha ido fazer (uma conferência de imprensa, um congresso...), tinha falado com uma pessoa que dava toda uma história, que uma frasezinha numa conferência de imprensa podia ser o filão de uma história muito mais interessante do que aquela que ali

me trazia. Sentia que, muitas vezes, era nos espaços deixados vazios pelo jornalismo que estavam as melhores histórias.

Quando ia ao hospital psiquiátrico Miguel Bombarda em reportagem, passava lá umas horas, era o possível, mas percorria sempre um corredor com um móvel de madeira com umas fotos a preto e branco de antigos doentes e aqueles olhares, aqueles corpos de pessoas mortas eram perturbadores e despertavam em mim uma fome de um dia contar as histórias de algumas daquelas pessoas, que pareciam como que aprisionadas, uma necessidade que não conseguia concretizar.

No jornal até podia fazer uma proposta nesse sentido e até seria aceite. Um editor iria responder-me “isso é interessante” e depois davam-me um dia ou dois para fazer a reportagem. Ora, eu ando há oito anos a investigar as vidas das pessoas sobre quem escrevo no meu livro, com um ano em dedicação exclusiva graças a uma bolsa de investigação jornalística da Fundação Calouste Gulbenkian. Ter um ano para concretizar um trabalho numa redação é ficção científica. O que seria rejeitado não era a história, mas o investimento que ela implicaria para ficar como eu pretendia, para dignificar aquelas pessoas.

**Por que razão considera que poucos programas curriculares dos cursos superiores na área das Ciências da Comunicação, em Portugal, integram, nos seus planos de estudos, unidades especializadas em Jornalismo Narrativo ou Literário. Vê este género como uma extensão do jornalismo escrito que se adquire com a experiência no jornalismo, da leitura e do gosto pela literatura e não uma aprendizagem académica?**

Tudo se pode começar a aprender, mas depois há aquilo que

sai do âmbito da aprendizagem em aula e que se pode cultivar quando existe uma paixão. Eu tenho uma paixão pela arte de contar histórias, e gostava que, pela forma como as conto, elas fossem também belas. Quem quer escrever jornalismo narrativo tem de gostar de ler ficção, romances, tem de gostar de escrever (e, sobretudo, de reescrever), porque o jornalismo narrativo vai buscar as suas ferramentas à literatura, como seja a construção de cenas, “construção” de personagens, tensão narrativa...

### **Gostaria de ver o jornalismo narrativo mais estudado, nas investigações académicas?**

Preferia que fosse mais praticado.

### **Curiosidade pelo mundo**

**O sentido humanista domina todo o seu trabalho de grande reportagem. Ao entregar-se durante meses à investigação de algumas histórias que são o oxigénio das suas reportagens e livros, existe alguma subjetividade explícita, mesmo que siga a objetividade dos factos. Considera-se uma jornalista *engaged* ou envolvida com causas?**

Não, não me considero uma jornalista de causas. Não me interessei pelas histórias onde entrei em maior profundidade por ter um ponto de vista ideológico sobre elas, uma causa. Quando descobri que havia filhos de ex-combatentes da Guerra Colonial que ficaram para trás, nunca tinha pensado o que sentiria em relação a eles, que direitos deveriam ter. Mas depois de conhecer essa realidade e percebendo eu que continuam a não ter voz, senti o dever de lhes dar um pouco da minha. Um

valor base do jornalismo é a denúncia da injustiça e, por isso, entendo que somos todos, de alguma forma, comprometidos com esta “causa”. Mas tenho as minhas dúvidas sobre o passo seguinte, que é o ativismo. É uma reflexão que tenho a correr dentro de mim.

**As distinções que tem recebido nos últimos anos são um reconhecimento desse sentido humanista e comprometido com causas sociais?**

Gosto de pensar que são também um reconhecimento pela qualidade que tento imprimir à minha escrita e pela singularidade dos assuntos ou pessoas que tento trazer a público.

**O que responderia aos defensores da objetividade e da neutralidade dos factos?**

A objetividade é uma meta, a objetividade não existe em jornalismo, tal como não existe em ciência. Há um método que nos norteia o caminho para que tentemos ser justos, honestos, equilibrados na abordagem dos assuntos. Por exemplo, fazer corretamente o contraditório não torna ninguém objetivo por si só. Por exemplo, na escolha dos meus temas, está toda a minha subjetividade. Entrei no tema da Guerra Colonial porque tinha uma ligação emocional ao assunto, porque o meu pai lá tinha estado. Sem esse elo, o tema seria demasiado árido, distante; estava emocionalmente investida de curiosidade por um acontecimento que para mim também era pessoal.

**O que considera ser mais importante no exercício profissional e que nunca pode ser descurado por nenhum jornalista?**

Para se ser jornalista é determinante ter uma imensa curiosidade pelo mundo, pelas pessoas e uma enorme disponibilidade para escutar de uma forma disponível, deixando que o que nos contam possa contrariar ideias feitas que tenhamos sobre aquela pessoa ou sobre aquele assunto. Caso contrário, estamos a ouvir o outro apenas para o encaixar naquilo que esperamos que eles nos diga, não estamos verdadeiramente à escuta.

**Teresa Nicolau: “Cultura não é um *fait-diver*”**  
*Teresa Nicolau: “Culture is not a fait-diver”*

Jaime Lourenço – Universidade Autónoma de Lisboa

NIP-C@M

Iscte /CIES – Instituto Universitário de Lisboa

[jlourenco@autonoma.pt](mailto:jlourenco@autonoma.pt)

<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.14>

Recebido / Received  
30.06.2020

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Lourenço, J. (2021). “Teresa Nicolau: 'Cultura não é um *fait-diver*’”. In Lourenço, J. & Lopes, P. (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, (pp. 277-288), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4762> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.14>



Jornalista e editora de Cultura da RTP, Teresa Nicolau conduz, desde 2015, o programa *As Horas Extraordinárias*. Este ano foi distinguida pela Sociedade Portuguesa de Autores com o Prémio de Jornalismo Cultural.

Numa reflexão sobre vários tópicos abordados por académicos em torno do jornalismo cultural, Teresa Nicolau defende que os jornalistas se devem especializar e que o contacto com as artes deve ser fomentado às crianças desde cedo. Através da sua experiência, a jornalista dá a conhecer a sua perspetiva sobre as rotinas jornalísticas no campo da cultura e aquilo que tem vindo a desenvolver na editoria de Cultura da RTP.

**Alguns estudos, como "The culture of arts journalists" (2007), de Harries e Whal-Jorgensen, ou "Contributos para uma Definição das Funções de Jornalista de Cultura" a partir de um estudo de caso do jornal *Diário de Notícias* (2014), de Celiana Azevedo,<sup>1</sup> indicam-nos que os jornalistas que trabalham temas de cultura são marcados por uma excepcionalidade muito própria. Para um jornalista trabalhar cultura será necessária uma especialização sólida? Ou qualquer um, desde que encartado, o pode fazer?**

Tenho dúvidas que seja simplesmente com uma licenciatura que se consiga ser - ou se seja melhor - jornalista desta área. Porque, como em todas as áreas nós jornalistas, devemos fazer esse es-

---

<sup>1</sup> Azevedo, C. (2014). Contributos para uma Definição das Funções de Jornalista Cultura a partir de um Estudo de Caso do Jornal Diário de Notícias. In C. Baptista (Ed.), *Cultura na Primeira Página: O Lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo - Caderno de Reflexões* (1ª ed., pp. 65-77). Lisboa: Mariposa Azul; Harries, G., & Wahl-Jorgensen, K. (2007). The culture of arts journalists. *Journalism*, 8(6), 619-639.

forço em especializarmo-nos. Por exemplo, a minha licenciatura era bastante rica do ponto de vista da filosofia e da estética, e deu-me uma abordagem muito interessante sobre as condições da cultura para pensar do ponto de vista cultural e em termos de imagem, cinema e tudo mais. Mas é necessário continuarmos a ler, como em todas as outras profissões. Os médicos ou os cirurgiões terão de continuar a fazer os seus estudos e os seus caminhos para se tornarem grandes especialistas na sua área. A dada altura, cheguei a fazer um curso de realização de cinema para continuar a fazer crítica de cinema na rádio porque achei muito importante perceber como é que se faz um filme. Daí que tenha feito três curtas-metragens. Foi essencial entender essa linguagem cinematográfica e foi muito interessante que, depois de toda essa aprendizagem de leitura da imagem, tive grandes possibilidades para transpor o que aprendi em cinema para o jornalismo televisivo. E foi muito importante também trabalhar filosofia, estética... Tudo isso faz com que me ajude a pensar o dia a dia de outra forma. É verdade que a voragem do banal às vezes nos coloca perante situações em que não podemos refletir muito. Mas, se tivermos as premissas e os instrumentos necessários, o trabalho sairá sempre mais valorizado e melhor quando, por exemplo, vamos entrevistar um grande soprano ou um grande realizador. É difícil, para mim, ter um jornalista na minha editoria que não leia, que não esteja atento aos jornais, que não saiba de música... Esse interesse constante pela cultura é essencial para se ser jornalista desta área.

## **Muitas vezes coloca-se a cultura no leque das *soft news*. Cultura é, necessariamente, *soft news*?**

Não, de todo. Não faço entretenimento. Para mim, *soft news* são entretenimento e cultura jamais será entretenimento se for bem abordada e bem trabalhada. Costumamos dizer que muitas das vezes, e infelizmente, não fazemos parte das *hard news*. O que não quer dizer que sejamos *soft news*. Mas não se deve desvalorizar a cultura, ela deve ser valorizada. Ainda hoje, por exemplo, com esta situação da Covid-19, em que os artistas estão a precisar tanto de nós como divulgadores, mas também como pessoas que ajudam a refletir sobre o que se está a passar e a colocar, perante o público, toda a situação dos profissionais ligados à cultura. Isso não é *soft news*. Estamos a falar de pessoas. Para mim, *soft news* é entretenimento, um *fait-diver*. Cultura não é um *fait-diver*. Se continuarmos a tratar a cultura desta maneira, jamais a cultura terá um lugar. Temos que ter a noção que se não dissermos às pessoas como a cultura é importante, as pessoas não a vão procurar.

**A investigação "The Cultural Journalist around the Globe: a comparative study of characteristics, role perceptions, and perceived influence" (2018), de Hovden e Kristensen<sup>2</sup>, refere que os jornalistas das editorias de Cultura não sentem a mesma pressão nem se guiam ao mesmo ritmo que as restantes editorias de uma redação. Em Portugal também é assim?**

Acho que isso já não é válido para a área da Cultura porque temos acesso a todas as informações, 500 notificações

---

<sup>2</sup> Hovden, J. F., & Kristensen, N. N. (2018). The Cultural Journalist around the Globe: A comparative study of characteristics, role perceptions, and perceived influences. *Journalism*. 8(6), 619-639.

que caiem no telemóvel... Portanto todos nós, jornalistas, temos o coração nas mãos quer sejamos do Desporto, de Sociedade, quer sejamos de Cultura. É muito importante estarmos sempre atentos. Por exemplo, não posso desvalorizar a leitura de jornais, como acho que os meus colegas também não desvalorizam. Não posso desvalorizar a leitura dos *emails*, não posso desvalorizar a leitura de um *push* no telemóvel. Agora, aquela ideia de que o jornalista é um especialista do nada porque pode fazer de tudo... Tem as premissas para o fazer. Sabemos responder às perguntas essenciais e refletir perante declarações de um primeiro-ministro ou um acidente aéreo. Acho que essas regras estão lá, a técnica está lá, mas não acredito em jornalistas não especializados. Acho isso um bocado etéreo para nos tornarmos bons jornalistas. Nenhum bom jornalista é um jornalista do nada.

### **Falar em jornalismo cultural é, também, falar em educação para a cultura?**

Vejo o jornalismo cultural, principalmente numa casa como a RTP, como um lugar de informação, não direi de formação. Nós temos a obrigação de informar. Há uns anos estávamos a discutir um artista, penso que era o Bordalo II, e alguém disse: "Mas ninguém conhece o Bordalo II." E respondi: "Pois não, mas nós, jornalistas, temos a obrigação de dar a conhecer o Bordalo II." E agora vemos quem é o Bordalo II! Portanto, como jornalista, tenho obrigação de dizer quem é a Paula Rêgo e explicar porque é que a Paula Rêgo é uma das artistas mais importantes do século XX da Europa e, provavelmente, do Mundo. É esse o enquadra-

mento que temos que fazer. Talvez o Dino d' Santiago, antes de ser um grande amigo da Madonna, já fosse uma pessoa conhecida também porque a RTP ajudou a divulgar o seu trabalho. É um homem que pensa não só a sua música, mas pensa o contexto em que está, a cidade onde vive, o mundo em que está... Portanto, naturalmente, tudo ajuda. Não direi a formar, mas a criar nas pessoas esse hábito de ouvir outra música, de ver outras exposições, de ler outros livros. Se as pessoas não tiverem conhecimento e acesso a esse conhecimento, temos obrigação de dar a conhecer essas pessoas que têm algo mais a ensinar.

**A RTP, enquanto órgão de comunicação social público, tem o dever de olhar para a cultura. Este olhar passa por um maior foco na cultura nacional?**

Não necessariamente. Podemos olhar para outras realidades quando temos possibilidade de meios, porque tudo isto também envolve gastos. Por exemplo, estive os 11 dias no Festival Internacional de Cinema de Veneza (em 2019), onde trabalhei *A Herdade*, que foi o filme português em competição oficial, mas trabalhei outros filmes como o *Joker*, de Todd Phillips, o *J'Accuse*, de Roman Polanski, e isso foi uma coisa extraordinária na RTP porque há muitos anos que não fazíamos isto. Penso que nunca houve um enviado especial ao Festival de Veneza em todos estes dias e deu uma perspetiva às pessoas absolutamente interessante daquilo que é o cinema que se faz, tanto o cinema *mainstream*, mas também o cinema de autor. Resulta muito bem quando temos meios e possibilidade de o fazer. Ir, por exemplo, à Bienal de Veneza, onde o nosso jornalista Diogo Louçã Rodri-

gues foi. É extraordinário quando temos essa possibilidade de sair fora da nossa caixinha. O João Ricardo Vasconcelos, o nosso correspondente em Washington, foi a Boston à inauguração de um grande museu de arte moderna... É essa a visão e nunca nos podemos fechar no nosso umbigo. O universo somos todos nós e, portanto, temos que saber olhar para a nossa identidade nacional, mas também para a nossa identidade como ser humano. O ser humano é dar a ver os outros, é conhecer quem somos através dos outros.

**Mas, no caso da cobertura ao Festival de Veneza, foi o facto de *A Herdade* estar em competição oficial que justificou a viagem...**

Mas podia ter-me vindo embora logo no dia a seguir à estreia do filme... Sugeri ficarmos e acompanhar o festival todo, com todas as conferências de imprensa, com a possibilidade de colocar uma pergunta ao Joaquin Phoenix, ao Pedro Almodôvar, à Julie Andrews... Essa proposta foi aceite pela Direção de Informação e ainda bem que fiquei porque muitas pessoas sabem quem é a Julie Andrews ou o Almodôvar e, o facto de estarmos lá, dá-nos um cariz de qualidade a nós, RTP, e dá-nos essa questão de que cultura não são só *soft news*. Há coisas importantes a acontecer na cultura.

**Numa entrevista para o trabalho de mestrado "A cobertura editorial da cultura no *website* da RTP Notícias" (2019), de Carla Nunes,<sup>3</sup> referiu que "as matérias de cultura são sempre**

3 Nunes, C. (2019). *A cobertura editorial da cultura no website da RTP Notícias*. Tese de Mestrado. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa .

**matérias de segundo plano. A cultura termina sempre no Telejornal”. Por que razão isto acontece?**

Podemos dizer que é uma tradição estrutural de escolha editorial da qual eu, obviamente, posso discordar muitas das vezes. Mas tem a ver com uma narrativa que o próprio Telejornal tem e que se criou neste e noutros países, porque, se formos ver um jornal da BBC, é exactamente a mesma coisa. Não sei se concordo, mas, por exemplo, neste tempo de pandemia, entendo que as pessoas queiram saber primeiro como está a evolução da doença em Portugal antes de saber que a Rita Redshoes vai, no próximo sábado, ao São Luiz fazer um concerto. Consigo entender que também há outros assuntos importantes. Por exemplo, quando é atribuído o Prémio Pessoa, mesmo que seja atribuído por um grupo editorial que não a RTP, convidamos sempre a personalidade distinguida para vir em directo ao Telejornal e não é só no final.

**A Teresa é editora de Cultura da RTP. A função de edição de um jornalista cultural passa também por uma função de curadoria?**

A ideia de curadoria é bastante recente, a edição já existe há mais tempo. A edição tem essa possibilidade de fazer as escolhas: Para mim há duas regras essenciais para fazer a edição: a primeira é serviço público, olhando para os artistas menos divulgados, mas também posso trabalhar um concerto da Madonna, não tenho problema nenhum. Mas tenho que perceber que ali há qualidade estética, humana, ética... Depois há outra premissa que, infelizmente, acontece na maioria das redações que é

a falta de meios. Temos que os saber gerir. Tenho dias em que há quatro ou cinco acontecimentos muito bons e só consigo ir a três, e tenho dias em que não acontece nada e tenho os meus jornalistas um pouco mais descansados. A verdade é que muita da nossa escolha editorial passa pela disponibilidade de meios. Outro exemplo: marco três equipas para fazerem entrevistas entre teatro, música e literatura, e não tenho um repórter de imagem. A cultura é, infelizmente, sempre das primeiras a cair.

**E é a falta de meios a principal preocupação que tem para o *As Horas Extraordinárias*, o programa que coordena?**

Muito a nível de meios. Porque há sempre acontecimentos e é uma pena muitas das vezes não conseguirmos cruzar o país inteiro porque temos mesmo falta de pessoas. Mas todas as redações se queixam disto.

**O campo do jornalismo cultural é muito complexo e engloba várias manifestações culturais e artísticas. Abordar jornalisticamente a cultura é olhar apenas para as manifestações artísticas ou de forma alargada contemplando, por exemplo, a políticas culturais e disciplinas como a etnografia ou a antropologia?**

É inevitável olharmos do ponto de vista alargado, porque senão não conseguimos ter uma visão sobre as coisas. Se aqui estivesse só a fazer agenda cultural, nem sei se precisava de ser jornalista. Essa visão da política cultural é essencial para perceber o que andamos aqui a fazer e perceber se quem tem o poder de decisão está a cumprir minimamente aquilo que lhe é devido e aquilo que se pode fazer a médio e a longo prazo. Toda essa

discussão interessa-me e toda essa questão do ponto de vista alargado é essencial e a RTP tem feito o seu melhor nessa perspetiva.

**Vários autores como Daniel Piza (2003) ou Dora Santos Silva e Marisa Torres da Silva (2017)<sup>4</sup> indicam que o jornalismo cultural segue uma agenda imposta pela indústria da cultura. Sente esta imposição de uma agenda por parte das indústrias culturais e criativas?**

Dizemos aos nossos telespectadores quais os concertos que vai haver torna-se inevitável. Se o Andrea Bocelli vem a Portugal também é inevitável que se faça uma reportagem sobre esse concerto. Mas penso que não seja só assim e, às vezes, conseguimos ir além disso. Vou dar um exemplo. Há pouco tempo, fizemos uma peça sobre o empréstimo de peças de coudelaria da colecção do Museu Nacional dos Coches a um empreendimento hoteleiro em Alter do Chão e o Ministério da Cultura tentou justificar que as peças já lá haviam estado e, apesar de terem sido compradas pelo Estado e fazerem parte da reserva do museu, podiam continuar neste espaço de conceção privada. Fizemos uma peça onde referimos que, se essas peças estiverem fechadas numa sala, ninguém tem acesso a património que é de todos nós. E isso é fora da agenda e penso que tem também a ver com a nossa visão de cidadania. Mas é natural que também se queira saber que o NOS Primavera Sound anunciou um novo cartaz para 2021 e não posso fu-

---

4 Piza, D. (2003). *Jornalismo Cultural* (1ª ed.). São Paulo: Contexto; Santos Silva, D., & Torres da Silva, M. (2017). Definições, tendências e marcas discursivas do jornalismo cultural. In C. Baptista (Ed.), *A Cultura na primeira Página - Uma década de jornalismo cultural na imprensa portuguesa* (1ª ed., pp. 87-108). Lisboa: Escritório Editora.

gir a isso. São estes acontecimentos que fazem a dinâmica da cultura e é essencial que as pessoas saibam que, por exemplo, o Teatro Nacional D. Maria II vai reabrir com o *By Heart*. Neste momento, estou a trabalhar numa peça com dois livros que saíram e não vou fazer uma peça para cada um. Vou fazer com os dois escritores e vou pô-los a refletir sobre a sua própria arte. Ou seja, também nos cabe apresentar e abordar os assuntos da melhor forma que entendermos, fugindo dessas imposições das agências de comunicação e da agenda cultural.

**De acordo com o *Barómetro Gerador Qmetrics*<sup>5</sup>, os jovens portugueses sentem que a cultura é menos orientada para a sua geração. Está nas mãos do jornalismo cultural alterar este panorama?**

Penso que se confunde o que é a ‘cultura orientada para a geração’. Posso fazer uma peça extraordinária sobre o *Crime e Castigo*, de Dostoiévski, e a minha filha, que tem 20 anos, adorar essa peça. Temos é que saber comunicar nas diferentes plataformas. Nós é que temos que saber comunicar.

No meio de todas estas reflexões pessoais, comunicadas e dialogantes com tanta gente da arte e da cultura, a ideia, por exemplo, do Plano Nacional das Artes, do qual nunca mais se falou, com grande pena, é uma grande ideia para podermos dizer às crianças o que são artistas, colocar os artistas nas escolas e vê-los a trabalhar com os miúdos... ter alguém a fazer uma biografia do Jorge Molder vai levar a questionar quem é o Jorge Molder e a ensinar não só as crianças, mas também os pais porque

---

5 Gerador (2019). *Barómetro Gerador Qmetrics: Estudo anual sobre a percepção da cultura em Portugal*. Lisboa: Gerador.

vão querer perceber o que os miúdos estão a fazer na escola. E isso é essencial, não é comunicar com esta ou com outra geração. Temos que saber comunicar com todos. Não querendo generalizar, acho é que as novas gerações não estão habituadas a procurar cultura. Por isso é que essa educação a médio/longo prazo é tão importante. Porque se não colocarmos nos jovens e nas crianças desde muito cedo as premissas essenciais do que é cultura, do que é ser artista, do que é a arte, não vamos lá... A responsabilidade começa em nós, como pais, professores, políticos, como intervenientes na educação dessas gerações e dizer-lhes quem é Helena Almeida, mas também quem é Tolstói ou Picasso. Temos que fazer esse trabalho de habituar as pessoas desde muito cedo de que também há heróis na cultura.

**João Nuno Pinto: “As pessoas esquecem-se que somos nós que criamos a identidade de um país para as futuras memórias, sem nós é o vazio”**

*João Nuno Pinto: “People forget that it is we who create the identity of a country for future memories, without us is the emptiness”*

Paula Lopes – Universidade Autónoma de Lisboa  
CECS-UMinho

NIP-C@M

[plopes@autonoma.pt](mailto:plopes@autonoma.pt)

<https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.15>

Recebido / Received  
12.11.2020

**Como citar este capítulo / How to quote this chapter:**

Lopes, P. (2021). “João Nuno Pinto: 'As pessoas esquecem-se que somos nós que criamos a identidade de um país para as futuras memórias, sem nós é o vazio'”. In Lourenço, J. & Lopes, P. (eds.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, (pp. 289-320), disponível em <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4763> DOI <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.15>



Nasceu em Lourenço Marques, Moçambique, em 1969, filho de uma família de colonizadores. Pragmático e assertivo, não teme as palavras e a brutalidade que, por vezes, lhes imprime: retornado, racista, machista, psicopata. Ao mesmo tempo, descobrimos um homem sereno que se assume como contador de histórias fortes, histórias que tocam as pessoas, que as emocionam, que as fazem pensar. João Nuno Pinto, cineasta e realizador publicitário, *outsider* sem vergonha, partilha momentos da sua vida numa viagem intimista e autorreflexiva, que começa, naturalmente, em África.

Conhecemo-nos à janela, no auge da clausura pandémica, no dia 12 de abril de 2020. “Estava a ver que nunca mais aparecia ninguém desse lado”, disse-me ele, enquanto eu brincava com a minha filha naquela tarde ensolarada. Queria falar sobre telhados, chuvadas, assuntos menores, mas inadiáveis. Falámos de prédios, de construções, de condomínios. No final, trocámos nomes e números de telefone e foi aí que descobri que o vizinho do prédio ao lado era o João Nuno Pinto.

Já tinha ouvido falar nele e no [Mosquito](#), a sua segunda longa-metragem, obra inspirada na história do seu avô que abriu a competição oficial do Festival de Roterdão. Curiosa, vi o filme, espantei-me e estarreci. Voltei a contactá-lo. Dia 7 de maio, o repto: “João, e que tal uma entrevista?”. Aquele “sim” foi o início de um mergulho intenso. Vi os *spots* publicitários, li as entrevistas disponíveis, mas sentia que ainda havia tanto, mas tanto por

saber. Mais do que os prémios, as participações em festivais, interessava-me conhecer o homem e a sua singularidade, o João.

A entrevista aconteceu alguns meses mais tarde, eu em Lisboa, no conforto da minha sala, o João no Alentejo profundo, entre chaparros e ovelhas perdidas, no interior de um automóvel ou na “casinha de ferramentas”. Falou-me da família, do regresso de África e do regresso a África, de publicidade e de cinema. E do Brasil, de um Brasil que, hoje, é para ele uma triangulação de nomes próprios: Fernanda, Sebastião e Rosa.

Assumindo, à partida, que o ato cultural é indissociável do seu autor, do seu passado, do seu presente, da forma como se sente e se vê, da forma como sente e vê o Mundo, das suas opções e das suas contradições, esta conversa parte do que há de mais umbilical para culminar, finalmente, na cultura em Portugal e no jornalismo cultural.

**Na sua [página pessoal](#), o João apresenta-se de forma algo singular: “Pai. Marido.” e, só depois, “Fotógrafo amador. Realizador.” Diria que há aqui alguma originalidade ou, quem sabe, uma espécie de ‘ajuste de contas’ com o passado, com a família ancestral...**

É sempre uma dificuldade falarmos de nós próprios... Como resumir numa apresentação quem somos? Somos muita coisa, temos muitas dimensões e, realmente, se calhar, antes do Sebastião e da Rosa terem nascido, começava por dizer que era realizador, definia-me pela minha profissão. De facto, a profis-

são seria o lugar que mais me completaria, mas a partir do momento em que fui pai, a minha vida ficou virada do avesso. Há este conflito: qual o lugar que ocupa a paternidade e o lugar que ocupa o nosso lado profissional? É muito difícil ser um bom pai e um bom profissional. Quando somos uma coisa, a outra fica sempre um pouco em segundo plano. Principalmente nos primeiros anos, na primeira infância, quando eles exigem e dependem muito de nós, e não só eles como a nossa companheira, a mãe. Se não estivermos lá, vai sobrar para ela...

**Esta apresentação pública decorre exclusivamente da paternidade, portanto.**

Sim, nunca começaria uma apresentação como “amante”, se não tivesse sido pai. Neste momento, coloco a família em primeiro lugar, acima de tudo. Eu sempre quis ser pai, ter uma família, e fui pai muito tarde. Sabia que a partir desse momento, ia querer dar muito à família e ia pôr de lado outras coisas que também queria fazer. Então, fui fazendo essas outras coisas e agora estou muito mais apaziguado, por poder dedicar o meu tempo à minha família. Andamos sempre neste dilema, mas se tiver de me definir vou pôr sempre a minha mulher e os meus filhos em primeiro lugar em relação a todas as outras coisas.

**Retorno ao ‘ajuste de contas’. Essa necessidade de pôr a família em primeiro lugar tem alguma relação com o seu pai?**

Sim, sim. Funcionamos sempre em conflito ou em continuidade com os nossos pais. Eles guiam-nos e nós continuamos o que nos deram ou tentamos fazer o oposto. Tenho memórias de in-

fância e de família muito boas. Mas também tenho consciência que quero ser muito mais do que aquilo que recebi enquanto filho. De qualquer forma, acho que todos os pais fazem o melhor que sabem pelos filhos e não posso criticar. Eles fizeram o melhor que sabiam. À luz de hoje, temos consciência de que podemos ser muito melhores. Mas não queria pôr isto como uma crítica em relação a um pai que foi ausente em algumas coisas ou que não foi noutras. Não quero mesmo. Sem dúvida que os meus pais vêm de um lugar machista, muito de acordo com a sua época. É um lugar conservador. Achavam-se muito progressistas, mas não eram nada. Aparentemente, tinham um discurso muito democrático e muito progressista, mas não eram nada disso. Esse lugar em que o homem é o grande provedor, aquele que tem as rédeas de tudo, não é? Eu venho desse lugar, essa era a educação lá em casa. Felizmente, sou o mais novo de quatro irmãos e a minha irmã, a mais velha, tem mais sete anos do que eu. A minha educação baseou-se muito nas orientações dessa minha irmã. Ela foi quase a figura materna de referência e, sim, eu seguia-a muito mais a ela do que aos ensinamentos dos meus pais. Claro que, quando somos crianças, achava que o meu pai era incrível, um “super pai”. Depois, vem a desilusão da adolescência e da juventude, o choque com a realidade e, depois, o momento do apaziguamento e de voltar a encaixar tudo no seu lugar. Mas acho que o que sou hoje vem, primeiro, dos ensinamentos da minha irmã, que me tornou sempre muito mais ligado ao olhar feminino, e depois, aos poucos, ao longo do meu crescimento e da minha vida adulta há uma tomada de consciência desse lugar que o meu pai representava, do clássico homem branco, machista, autoritário. A soberba do homem branco.

**Essa “soberba do homem branco”, como disse, tinha a ver com algum alinhamento com o regime?**

Não, o meu pai era socialista, do Partido Socialista de Mário Soares. Era admirador de Mário Soares. Mas, mesmo socialista, ao mesmo tempo, sempre houve – mas isso não é dele em particular, é da família do lado do meu avô – uma soberba, uma altivez, um orgulho de superioridade. As próprias irmãs eram iguais, acho que isso tem a ver com a época. Com a época e as circunstâncias...

**O João nasceu em Moçambique, o seu pai nasceu em Moçambique, já que o seu avô regressou a África depois da I Guerra Mundial e aí teve sete filhos...**

Sim, sete filhos da minha avó Virgínia. O meu avô paterno sempre foi colocado nesse lugar do patriarca, do aventureiro, quase um Dom Quixote, mas com o coração no lugar certo, uma “criança grande” que gosta de experimentar novos caminhos e novas aventuras. A minha avó era o lado sólido da família, segurava as suas aventuras e as suas paixões...

***“Vivíamos o sonho de uma herança colonial, uma ressaça, um ranço de um colonialismo que foi transportado para dentro de casa”***

**Depois, em 1975, há o regresso de África. O João vem de Moçambique para Lisboa com cinco anos.**

Sim. Quando vim de África, continuámos a viver África durante muitos anos, imagino que como todos os retornados. Toda a

gente que veio de África trouxe África no coração, só que trouxe uma “certa” África. Lá tínhamos uma vida incrível, vivíamos quase o *american dream*. Aquela imagem que temos dos anos 50 americanos era o que vivíamos em África. Tínhamos uma casa maravilhosa, tínhamos empregados, barcos, viagens... Nos álbuns e álbuns de fotografias, parece que vivíamos férias eternas... os safaris, as grandes almoçaradas e as grandes jantaradas, sempre rodeados de amigos. Quando os meus pais vêm para Lisboa, o meu pai fica completamente deprimido, passa a ser outra pessoa. Esses encontros... isso acaba tudo. Há um isolamento, mesmo em relação à família mais alargada. Passa a haver um isolamento muito grande, imagino que também pelas dificuldades. Recomeçar tudo com 40 anos e, depois de tudo ter, tudo perder. Recomeçar a vida com quatro filhos não deve ser nada fácil. Imagino que para eles foi difícil. Lembro-me perfeitamente de ser jovem e não termos nada... de quatro irmãos a dividirmos uma romã. Não tinha roupa nova, usava a roupa dos meus irmãos. Passámos de um lugar onde tínhamos tudo para um lugar, que era o Portugal do final dos anos 70 e anos 80, que era... [pausa] Bom, vivíamos com bastantes dificuldades. Isso para os meus pais não foi nada fácil. Mas sempre alimentaram o sonho que África é que era, aqueles tempos é que eram...

### **E voltaram a Moçambique?**

O meu pai voltou. Na verdade, todos nós voltámos, acabámos por voltar a Moçambique. O que há depois desse regresso é, realmente, e em particular da minha parte, a tomada de consciência de que imaginário é esse, qual era a nossa herança, o

que se passava de facto. Nós, de facto, vivíamos o sonho de uma herança colonial, uma ressaca, um ranço de um colonialismo que foi transportado para dentro de casa. E como isso nos influenciou, a nós e a um País inteiro! Nós continuamos a viver nesse ranço dessa colonização e desse império perdido. E como é que nos desligamos e percebemos como é, de facto, a realidade? Como é que lidamos com isso? É quando surgem todas as grandes questões...

**Suponho que essa mudança pessoal, interior, se dê quando o João começa a olhar para essa realidade de uma outra forma, mais crítica e reflexiva. Hoje, e pelo que vejo nos [spots publicitários e nos filmes](#) que realiza, é um homem centrado nas relações humanas, com uma visão humanista, provavelmente em confronto com todo esse percurso. Recordo-me de alguns vídeos marcados por narrativas visuais elegantes, textos intensos, personagens frequentemente fortes. Diria que há traços comuns que os unem: emoções, relações...**

Eu e os meus irmãos fomos criados muito em liberdade, sempre tivemos muita autonomia. Quase que éramos largados e tipo: “virem-se!” Uma recordação que tenho de infância é os meus pais deixarem-nos no Algarve durante um mês, numa caravana no parque de campismo, e a minha irmã mais velha, na época com 15 anos – por isso, eu tinha sete ou oito anos – tratava de nós. Ficávamos os quatro sozinhos. Crescemos assim, ora no Algarve, ora em Monsanto, crescemos muito assim: “virem-se!” Não éramos aquela família em que os pais se sentam a fazer os trabalhos de casa com os filhos. Mesmo na escola, era suposto

termos boas notas, passarmos de ano. Mas era por nós. A exigência estava lá, devíamos cumprir os objetivos, mas o acompanhamento não. Ao mesmo tempo, isso criou coisas muito boas, perceber o grande valor da liberdade, de sermos muito destemidos. Nenhum de nós tem problemas em começar de novo, já sabemos que tanto podemos ter muito, como podemos não ter nada, porque vivemos as duas realidades. Com 16 anos, comecei a viajar à boleia na Europa. Muitos dos meus irmãos já o faziam, mas com 20 e tal anos. Comecei mais cedo, logo com 16. E os meus pais deixavam. Lembro-me de ter poucos amigos com essa liberdade. Consegui arranjar um grupo que alinhava comigo, os pais deixavam... Então, eu venho desse lugar, de um mundo onde não havia amarras e isso fez com que tivesse um percurso invulgar na minha juventude... Sempre me atirei de cabeça a tudo! Sempre me atirei de cabeça, nunca tive problemas em começar seja o que for, viajava e nunca precisei de dinheiro para viajar, ia à boleia para todo o lado. Fiz muitas asneiras, fiz muitas coisas que não devia ter feito, mas havia mesmo aquela necessidade de experimentar tudo...

**E a nível profissional, também é assim? Como no *copy* de uma [marca brasileira de cerveja](#), “*Todo o dia é dia de correr atrás de seus sonhos (...) Todo o dia é dia de acreditar*”...**

Sim. Para já, sempre tive uma “estrelinha” que cuidou de mim e que não deixou que as coisas corressem mal, a todos os níveis. Profissionalmente, sempre desenhei. Desde miúdo, sempre desenhei, sabia muito bem que queria seguir a expressão visual. Os meus cadernos eram “tirinhas” de banda-desenhada, fazia

histórias aos quadradinhos nos meus cadernos da escola. Era péssimo a Português, odiava Gramática, Matemática... tudo o que me fizesse parar e pensar numa coisa profundamente. Não tinha paciência. Ainda por cima, sou disléxico, perdia-me no pensamento. E, no entanto, em tudo o que me fizesse sonhar e viajar era muito bom, adorava. Era o melhor aluno a Desenho, a História de Arte e a Geometria Descritiva. Conseguia visualizar no espaço. Depois, era um aluno medíocre a Matemática, a essas coisas mais concretas. Se não respeitasse o professor, se não admirasse o professor, não ligava nenhuma às aulas dele. No entanto, se tivesse um professor que admirasse e respeitasse, dava tudo por ele. Então, tinha de ser seduzido e levado para esse lugar... Sempre fui esse miúdo que gostava muito da liberdade e de poder fazer o que lhe dava na gana...

**Lá está, o culto da liberdade, a emoção...**

Exatamente.

**“A minha busca sempre foi numa perspetiva do sonho, de um miúdo a tentar perceber o seu lugar no Mundo, a tentar sonhar e encontrar o seu lugar no Mundo”**

**E o que fez o miúdo que só fazia o que lhe dava na real gana para começar a tornar-se financeiramente independente?**

Comecei a fazer uns trabalhos de design, mas – como era preguiçoso – não me apliquei a sério nos estudos. Queria era viajar e andar na borga, e segui o caminho mais fácil. Fui parar a Tomar, ao politécnico, que estava a fazer o primeiro curso de Artes

Gráficas. Não gostava nada, odiei aquilo. Depois, pus os meus desenhos debaixo do braço e fui à procura do meu primeiro trabalho. Fui bater à porta de uma agência de publicidade e adoraram os meus “bonecos”. Fui contratado pela Abrinício, uma agência que já não existe mas que, na época, era uma agência muito importante em Portugal. Era a marca nacional da J. Walter Thompson, trabalhavam contas portuguesas, como o Azeite Gallo, a Sagres... Eu não fui atrás da publicidade, fui atrás do primeiro trabalho que arranjasse. Comecei a trabalhar lá com 21 anos, fiz um primeiro estágio e, de repente, com 25, passei a ser diretor criativo da agência. Ou seja, em quatro anos, passei de um estagiário, que não entendia nada de publicidade e fazia uns bonecos, a diretor criativo. Começou a acontecer tudo muito depressa, ou seja, os acontecimentos da minha vida iam mais rápidos do que eu próprio conseguia controlar. Foi tudo tão rápido, era um mundo novo, um mundo deslumbrante, a publicidade, o *glamour*. De repente, era diretor criativo, tinha um projeto que estava nas minhas mãos, tinha um grupo de criativos a trabalhar para mim... Trabalhávamos dia e noite, fazíamos noitadas atrás de noitadas, as coisas estavam a correr muito bem. Com 28 anos, ia fazer parte do conselho consultivo do Grupo Thompson, ou seja, tinha ali um futuro brilhante supostamente à minha espera. Mas o que é certo é que já estava muito insatisfeito, aquilo já não me dizia nada, porque eu só trabalhava... Quando recebi o meu primeiro cheque de ordenado, um bom ordenado, já como diretor criativo, nesse dia, olhei para aquilo e pensei: “Eu já não preciso mais de pensar em dinheiro.” E, à partida, nunca mais pensei em dinheiro, ou seja, o dinheiro nunca

foi aquilo que me moveu para fazer as coisas. Nesse momento, não foi tipo “enfim, vou ficar rico”, mas “fixe, não preciso mais de pensar em dinheiro”. Antes, precisava de pensar em dinheiro para ganhar a vida, para conseguir pagar as coisas que queria fazer, para viajar. Naquele momento, foi um grande alívio: “Não preciso mais, ganho o suficiente para viver e viver bem! Ótimo, essa parte está resolvida.”

### **E está resolvida, de facto?**

Faço publicidade, é o que me paga as contas, se não fosse a publicidade... felizmente há publicidade! [risos] Mas, de facto, o que é que aconteceu? Com 28 anos, fui fazer um coast to coast nos Estados Unidos e estava em Monument Valley, onde o John Ford filmou os seus *westerns*, a ver toda aquela paisagem incrível. Já tinha esta coisa pelo cinema, queria realizar. Estava ali sentado, sozinho, comecei a olhar para a minha vida em Portugal e pensei: “bom, é isto que eu quero, não quero continuar num agência de publicidade a aturar diretores de marketing e contas!” Nada daquilo já me fazia sentido. Pensava: “Quero mesmo é isto, é criar histórias, é contar histórias, é viver este sonho.” E, sem preparação nenhuma, sem nada, voltei para Lisboa, fui ter com o meu chefe e despedi-me. Ou seja, só tinha ido de férias e cheguei a Lisboa e despedi-me. Disse a mim próprio: “Nunca mais, eu quero mesmo é realizar!” Pesquisei e havia um curso em Nova Iorque, que conseguia pagar com o dinheiro que ainda tinha. Fui para Nova Iorque. Fiz lá um curso de três meses, mais uns *workshops*, voltei e comecei a realizar. Quem me deu trabalho foi, obviamente, a publicidade, foram os criativos que

tinham trabalhado comigo e me deram os primeiros filmes. A coisa começou a correr bem e assim foi. Mais tarde, fui sócio de uma produtora, depois abri a minha própria produtora e tudo isto sempre a correr profissionalmente muito bem...

**Até chegar ao *América* (2010), a sua primeira longa-metragem. Se não estou em erro, estreou-se na Competição de Longas do IndieLX. Nessa ocasião, o João foi apresentado como “realizador publicitário” ...**

Ao fim de um tempo, fiz o *América*, finalmente, depois de muitos anos a tentar financiamento para fazer uma primeira obra. Era, justamente, visto como realizador de publicidade e havia um grande desprezo por parte de todo o círculo do cinema, um círculo muito fechado, a tal *intelligentsia* do cinema, os intelectuais que não deixam [entrar] quem vem de fora... É logo criado um rótulo e, para mim, era o rótulo de “publicitário”. Tipo: “Mas o que faz um publicitário aqui a querer fazer cinema?” Tal como na altura em que deixei a agência para ser realizador, fui dos primeiros a deixar de ser criativo para começar a realizar. Hoje em dia, isso é banal, mas na altura não era uma coisa que em Portugal se fizesse normalmente. Também fui dos primeiros realizadores de publicidade a querer fazer cinema. Em Portugal, porque lá fora isso era uma coisa normalíssima! Tive muita dificuldade em conseguir financiamento, recebi muitas críticas enviesadas ao *América*. Olhavam-me sempre como um *outsider* que não era suposto estar a fazer cinema, era suposto estar lá, noutro lugar, a fazer publicidade. Mas eu não vinha da publicidade, vinha de um outro lugar, vinha do lugar do sonho e da cria-

ção. Passou pela publicidade, a publicidade deu-me uma grande escola em muitas coisas, mas não fui um produto da publicidade, que sonhava e respirava publicidade. A minha busca sempre foi numa perspetiva do sonho, de um miúdo a tentar perceber o seu lugar no Mundo, a tentar sonhar e encontrar o seu lugar no Mundo. Não venho do lado académico do cinema, o meu percurso é muito autodidata nesse sentido, de descoberta. Há um momento neste percurso que fundo a Garage Films, que se torna uma das maiores produtoras de filmes de publicidade em Portugal e há um momento em que estou saturado, um momento em que não aguento mais aquilo outra vez – tal como aconteceu com a agência de publicidade. O meu lado criativo estava a ser completamente canibalizado pelas obrigações de ter uma produtora, pelas obrigações de faturar, de ganhar dinheiro e de ser obrigado a fazer filmes atrás de filmes e aturar todo aquele mundo da publicidade. Atenção, adoro fazer filmes de publicidade, mas têm de ser feitos em doses homeopáticas! A publicidade é um excelente exercício para praticar. Por exemplo, se fosse só fazer cinema estava tramado, faço um filme de oito em oito anos, nunca praticava. [risos] A publicidade permite-me praticar, estou a filmar de dois em dois ou mês a mês, permite-me estar sempre a filmar, a praticar, a conhecer. A publicidade é uma escola de cinema constante, a nível técnico. Há novos projetos, novos desafios que nos chegam, que nos pagam a renda e nos fazem ganhar mais experiência. Mas voltando à Garage Films, às tantas, estava com uma grande insatisfação, e um vazio que não percebia bem porquê, mas que coincidiu com a chegada aos 40 anos. Percebi que ainda não era aquilo. Já tinha feito tanta coi-

sa... até já tinha aberto um clube, não sei se se lembra do Clube Ferroviário...

### **Muito bem.**

Abri o clube com mais três sócios e foi só por gozo, nunca quis ser empresário da noite. Foi mesmo por brincadeira, ainda andava a tentar ocupar o tempo com coisas que me dessem gozo, com novos desafios... Olhando para trás, para o João de outros tempos, era claramente o meu perfil. Hoje, há um novo desafio, o objetivo mudou: agora vivo em prol da família e não do gozo pessoal. Mas se há uma coisa que gosto no cinema e na profissão que tenho é cada trabalho ser um desafio hermético, tem um princípio, meio e fim. Gosto disso, sou péssimo na gestão... Se me dão uma coisa para ficar a gerir no dia a dia, isso para mim é um pesadelo... Estar ali a fechar contas todos os dias, não consigo, não tenho esse perfil. Agora, essa coisa de desafio, de criar, de pensar como pode ser feito, de montar o projeto, de ver a coisa feita, até ver a coisa terminada, isso para mim é super aliciante. Quando cheguei aos 40 anos – e foi aí que conheci a minha mulher, a Fernanda – o Brasil começou a aparecer muito na minha vida. Por vários motivos. Primeiro, fiz uma publicidade para o Brasil e, de repente, veio uma conta de uma agência brasileira para filmar em Portugal. Adorei a relação com os criativos, com a equipa. E, de repente, toda a pós-produção de som do meu filme, *o América*, foi feita no Brasil. Então, estive um mês a viver em São Paulo.

**“A minha necessidade como *storyteller*, como contador de histórias, vem desse lugar, de tocar as pessoas, de as emocionar, de as fazer refletir sobre o Mundo em que vivemos”**

**O *América* é uma adaptação de *Criação do Mundo* de Luísa Costa Gomes, argumento no qual o João também participou.**

O *América* é um projeto que parte da Luísa Costa Gomes, sim. Ela tem um primeiro *draft* do guião, eu leio o guião, gostei muito da história e disse-lhe: “Vamos, ainda há aqui muito para trabalhar até isto virar um filme!” Sendo que não é uma ideia minha, tenho que, de alguma forma, me apropriar deste filme, para poder falar sobre ele. E então, sentei-me com a Luísa e estivemos a trabalhar em conjunto no guião.

**O filme trata de um tema que está na ordem do dia: a imigração ilegal. Quando pensa em cinema, em fazer cinema, pensa intencionalmente em contar histórias que retratem dramas humanos, da Humanidade? Ou seja, pensa em Direitos Humanos e que são essas as histórias que valem a pena contar?**

A minha necessidade como *storyteller*, como contador de histórias, vem desse lugar, de tocar as pessoas, de as emocionar, de as fazer refletir sobre o Mundo em que vivemos. No caso do *América*, eu “sou” muito do filme porque era um olhar sobre Portugal do ponto de vista dos imigrantes, com que me identifiquei. Embora seja português, o facto de só viver aqui desde os cinco anos e ter nascido em Moçambique, vir de outro lugar e de ter tido esse impacto da mudança, de olhar para Portugal

como estrangeiro... sempre tive um pouco este olhar exterior a Portugal. Então, identifiquei-me a falar sobre Portugal segundo esse ponto de vista. O filme fala de uma russa que está presa por causa do seu filho e não consegue sair, abandonar o marido, não consegue sair de Portugal e a amargura que ela sente em viver aqui, em estar presa a Portugal. Ele e os outros imigrantes vêm à procura de um *eldorado*, de uma nova terra de oportunidades, daí o *América*. Para estes imigrantes, Portugal é um *eldorado* falhado, cheio de problemas, de questões e o filme retrata o confronto com essas questões. Coincide com uma altura em que eu estava com uma visão muito negativa de Portugal, estava muito farto de aqui estar, tanto mais que, a seguir ao *América*, eu saio de Portugal. Eu hoje olho para o filme e consigo ver isso claramente. Estava com muita coisa atravessada que tinha a ver, claramente, com a falta de horizontes deste País. Sempre precisei de horizontes e sentia-me aqui a sufocar. E acho que o filme fala disso, fala do que eu estava a sentir na altura. O guião da Luísa era uma coisa mais leve, tornei-o uma coisa mais negra, exatamente com esse ponto de vista.

**É casado com uma brasileira, a Fernanda, para todos os efeitos imigrante, que – tal como o João – terá um olhar necessariamente exterior a Portugal. Também ela se sentirá “presa” a este País?**

Sou casado não só com uma brasileira: sou casado com uma brasileira, ativista, feminista, que trabalha muito com as questões de género e as questões raciais, que é investigadora, guionista. Acho que uma das razões por que eu me apaixonei por ela foi

exatamente a nível intelectual. Nós entendemo-nos nesse lugar e atraiu-me esse lugar. A Fernanda tem uma grande responsabilidade na minha consciência acerca de muitos assuntos que têm a ver com esses temas. Eu era uma pessoa que estava à procura e aberta para receber e para evoluir, e, de repente, encontrei uma pessoa que trabalha ativamente nesses temas e que coloca tudo em sentido e dá sentido a muitas coisas que já estavam na minha cabeça. Então, muito devo à Fernanda a minha evolução nos últimos dez anos, dos 40 aos 50 anos... A Fernanda vê Portugal como um país racista, xenófobo, desigual, tudo isso. Completamente. Ela está ainda a processar o facto de ter vindo para cá. O Brasil é um país tão grande, com problemas gigantes, enormes, endémicos, que nunca serão resolvidos, mas depois há um outro lado, um outro Brasil, um país de pessoas incríveis, de intelectuais incríveis, de pensadores incríveis, de ativistas... O que ela sente em relação a Portugal é que, mesmo do lado do ativismo, o país ainda está fora de várias discussões que já estão a correr esse Mundo fora. E aqui ainda não se fala nelas. [pausa] Por exemplo, ela fez um filme, escreveu e foi codiretora de um projeto que ganhou um prémio agora, que se chama *O que Elas Fazem*, que é um filme sobre a questão da igualdade de género e racial no mercado de trabalho. Ganhou até o Prémio de Melhor Curta-Metragem nos Estados Unidos, num festival em Los Angeles. Ela quer fazer o mesmo projeto aqui em Portugal e estava a comentar, outro dia, que estava muito admirada de ter estado a ler sobre o assunto, a fazer pesquisa, e de ter percebido como a questão racial não entra na equação cá em Portugal. Em toda a discussão da igualdade de género no mercado

de trabalho em Portugal, dos direitos das mulheres, a questão racial nunca é colocada. E ela pergunta: “Como é possível?” Não há só uma questão de género, há uma questão educacional, há, de facto, uma grande desigualdade entre o homem e a mulher, mas quando vamos analisar a mulher negra o fosso ainda é muito maior. Não se pode abordar uma coisa sem falar na outra. É nisto que ela fala, que esta discussão ainda está muito atrasada, e diz que Portugal ainda é um país muito conservador para trabalhar estas temáticas.

### **A Fernanda é também argumentista do *Mosquito*...**

Sim, a Fernanda é argumentista do *Mosquito*. O *Mosquito* é um filme que eu queria fazer, uma história que eu queria contar, ainda antes de ter filmado o *América*. Só que não me sentia preparado para o fazer, porque é um filme muito mais ambicioso e muito mais sensível. Quando termino o *América*, então digo, “OK, então agora vou começar a trabalhar no *Mosquito*”. E começo a trabalhar com a Fernanda, começamos os dois a trabalhar. É engraçado que, quando conheço a Fernanda, ela não era guionista. Ela é socióloga, sempre trabalhou em organizações não governamentais, em ONGs, com questões africanas, com questões da cultura africana no Brasil. Depois de nos conhecermos, começa a entrar no mercado audiovisual, primeiro como investigadora, depois como guionista e agora também como realizadora, mas sempre no lado documental, sempre com este olhar, este viés social, temas sociais. O *Mosquito* foi também uma primeira viagem para ela na ficção.

**E deve ter sido uma viagem alucinante, porque era uma viagem que partia de si... O *Mosquito* estreia 10 anos depois de *América*, sendo um filme inspirado na história do seu avô. E, tal como aconteceu com o *América*, o filme estreia-se sete ou oito anos depois de começar a ser pensado, por constrangimentos financeiros – uma coprodução com Brasil, França, Moçambique, com produção de Paulo Branco – e dois meses de rodagem em África.**

Exacto. Uma viagem que parte de mim e tem de haver do lado da Fernanda uma apropriação do tema para ela se integrar. Esta viagem tem de ser feita sempre da mesma maneira: quem entra, tem de se apropriar, porque se não é impossível, passa a ser só mais um técnico. E, aqui, eu venho com o conhecimento mais técnico da narrativa, do *storytelling* cinematográfico, ela vem com um lado mais social e com essas questões humanitárias que ela traz para o filme. A visão dela foi estruturante na visão do filme. Chegou um ponto que tínhamos já um argumento do princípio ao fim e precisávamos de trabalhar as cenas e os diálogos, e aí chamámos o Gonçalo Waddington para se juntar à equipa e escrever com ela o guião final. Precisávamos de um olhar masculino e português, porque é um filme muito masculino e português. Muito bélico. O Gonçalo trouxe esse olhar masculino português, com outra coisa que ele tem: uma criatividade maravilhosa para os diálogos e para as cenas. Ele trouxe isso para o filme, foi essa a “poção” para escrever o *Mosquito*. A cena de abertura diz logo ao que o filme vai. O filme foi-se tornando cada vez mais ambicioso à medida que evoluímos na pesquisa e que íamos pensando como fazer. Começa a ser pensado como uma

história, que é uma das histórias do meu avô que sempre me fascinou, como já disse. Eu nunca conheci o meu avô, quando nasci ele já tinha falecido há muito tempo, mas sempre se falou muito dele e dessas histórias. E esta história sempre me fascinou: este rapaz, este jovem que vai para Moçambique, que quer muito ir para a guerra, ir para França combater os alemães, mas é enviado para Moçambique, apanha malária e é deixado para trás pelo seu pelotão. Depois, parte à procura da guerra sozinho, com um guia e um carregador, à procura da guerra... Contado assim quase parece a história do Raúl Solnado, de ir à procura da guerra...[risos] é quase como uma anedota! Sempre questionei o que é que aconteceu nesta viagem a este miúdo, que deve ter sido tanto de fascinante como aterradora, para que depois, mesmo assim, ele tivesse querido ficar em Moçambique e tivesse aí a sua família. Este foi o ponto de partida, um ponto de vista, um ponto de partida de aventura, lá atrás, quando comecei a pensar na história. Penso que devo ter começado a pensar neste filme há uns 20 anos...

### **E o financiamento? Os constrangimentos financeiros?**

Em Portugal, fazer cinema é muito, muito difícil. É preciso ter muitos projetos a andarem ao mesmo tempo, uma pessoa não pode ter só um projeto, tem de ter vários projetos para continuar. E o mais difícil, de facto, porque há pouco dinheiro e muita gente a querer fazer cinema, é que não dá para todos, não há dinheiro para todos. O dinheiro que há para cada projeto é pouco. No caso do *América*, tive muita dificuldade porque eu não era ninguém. O *América* foi uma coprodução, um filme com finan-

ciamento português, espanhol, russo e brasileiro. Em Portugal, é muito cómico existir um concurso que se chama “Primeiras obras”, portanto, para alguém que vai fazer a sua primeira longa-metragem. O facto de eu não ter um percurso óbvio, como não vir da Escola de Cinema, nem ter sido assistente de realização de alguém, ter sido sei lá o quê dentro do cinema, ou seja, ser completamente um *outsider* dentro deste mundo, fez com que, mesmo para primeiras obras, a minha pontuação do currículo fosse sempre muito fraca. Então, foi muito difícil conseguir o financiamento para fazer o filme, daí tantos anos para conseguir financiamento. No *Mosquito*, voltei a ter essa dificuldade, continuei com esse rótulo de “realizador de publicidade” que tinha feito um filme há não sei quantos anos... e ouvi coisas ridículas. Eu ficava lá e eles falavam muito bem do argumento, mas ouvia coisas como “é impossível filmar isto” ou “é um guião demasiado esquematizado”... Não sei... falavam muito bem do guião, uma história muito interessante e tal, mas era um guião demasiado esquematizado. Penso que queriam dizer que era demasiado correto, não sei. O guião foi escrito de uma forma cronológica, mas o filme não é editado de uma forma cronológica. Sempre vi, nas minhas pontuações, reduzirem os prémios que o *América* tinha ganho. Vi todo o meu percurso a ser reduzido para, de facto, a minha pontuação não ser muito alta.

### **Ou seja, está a assumir que o jogo está viciado.**

O jogo está muito viciado. É muito difícil. E, claro, hoje em dia, a partir do momento em que o filme está feito e abriu Roterdão – foi o primeiro filme português a abrir um festival de Categoria

A – de repente, o João Nuno já não é um realizador de publicidade, já é um cineasta! [risos] E noto, claramente, a mudança de atitude do pessoal do cinema, dos críticos e dos outros, em relação a mim. Ou seja, a atitude mudou. Mas as portas não estão abertas, é preciso muita persistência e muita carolice, não desistir, provar que sabemos e que somos capazes. O *Mosquito* teve outro problema: estive três anos para conseguir montar essa engenharia, conseguir esse financiamento e, quando finalmente íamos filmar, quando finalmente estava tudo pronto, já tinha feito as viagens todas a Moçambique e estava tudo preparado, começa a haver ataques em Moçambique entre a Frelimo e a Renamo. Então, a uma semana de embarcarmos, tivemos de cancelar as filmagens. E aí, aconteceu um grande problema: íamos filmar no Norte de Moçambique e o Norte deixou de ser seguro. Tivemos de refazer tudo. Tive de voltar a fazer nova repérage, procurar lugares de filmagem no Sul de Moçambique, novas viagens, alterar o guião. Nos meus filmes, tento sempre que haja uma relação entre o espaço físico e o estado psicológico do personagem, um é sempre uma representação do estado psicológico do outro. O Norte de Moçambique é mais floresta, é mais verde, o Sul de Moçambique é mais savana e, para que uma coisa continuasse a bater certo com a outra, tive de alterar também o guião. E isto foram mais anos. O próprio produtor teve de conseguir arranjar dinheiro outra vez para conseguirmos filmar... Por isso é que demorou tanto tempo... Espero que o próximo não demore tanto.

**“Eu sou fruto da colónia. Eu venho desse lugar, mas eu não sou esse lugar, tenho outra visão do Mundo e é esta a minha visão do Mundo”**

**[Ao jornal online Observador](#), afirmou: “O que se passou em África foi outro Holocausto.” É uma afirmação corajosa e brutal. Foi um alerta para a necessidade de questionarmos a ideia dos “bons colonizadores” e da leviandade de uma certa “banalização do mal”?**

Quando começamos a fazer pesquisa para o filme, várias questões se começam a levantar. Havia muito pouca informação. Começo a deparar-me com uma guerra brutal, uma coisa horrível, que tinha sido propositadamente apagada dos livros de História. Tudo o que se passou ali, na guerra, nessa guerra, foi tão humilhante do ponto de vista da raça portuguesa, daquilo que era a doutrina da Ditadura Nacional e do Estado Novo – que veio logo a seguir – e que era a nossa justificação para poder colonizar aquelas terras, a prioridade europeia, a prioridade da raça portuguesa, do homem branco perante os povos primitivos... [pausa] Aquela guerra demonstrou exatamente o oposto e convinha não falar nisso. Por isso, não se ensinava, não se escrevia, nada foi dito sobre isso. Cheguei a deparar-me com o facto de, toda a gente com quem falava, ninguém sabia que Portugal tinha estado na I Guerra Mundial em África, em Moçambique. Portanto, havia a Guerra Colonial e, na I Guerra, havia a Batalha de Flandres, mas não a I Guerra em África. E eu começo a deparar-me com o horror. Ou seja, a partir daí, fui abrir a ‘Caixa de Pandora’ e começa a haver toda uma reflexão sobre a coloniza-

ção, sobre tudo aquilo, que também coloca em causa o meu avô: “OK, o que é que o herói aprendeu no meio disto tudo?” Ele faz o que faz, todo este percurso, a sua jornada, a jornada do herói. Há uma aprendizagem, sendo que este é um filme de *coming-of-age*, de passagem à idade adulta, ele é um garoto, um miúdo que começa criança e termina adulto. O que é que este miúdo aprendeu? Eu olho para o meu avô e penso: “O que é que o meu avô aprendeu?” E olho para a história da minha família e percebo que não aprendeu porra nenhuma em relação a esta viagem! É esta a reflexão que começa a ser feita, é aí que começo a entender: não, não quero contar a história do meu avô, porque o meu avô chega ao final e comete exatamente os mesmos erros. Ele não aprende, passa para o lado do colonizador e volta a repetir tudo, como se nada se tivesse passado. Então, não é a história do meu avô que quero contar. Mais tarde, quando digo numa entrevista que este filme é quase uma redenção por ter nascido numa família de colonizadores, isto caiu muito mal na minha família. Mas é verdade, porque é uma forma de eu me colocar no Mundo e dizer “sim, eu venho deste lugar, eu ainda nasci numa colónia”, o que é uma coisa completamente absurda de se dizer. Eu sou fruto da colónia. Eu venho desse lugar, mas eu não sou esse lugar, tenho outra visão do Mundo e é esta a minha visão do Mundo. Foi isto, de facto, o que aconteceu. A partir do momento em que uma pessoa começa a querer contar os factos há uma grande responsabilidade. Ainda mais sendo eu europeu, branco, a querer falar de África, aumenta ainda mais a minha responsabilidade e a forma como o vou fazer. E ainda mais quando ponho uma aldeia de mulheres negras

que tomam protagonismo no filme... Quem sou eu, um homem branco, para falar de mulheres negras e dar-lhes protagonismo? Eu ponho-me num lugar de muita exposição, tenho de ter muita sensibilidade e muita inteligência na forma como o vou fazer. Não posso abordar um tema destes de forma leviana, de forma superficial. O filme é claro nas suas intenções, mas não sei se o consigo porque é muito difícil: continuo a ser europeu, branco, homem. O filme começa com uma visão super eurocêntrica de África, que é o Zacarias, que é a viagem dele, e há um momento em que África toma conta do filme. E depois a questão: que África é esta?

**Ao [Público](#), à jornalista [Joana Gorjão Henriques](#), afirmou que “o império colonial poderoso só existiu aos ombros daqueles negros que foram reduzidos à função animal”. Disse também: “Andámos à procura do ponto de vista africano sobre o que se tinha passado.” Conseguiu encontrar esse “ponto de vista africano”?**

Ah, com certeza que não. Andei à procura, mas é muito difícil colocarmo-nos no lugar do outro. Eu não tenho essa vivência, não venho desse lugar. Por mais que intelectualize, por melhores que sejam as minhas intenções, nunca irei chegar lá. Há a questão da viagem e da selva – e o filme tem muito de Conrad – e à medida que entramos na selva e a selva aqui é uma entidade que nos leva à loucura, esta relação entre a selvajaria e a loucura do homem ocidental, o homem que se perde... O próprio Conrad tem um visão super eurocêntrica e racista, e o filme baseia-se na sua estrutura, no seu conceito. Então, dentro dessa nar-

rativa, o filme tem as suas fragilidades, mas eu assumo-as e vou em frente com elas, não as pretendo esconder, assumo-as. Mas, mesmo assim, tento dar aqui um contraponto desta África. Eu e a Fernanda fizemos muitas viagens, mais de 5.000 quilómetros em Moçambique, fizemos 500 mil entrevistas em Moçambique, muita pesquisa, tentámos ir a fundo nestas questões e encontrar esse lado que é personificado na aldeia das mulheres, que tomam o protagonismo. E aqui, claramente, há um momento em que eu dou, ou que tento dar, o protagonismo a estas mulheres, a esta África que é representada nestas mulheres. Mas é uma visão romanceada, tenho consciência disso. Acaba por ser a minha visão, acaba por ser romanceada. Mas acho que há aqui uma liberdade ficcional e criativa para o fazer. O que é certo é que o filme tem o seu impacto, porque apresenta uma perspetiva na qual as pessoas nunca pensaram.

**“Acho que andamos todos muito ocupados em sobreviver, para termos tempo para fazer grandes reflexões, para criar coisas mais estruturadas e questionar mais”**

**Um tema que teremos necessariamente de abordar nesta conversa é a sua visão da Cultura em Portugal. Considera que existe engajamento político a este nível?**

Acho que a Cultura nunca foi olhada em Portugal com um olhar político, suficientemente forte e interessado em tornar a cultura um dos pilares da nossa identidade. Acho que sempre foi vista como um parente pobre, um “tem que ser”. Temos de dar ali um dinheiro, temos de aturar artistas, uns chatos, só pedem,

pedem e nunca estão satisfeitos. E é isso. Acho que a Cultura em Portugal sempre foi olhada pelos políticos como uma chatice, uns tipos chatos que ficam a pedinchar e que não largam o cangote. Esta ministra, em particular, é a representação desse estado de ver as coisas. A Cultura devia ser algo importante e um dos pilares da nossa identidade. Como os franceses sabem fazer. Os franceses são muito bons a defender a sua Cultura, que tem uma importância no Mundo muito maior do que se calhar tem na realidade. Mas eles sabem defender a sua Cultura. Estive em Moçambique no Centro Cultural Francês e é muito mais espetacular do que o Centro Camões. E estamos em Maputo, não devia ser assim... Os franceses sabem como valorizar a sua Cultura, pagam aos artistas com dignidade. E isto leva-nos a outra questão: há uma coisa que é subjacente à atividade artística que é a precariedade. Por exemplo, se eu não tivesse a publicidade para me alimentar, estava tramado. E uma das minhas preocupações, hoje em dia, é: como encontrar este equilíbrio? Como é que consigo sobreviver, pagar a escola dos meus filhos e ter uma vida digna, dedicando-me mais ao cinema e menos à publicidade? E é uma conta difícil de fechar. Sei que não somos um país rico, mas não era preciso muito. Dar uma vida digna aos criadores artísticos não era assim tão pesado. De facto, um artista precisa de viver enquanto cria, enquanto pensa, enquanto faz a sua reflexão sobre o Mundo e sobre as coisas. Mas isso não nos é permitido ou morremos de fome. Andamos aqui na corrida e na angústia de pagar as contas e , ao mesmo tempo, a refletir e a tentar fazer obras de arte. E, de facto, ou temos uma herança de família, ou caímos nas graças e somos os artistas do

regime – e há muitos – ou é muito difícil. As pessoas esquecem-se que somos nós que criamos a identidade de um país para as futuras memórias, sem nós é o vazio. E isto não tem nada a ver com ser “subsídio dependente”, tem a ver com uma coisa muito maior. A arte sempre viveu de mecenas, em toda sua História. Porque é o Estado não há de ser esse mecenas? Proporcionar a quem quer viver dessa reflexão e da arte uma vida minimamente digna?

**O João falou agora em artistas e em precariedade. Assumindo que o círculo do cinema (como o nomeou nesta conversa) também inclui jornalistas culturais – muitos deles também precários – podemos pensar numa espécie de jogo de favores em que “ganham” sempre os mesmos?**

É certo que é difícil entrar num circuito que é muito fechado, mesmo muito fechado. É preciso cair na graça dos “mesmos”, se queremos avançar e sermos bem vistos enquanto artistas. Mas, francamente, o que sinto é que andamos todos em modo de sobrevivência. Acho que ninguém tem vidas fáceis, acho que a vida é cada vez mais difícil para toda a gente. Andamos todos muito ocupados em sobreviver, para termos tempo para fazer grandes reflexões, para criar coisas mais estruturadas e questionar mais. Isso reflete-se em todas as áreas e no jornalismo cultural também se reflete. Acho que a maior parte é um bocado “picar o ponto” e pôr as coisas a andar, porque é preciso... Há algumas pessoas que eu sigo, que escrevem na imprensa e que admiro muito, que têm essa independência, como o Vítor Belanciano, que é alguém que escreve tanto sobre música como cinema ou outros assuntos, e eu identifico ali um questionamento e uma independência que acho importante.

**Então, quando pensa em jornalismo cultural pensa essencialmente em imprensa?**

Sim. Mas devo dizer-lhe que a maior parte das entrevistas que me fizeram eram transcrições dos *press release* que a produtora divulgou, os jornalistas faziam-me as perguntas que vinham nos *press release*. Depois, quando eu lia o artigo – e isso foi o que senti em relação ao *Mosquito* – não lia uma crítica, mas uma descrição do filme. Faltava a crítica, a reflexão. Por isso é que digo que andamos demasiado ocupados para sobreviver para ter tempo para isso. E, sim, vou sempre mais para a imprensa, não vejo programas de televisão, pelo menos de informação, mas interessava-me ouvir podcasts de cultura interessantes. No Brasil, é um coisa que há muito...

**Confesso que sempre que penso no Brasil, penso no fenómeno Bolsonaro e na adesão significativa às ideias que defende. Como é que o João, um homem que viveu alguns anos em São Paulo, olha para fenómenos como os populismos e a ascensão de partidos extremistas ao poder? O que podemos fazer, enquanto cidadãos com responsabilidades sociais, para combater situações de clara desumanidade e retrocesso civilizacional?**

É horrível ao que estamos a assistir. Nunca pensei na minha idade adulta, estar a viver isto. Eu sei lá. Há uma sensação de impotência tão grande que nos assiste, porque é claramente aceitar a “banalização do mal”. Isso foi uma coisa que me fez muita impressão no Brasil, quando o Bolsonaro ganhou. No dia após as eleições, tive a certeza que ia voltar para Portugal, não ia conseguir viver num Brasil governado por um psicopata daqueles.

Nem era só a questão de ser governado por um psicopata, era a questão de haver uma maioria de pessoas que tinham votado nesse psicopata, que o tinham posto no poder. E, no dia a seguir às eleições, andar na rua, olhar para as pessoas e pensar: “Esta pessoa pode ter votado nele... Como é que esta pessoa que é tão simpática e tão civilizada no trato foi capaz de votar naquele personagem?” Não é que essa pessoa seja fascista, conscientemente. Mas há aqui uma alienação, uma falta de empatia, uma grande questão de incapacidade de se colocar no lugar do outro. Um fulano que dizia que matava e que esfolava, que preferia que o filho fosse morto a ser gay, que gozava com o negro ou dizia que o índio não era gente... Mais uma vez, reforço: acho que vivemos num mundo em que estamos tão preocupados em sobreviver que não temos tempo para refletir, para nos aculturarmos, desenvolvermos um pensamento crítico ou um pensamento político...

### **O que pode ser desastroso.**

É desastroso, completamente. É a tal “banalização do mal”, não é? Não que as pessoas sejam psicopatas, mas são capazes de votar num psicopata. E ficar indiferentes ao genocídio dos índios, como está a acontecer... é isso que é assustador. Vivemos numa era em que a verdade já não tem valor, o que interessa é aquilo que nos interessa ouvir, o que queremos ouvir... Por isso é tão importante haver filmes que tragam as tais verdades incómodas, que nos façam pensar e nos façam refletir, nos façam sair desse lugar de nada. É horrível, estamos sempre a dedilhar em nada. E depois deparamo-nos com a desinformação, com as

falsas verdades... E como damos a volta a isto? Como voltamos a criar gerações empáticas? Acho que a coisa mais importante que temos de desenvolver é a empatia, é o valor mais importante para não cairmos nisso. E isso vem com a educação e com a cultura, não há outra forma. É aí que está o investimento para criarmos gerações mais bem preparadas e informadas, principalmente preparadas para pensar no próximo. É isso.

## Notas Biográficas

### **Jaime Lourenço**

Doutorando em Ciências da Comunicação no ISCTE-IUL, com uma bolsa da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT). Mestre em Jornalismo e licenciado em Relações Públicas e Comunicação Empresarial pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa. É professor assistente convidado na Universidade Autónoma de Lisboa (UAL) e investigador do Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES), do ISCTE, e membro do NIP-C@M, da UAL. Como jornalista, coordenou a rubrica cultural do jornal *Reconquista* (Navegações), trabalhou na Warner Bros. Television Production, na RTP, estagiou na TVI (no programa Cinebox), foi apresentador e assistente de produção e redacção do programa E2 (RTP2), membro da 4ª edição da Academia RTP, e colaborou pontualmente com várias publicações.

### **Paula Lopes**

Doutorada em Sociologia pelo ISCTE-IUL, mestre e licenciada em Ciências da Comunicação pela Universidade Autónoma de Lisboa (UAL). Professora Associada na UAL, é subdiretora do Departamento de Ciências da Comunicação da UAL e coordenadora científica do Mestrado em Comunicação Aplicada e da Licenciatura em Ciências da Comunicação. Investigadora integrada no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, investigadora convidada no OBSERVARE-UAL e coordenadora do Núcleo de Investigação em Práticas e Competências Mediáticas (NIP-C@M). Foi jornalista em jornais, revistas e *sites* informativos, formadora no Cenjor/Centro Protocolar de Formação para Jornalistas durante cerca de 10 anos, assessora/consultora de comunicação, imagem e programadora cultural.

### **Carla Baptista**

Nasceu em Luanda em 1969. É licenciada em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – sendo, atualmente, Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH –, mestre em Estudos Africanos pelo ISCTE e doutorada em Ciências da Comunicação pela NOVA FCSH na área da comunicação política. Foi jornalista do *Diário de Notícias*. Coordena o GI Media e Jornalismo do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA e é subdiretora da revista *Media & Jornalismo*.

### **Celso Martins**

Nasceu em Maputo, Moçambique, em 1971. É Licenciado em História, Variante de História da Arte, pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Possui o Diploma de Estudos Avançados (equivalente a Mestrado) na Universidade Politécnica de Valência (Espanha). É crítico de arte no Jornal *Expresso* desde 1995 e leciona cadeiras de teoria da arte na Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha (Instituto Superior de Leiria) desde 2000.

### **Dora Santos Silva**

Professora Auxiliar da NOVA FCSH e investigadora integrada no ICNOVA. Licenciada em Ciências da Comunicação e mestre em Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias na NOVA FCSH, com dissertação dedicada à cultura e jornalismo cultural em Portugal. Doutorada em Digital Media pela NOVA FCSH/UT Austin. Foi jornalista, guionista, *copywriter* e coordenadora de projetos editoriais multiplataforma. As suas áreas de investigação incluem a inovação nos media, o jornalismo digital e a comunicação de cultura em ambiente digital.

### **Elsa Carneiro Mendes**

Coordenadora do Plano Nacional de Cinema. Licenciou-se em História (1983), na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. Concluiu o Mestrado em História de Arte (2000), na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e obteve o grau de Doutora em Letras, no ramo de Estudos de Cultura e de Literatura - Especialidade em Estudos Americanos, na Universidade de Lisboa. Tem comunicações publicadas no âmbito de História da Arte e de Estudos Fílmicos. Privilegia como áreas de investigação a História da Cultura Contemporânea, os Estudos Fílmicos e a área de Cinema e História.

### **Luís Carmelo**

Doutorado em Semiótica pela Universidade de Utreque (Holanda), é autor de uma vasta obra que inclui dezena e meia de romances, diversos ensaios e uma dezena de volumes de poesia. É ainda autor de uma dezena de manuais da área oficial da escrita ficcional e poética e também de áreas comunicacionais (humor, publicidade ou jornalismo).

Cronista no *Expresso* (2005-2009), na RTP1 (2013) e, desde 2018, no *Hoje Macau*.

### **Maria João Centeno**

Doutorada e mestre em Ciências da Comunicação pela NOVA FCSH (2011 e 1999, respetivamente) e licenciada em Comunicação Social pela UBI (1994). Professora coordenadora e investigadora da Escola Superior de Comunicação Social do Politécnico de Lisboa desde 1995, onde leciona as unidades curriculares de Teorias da Comunicação e Comunicação e Linguagem dos 1º ciclos de estudo, Comunicação e Mediação do Mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas. Coordenadora da secção de Ciências da Comunicação e Presidente do Conselho Pedagógico da ESCS-IPL.

Investigadora doutorada integrada do ICNOVA da NOVA FCSH.  
Membro fundador do Museu da Paisagem.

### **Mariana Scalabrin Müller**

Doutoranda no Doutoramento FCT Estudos da Comunicação: Tecnologia, Cultura e Sociedade. Bolseira da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) e investigadora no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). É mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

### **Nuno Correia de Brito**

Doutorado em Ciências da Comunicação; Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da informação; Licenciado em Comunicação Empresarial, é atualmente Professor no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa. É, ainda, Investigador Integrado do ICNOVA - FCSH Universidade Nova de Lisboa, com especial interesse nas áreas da comunicação estratégica, novos media, ativismo e movimentos sociais. Coordena a Pós-Graduação em Assessoria Política e Comunicação Estratégica na Autónoma Academy. Foi também Professor no ISLA/ Universidade Europeia e na Escola Superior de Educação e Ciência Sociais do Politécnico de Leiria.

### **Sara Pereira Porto**

Nasceu em 1998. Licenciada em Ciências da Comunicação pela Universidade Autónoma de Lisboa e, atualmente, a frequentar o mestrado em Comunicação Aplicada, desde cedo percebeu o amor pela escrita. Cresceu no meio artístico, em Vila Nova de Santo André e, ao atingir a maioridade, voou para a capital com o sonho de poder ser lida por mais pessoas. O seu percurso profissional passou pela produção de um espetáculo, na companhia Oficina Teatro Lisboa e pela prestação de serviços de escrita – *ghost writer* - na editora Zero a Oito. Considera-se uma apaixonada pela escrita, pela diferença, pela poesia e pelas pessoas.

## Notas Biográficas | Entrevistas

### **Afonso Reis Cabral [entrevistado]**

Afonso Reis Cabral nasceu em 1990 em Lisboa e cresceu na cidade do Porto. Com apenas 15 anos, publicou o primeiro livro, *Condensação*, com poemas que escreveu e reuniu ao longo da sua infância. É licenciado em Estudos Portugueses e Lusófonos pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e tem um mestrado na mesma área. Em 2014, ganhou o Prémio LeYa com o romance *O Meu Irmão e*, em 2019, o Prémio Literário José Saramago com o livro *Pão de Açúcar*. No final do mesmo ano, publicou o livro de crónicas de viagens *Leva-me Contigo*, um relato dos dias em que caminhou os 738 km da Estrada Nacional 2. Trabalha atualmente como escritor e editor *freelancer*.

### **Beatriz Pereira**

Nasceu em 2000 e é natural de Lisboa. É aluna do terceiro ano da licenciatura em Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa. Atualmente, trabalha no UALMedia, onde realiza, maioritariamente, entrevistas e reportagens. Logo no primeiro ano da licenciatura, fez uma formação de televisão nos estúdios da universidade, numa colaboração CMTV-UALMedia. Tenciona realizar um mestrado na área do jornalismo, área que pretende seguir a nível profissional, assumindo-se apaixonada pelo jornalismo de investigação.

### **Beatriz Rosa**

Nasceu em 2000 e é natural de Lisboa. Assumiu desde cedo um amor pela escrita e é aluna de terceiro ano da licenciatura em Ciências de Comunicação na Universidade Autónoma de Lisboa. Com o objetivo de se tornar jornalista, é colaboradora do UALMedia, onde iniciou a rubrica de crítica literária “TUaLER”, em 2018, aumentando a sua paixão pelo jornalismo cultural.

### **Catarina Gomes [entrevistada]**

Nasceu em Lisboa, em 1975. É autora de três livros: *Coisas de Loucos* (Tinta-da-China, 2020), *Furriel não é Nome de Pai* (Tinta-da-china, 2018) e *Pai, Tiveste Medo?* (Matéria-Prima, 2014). Foi co-argumentista do documentário *Natália, a Diva Tragicómica* (RTP2), baseado num artigo que escreveu sobre uma mulher que viveu sob a ilusão de que era uma diva da ópera. É jornalista do *Público* há quase 20 anos, as suas reportagens receberam alguns dos prémios mais importantes da área, como o Prémio Gazeta (multimédia). Foi duas vezes finalista do Prémio de Jornalismo Gabriel García Márquez e recebeu o Prémio Internacional de Jornalismo Rei de Espanha.

### **Diogo Infante [entrevistado]**

Ator, encenador e diretor artístico do Teatro da Trindade. Começou a carreira aos 18 anos e frequentou a Escola Superior de Teatro e Cinema, terminando o curso de Teatro aos 24 anos. Já passou por vários palcos e apareceu tanto no grande como no pequeno ecrã. Ganhou dois Globos de Ouro enquanto “Melhor ator de cinema” e outros dois por “Melhor ator de teatro”. Em 2006, tornou-se diretor artístico do Teatro Maria Matos. A partir de 2008, exerceu as mesmas funções no Teatro Nacional D. Maria II e, a partir de 2017, no Teatro da Trindade.

### **Fátima Lopes Cardoso**

Jornalista na imprensa há mais de 20 anos, atualmente, em regime *freelancer*, investigadora do ICNova e docente na Universidade Autónoma de Lisboa e na Escola Superior de Comunicação Social (ESCS), Fátima Lopes Cardoso é doutorada em Ciências da Comunicação, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH), da Universidade Nova de Lisboa, mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, pelo ISCTE, e licenciada em Jornalismo, pela ESCS. É autora do livro *Jornalistas-Escritores: A Necessidade da Palavra* e da coleção de 12 livros *Os Anos de Ouro do Cinema Português*.

No âmbito das investigações académicas que tem vindo a desenvolver, tem especial interesse pela questão de como os jornalistas (palavra e imagem) se movem entre o mundo da realidade, do facto e do acontecimento, em contraponto ao verosímil, à construção do real e, nos casos da escrita, da ficção, além de tentar perceber quais as tomadas de decisão editorial e rotinas de produção na cobertura jornalística.

### **João Nuno Pinto [entrevistado]**

Realizador de cinema e de publicidade. Em 1998, trocou Lisboa por Nova Iorque, onde se formou na New York Film Academy. Como realizador de publicidade, dirigiu diversos filmes publicitários e videoclipes, premiados internacionalmente. Em 2008, realiza a curta-metragem de ficção *Skype Me*. Em 2010, estreia a longa-metragem de ficção *América*. O filme teve estreia internacional no festival do Rio e ganhou alguns prémios, como Melhor Realização, no Festival Internacional de Sofia e no Festival de Cinema de Língua Portuguesa (CinePort), ou Melhor Fotografia (Carlos Lopes), no Indie Lisboa.

Em 2011, muda-se para São Paulo, Brasil, onde reside durante oito anos. Em 2015, escreve e realiza, para o músico inglês Keaton Henson a curta-metragem musical *Don't Swim*. Foi seleccionado como Vimeo Pick Staff e ganhou o prémio de Best Music Video no Los Angeles Independent Film Awards. De volta a Portugal, em 2019, em Fevereiro de 2020 estreia a longa-metragem de ficção *Mosquito*. Foi seleccionado para a competição Big Screen no Festival Internacional de Cinema de Roterdão, onde teve honras de filme de abertura do festival. O filme venceu o Prémio da Crítica na 44ª Mostra de São Paulo e os prémios de Melhor Fotografia e Melhor Banda Sonora Original na 35ª La Mostra de Valência, bem como a Menção Especial do Júri no Braunschweig International Film Festival e no Burgas International Film Festival.

**Teresa Nicolau [entrevistada]**

Editora de cultura na RTP, onde é jornalista há mais de 20 anos. É licenciada em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa e frequentou o curso de realização da New York Film Academy como bolsista da Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento. Foi crítica de cinema na Antena 1 e, desde 2015, é coordenadora do programa *As Horas Extraordinárias* da RTP3.

Autores

**Beatriz Pereira**

**Beatriz Rosa**

**Carla Baptista**

**Celso Martins**

**Dora Santos Silva**

**Elsa Carneiro Mendes**

**Fátima Lopes Cardoso**

**Jaime Lourenço**

**Luís Carmelo**

**Maria João Centeno**

**Mariana Scalabrin Müller**

**Nuno Correia Brito**

**Paula Lopes**

**Sara Pereira Porto**

O núcleo de investigação NIP-C@M, unidade do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa, tem por objetivo potenciar sinergias entre docentes e discentes para a conceção e desenvolvimento de projetos de investigação no âmbito das práticas e competências mediáticas digitais. Este espaço de investigação constitui-se como um campo aberto de discussão e reflexão, podendo ser integrado por todos aqueles que manifestem vontade em contribuir para a concretização de atividades coerentes com o espírito do núcleo.

**NIP-C@M**

UNIVERSIDADE  
AUTÓNOMA  
DE LISBOA

