

## Jornalismo cultural em revista: uma análise da seção Artes e Espetáculos da Revista Veja

Flávia Pessoa Serafim  
Universidade do Minho  
furabia@gmail.com

### Resumo

O presente trabalho tem por objetivo perscrutar como a revista mais lida do Brasil - a saber, o semanário *Veja*, publicado pela editora Abril - retrata a arte e a cultura para seus leitores. Procura, assim, lançar um olhar sobre o assunto e refletir acerca da visão e da abordagem que uma revista tão proeminente nesse país tem sobre as temáticas tratadas pelo jornalismo cultural. A fim de chegarmos a alguma conclusão efetuamos a análise de nove edições da revista *Veja*, publicadas nos meses de janeiro e fevereiro de 2013. Fazendo uso da metodologia de análise quantitativa de conteúdo, foram extraídas 86 matérias, as quais foram trabalhadas como Unidades de Informação. Nelas buscou-se classificar a geografia política, a cartografia cultural e os gêneros e formatos jornalísticos presentes. A partir dessa análise, foi possível traçar o seguinte perfil do jornalismo cultural produzido por *Veja*: é um jornalismo que privilegia a cultura por um ângulo opinativo, dando grande importância ao formato resenha, que trata majoritariamente de temáticas internacionais e se ocupa principalmente em abordar como assunto os produtos da indústria cultural. A partir dessas informações quantitativas, foi possível proceder a um raciocínio crítico de seu conteúdo e concluir que é dado um espaço consideravelmente menor para a cultura erudita e um espaço praticamente irrelevante para a cultura popular nacional, de forma que o semanário não se preocupa em transmitir a seus leitores informações nem reflexões sobre a cultura popular brasileira. Também foi possível distinguir que a *Veja* promove entre aqueles que a leem, ao menos no que se refere aos assuntos culturais, uma supervalorização do internacional e uma subvalorização do que é brasileiro, e, acima de tudo, do regional e local. Assim sendo, pode-se afirmar que a sociedade brasileira não convive consigo mesma, ou, mais especificamente, com sua arte e cultura, nas páginas de *Veja*. Em suma, a revista de maior tiragem do Brasil valoriza mais produtos massivos, principalmente aqueles que vêm de fora, e se ocupa em fazer seus leitores pensarem majoritariamente em produtos da indústria cultural.

**Palavras-chave:** *Jornalismo Cultural, Revista Veja, Jornalismo de revista*

### Introdução

O jornalismo cultural é uma área do jornalismo que trata de assuntos referentes à cultura e à arte, como podemos constatar através da conceituação de Ivan Tubau (apud Villa, 2000 apud Lopez & Freire, S/D: 2): “Jornalismo Cultural é a forma de conhecer e difundir os produtos culturais de uma sociedade através dos meios de comunicação de massa”. Esse tipo de jornalismo surgiu em 1711, na Inglaterra, como podemos ver no trecho textual abaixo:

Sobre a origem do Jornalismo Cultural, um marco inicial é consenso para diversos autores, a revista diária *The Spectator*, de 1711. Seu objetivo era de fomentar a discussão, nos centros formadores de opinião, sobre lançamento de obras artísticas e filosóficas a partir de ensaios e críticas. Daniel Piza associa o seu surgimento ao crescimento dos centros urbanos [...] O crescimento do Jornalismo Cultural em outros centros urbanos europeus se deu no mesmo século, com o fortalecimento dos estados nacionais e o surgimento do público e demanda por produtos culturais. Sérgio Luiz Gadini (2003b) destaca que, em Lisboa, isso acontece a partir do ano de 1755. O autor ressalta que foi apenas nos anos de 1800 que se pôde (sic) encontrar vestígios históricos de uma atividade cultural mais intensa, em Paris, Barcelona e algumas cidades italianas (Lopez & Freire, S/D: 3).

Nesses primeiros tempos o jornalismo cultural foi marcado pelo ensaio e pela crítica, tendo este último gênero o Dr. Johnson como precursor. Johnson, de acordo com Piza (2004: 13-15 apud Lopez & Freire, S/D: 4), foi “[...] o pai de todos os críticos europeus, americanos ou brasileiros cujas opiniões sobre um livro ou qualquer outro tema, nos séculos seguintes, eram esperadas com fôlego preso por uma pequena, mas decisiva plateia”.

No Brasil o surgimento do jornalismo cultural aconteceu no século XIX. De acordo com Piza (2004: 13-15 apud Lopez & Freire, S/D: 4), o crescimento da cobertura jornalística de assuntos relacionados à arte e cultura está associado à produção de Machado de Assis. Sérgio Gadini (2003a: 217 apud Lopez & Freire, S/D: 4), por sua vez, só considera que o Jornalismo Cultural cresceu efetivamente no Brasil nos anos 1930, no entanto, teve seu início mais cedo, com a vinda da família real para o país. Para este autor, o processo de surgimento desse tipo de jornalismo em terras brasileiras se deu de maneira lenta, graças ao alto índice de analfabetismo e à baixa concentração urbana, dentre outros fatores.

Atualmente a imprensa brasileira dispõe de títulos especializados, como *Bravo!* e *Piauí*, mas, a

despeito disso, todos os jornais diários e revistas semanais possuem editorias ou seções de cultura e arte. As revistas especializadas têm um público próprio, já predisposto a ler sobre o assunto, contudo, revistas semanais detêm um alcance mais abrangente, como podemos averiguar ao compararmos a tiragem de um título especializado com o de Veja. Bravo!, por exemplo, conta com uma tiragem de 33.811 exemplares, enquanto Veja possui uma tiragem de 1.191.803<sup>1</sup> revistas por mês, sendo, assim, o semanário mais vendido do Brasil. Tendo esses dados em vista, escolheu-se, nesse trabalho, analisar a editoria de arte e cultura de Veja, a fim de vislumbrar como a revista mais lida do Brasil retrata a arte e a cultura para seus leitores.

A fim de chegarmos a alguma conclusão efetuamos a análise das edições publicadas nos meses de janeiro e fevereiro de 2013. Fazendo uso da metodologia de análise quantitativa de conteúdo, ou seja, nos ancorando nos paradigmas metodológicos sistematizados por Bardin (1977), trabalhamos com nove revistas, das quais foram extraídas 86 matérias. Essas foram trabalhadas como Unidades de Informação, que consistem em um critério de contagem dos dados proposto por Violette Morin (1974 apud Assis, 2009), em oposição às técnicas de medida da superfície de impressão. Buscamos observar a geografia política e a cartografia cultural dos textos publicados nos dois meses iniciais de 2013, bem como averiguar quais são os gêneros e formatos jornalísticos mais presentes.

No concernente à geografia política, as matérias foram divididas em global, nacional, regional, local e mista. Já no tocante à cartografia cultural, que, de acordo com “[...] Marques de Melo, molda a fisionomia do jornalismo cultural praticado na sociedade brasileira contemporânea” (Assis, 2008: 9), dividiu-se as matérias de acordo com o assunto que cada uma abordava e usou-se a seguinte classificação: massivo, popular e erudito. Tal classificação teve como base os conceitos estabelecidos por Alfredo Bosi:

Para Alfredo Bosi (1987), o que diferencia uma cultura da outra é o tempo, isto é, o ritmo de produção e recepção dos bens simbólicos. O autor considera, nessa perspectiva, que há três sistemas de cultura: erudito, massivo e popular. O ritmo do primeiro supõe consciência histórica e é o que “sempre foi considerado a cultura por excelência” (p. 12). A cultura massiva, por sua vez, caracteriza-se pelo tempo acelerado de produção (indústria cultural) e prende o espectador justamente porque este pouco faz uso de sua memória social, por conta de seu cotidiano corrido. Já o âmbito popular, afirma Bosi, qualificado pelo tempo cíclico,

1 Dados obtidos no site da Editora Abril: <http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/circulacao-geral>

fundamenta-se “no retorno de situações e atos que a memória grupal reforça” (p. 11); em outras palavras, afirma-se em suas próprias raízes (Assis, 2008: 11).

No tocante aos gêneros jornalísticos, temos consciência do desafio que consiste tratar desta questão, uma vez que, atualmente, existem várias classificações, bem como existe o chamado hibridismo, de acordo com o qual uma mesma matéria pode abranger mais de um gênero (Assis, 2008). Mesmo assim, antes de passarmos à análise dos dados apurados, abordaremos essa problemática, ainda que de forma breve, com o intuito de vislumbrar um maior entendimento deste tema que é de considerável importância para a presente análise, bem como compreender a classificação de gêneros jornalísticos que foi adotada na pesquisa que ora apresentamos.

### 1. Os gêneros jornalísticos

Segundo Bakhtin (2003 apud Assis, 2008) os gêneros são “tipos relativamente estáveis de expressões lingüísticas, construídos conforme sua especificidade comunicacional” (Assis, 2008:), De acordo com Assis, Bakhtin compreende, ainda, que os gêneros encontram-se em contínua modificação, devido às mudanças ocorridas nas esferas sociais e nos produtores de discurso.

No campo jornalístico, os estudos sobre gêneros passaram a ter destaque a partir de 1950, com a sistematização iniciada devido à criação de disciplinas específicas na Universidade de Navarra, sob o zelo de José Luis Martínez Albertos. Tal professor foi o criador da teoria normativa do gênero jornalístico. Enquanto alguns pesquisadores afirmam que Jacques Kayser foi um dos primeiros teóricos internacionais a usar o conceito de gênero jornalístico (Parrat, 2001 apud Costa, S/D), não se pode negar que a escola espanhola, encabeçada por Albertos, é uma das mais férteis no estudo desse tema (Costa, S/D).

Nesses primeiros tempos do estudo dos gêneros do Jornalismo, os teóricos empenhavam-se em traçar uma distinção clara entre gêneros jornalísticos e literários, como vemos no trecho abaixo:

El propio Gomis (1989: 129-141), aún admitiendo el origen literario de la teoría de los géneros, establece una clara distinción entre géneros literarios y géneros periodísticos. Aunque los géneros periodísticos son, como los literarios, principios de orden y clasificación de textos, Gomis considera que existe una serie de diferencias que hacen que el concepto de género periodístico sea aún más necesario al periodismo y a la Periodística de lo que el género literario es a la Literatura y a la teoría literaria. Una de esas diferencias

es que mientras que la literatura imita acciones de la realidad construyendo ficciones semejantes y creando personajes, la función principal del periodismo es hacer saber y hacer entender hechos reales, explicando lo que pasa realmente a personajes conocidos y lo que les puede pasar a los lectores como consecuencia de los hechos que se están comunicando. De ahí que los géneros periodísticos tengan menos libertad que los literários (Parrat, 2001: 2).<sup>2</sup>

Em seu trabalho acerca dessa temática Parrat (2001) recorda as linhas básicas que deram lugar às principais classificações internacionais e, ao fim de tal lembrança, afirma que, embora o modelo europeu de jornalismo (e, conseqüentemente, de classificação de gêneros) tenha influenciado bastante, na atualidade, mais especificamente nas últimas décadas, a fórmula norte-americana vem se introduzindo.

Esta estudiosa, ao traçar um panorama das teorias classificatórias da atualidade, afirma que o atual sistema de gêneros jornalísticos está sendo objeto de constante debate acadêmico. A fim de dar a conhecer as linhas gerais da questão, Parrat passa em revista as posturas distintas que alguns teóricos adotam hodiernamente e, para tanto, seleciona algumas teorias, as quais expõe por julgá-las representativas, bem como por acreditar que elas forneçam uma visão geral do debate. Tais teorias são as seguintes:

a) a teoria dos esquemas do discurso: representada por Teun A. van Dijk, contempla o panorama dos gêneros sob uma perspectiva dualista classificando os gêneros jornalísticos nos grupos de esquema narrativo - os relatos- e de esquema argumentativo - os artigos; b) a teoria normativa dos gêneros jornalísticos: creditada

2 O próprio Gomis (1989: 129-141), mesmo admitindo a origem literária da teoria dos gêneros, estabelece uma clara distinção entre gêneros literários e gêneros jornalísticos. Embora os gêneros jornalísticos sejam, como os literários, princípios de ordem e classificação de textos, Gomis acredita que há uma série de diferenças que fazem com que o conceito de gênero jornalístico seja ainda mais necessário ao Jornalismo do que o de gênero literário é para a Literatura e para a Teoria Literária. Uma dessas diferenças é que, enquanto a literatura imita a realidade, construindo ficções semelhantes e criando personagens, a principal função do jornalismo é fazer conhecer e fazer compreender fatos reais, explicando o que realmente acontece com personagens conhecidos e o que pode acontecer aos leitores, como resultado dos fatos que estão sendo comunicados. Assim sendo, os gêneros jornalísticos têm menos liberdade do que os literários [tradução nossa].

a Martínez Albertos, é definida como uma construção teórica surgida pela extrapolação da teoria clássica dos gêneros literários e se baseia na idéia de que o jornalista, ao usar a narrativa para contar algo, situa-se, intelectualmente no “mundo dos fatos” adaptando sua mensagem a forma de um relato. c) a teoria do sistema de texto: de acordo com Seixas (2004), baseando-se em Parrat, a teoria foi formulada por Héctor Borrat (1981) de modo similar à tradição espanhola, divide os textos em narrativos, descritivos e argumentativos; d) a teoria dos gêneros: sugerida por Lorenzo Gomis em 1989, de acordo com Parrat (2001), a base da teoria é a idéia de que os gêneros refletem a evolução do jornalismo e se modificam conforme as demandas sociais e os objetivos da profissão jornalística, podendo ser entendidos como um método de interpretação sucessiva da realidade social (Costa, S/D: 2).

No Brasil, os estudos de gênero jornalísticos se iniciam na década de 1960, através das pesquisas de Luiz Beltrão. Tal autor escreveu os livros *A imprensa informativa* (1969), *Jornalismo interpretativo* (1976) e *Jornalismo opinativo* (1980) e sua teoria parte do princípio de que o “jornalismo tem as funções básicas de informar, orientar, interpretar, divertir e entreter” (Assis, 2008: 5), além de opinar. Para Beltrão, a opinião jornalística é uma função vertical e está profundamente conectada à indispensabilidade que o ser humano sente de exprimir suas idéias concernentes a temas de seu conhecimento (Assis, 2008). Com base nessa lógica, o estudioso propõe a seguinte classificação dos gêneros jornalísticos: Jornalismo Informativo (composto por notícia, reportagem, história de interesse humano e informação pela imagem), Jornalismo Interpretativo (formado pela reportagem em profundidade) e Jornalismo Opinativo (composto por editorial, artigo, crônica, opinião ilustrada e opinião do leitor) (Assis, 2008: 5).

Outro teórico que contribuiu para os estudos nacionais de gêneros jornalísticos foi Manuel Carlos Chaparro, um português que se radicalizou no Brasil e foi docente da USP. Chaparro elaborou um estudo comparativo entre a imprensa brasileira e a lusa, nos anos de 1992 a 1995, os quais foram efetuados à luz dos paradigmas teóricos de Todorov e de Teun A. Van Dijk. Nesse estudo foram analisados os conteúdos publicados em quatro jornais brasileiros e quatro jornais portugueses e Chaparro chegou à conclusão de que só existem duas formas de se classificar os gêneros: em relatos ou em comentários. (Assis, 2008). A classificação de Chaparro pode ser assim resumida: o gênero comentário divide-se em espécies argumentativas (artigo, carta e coluna) e em espécies gráfico-artisticas (caricatura e charge), enquanto o gênero relato divide-se em espécies narrativas

(notícia, reportagem, entrevista, coluna) e espécies práticas (roteiros, indicadores econômicos, agendamento, previsão do tempo, consultas e orientações úteis). O próprio estudioso afirma que esse panorama dos gêneros reflete a “cultura discursiva da práxis jornalística, com ancoragem nas classes que Van Dijk denominou como “esquemas narrativos” e “esquemas argumentativos”, que seria, numa visão minimalista, o que de mais relevante há nas páginas dos jornais” (Assis, 2008: 7).

Outro nome importante que figura na lista dos brasileiros que trabalham com gêneros jornalísticos é o de José Marques de Melo. Suas contribuições iniciais são advindas de sua tese de livre-docência, defendida no ano de 1983. O trabalho foi publicado pela primeira vez em 1985, com o título *A opinião no jornalismo brasileiro*, e obteve algumas reedições, passando, na terceira (de 2003), a denominar-se *Jornalismo Opinativo*. Em seu trabalho, após efetuar um amplo estudo acerca das classificações dos gêneros jornalísticos confeccionadas na Europa, nos Estados Unidos e na América Latina, Marques de Melo chega à conclusão de que a imprensa brasileira da década de 1980 produzia apenas dois gêneros: o informativo (composto por notas, notícias, reportagens e entrevistas) e o opinativo (classificação que abarcava o editorial, o comentário, o artigo, a resenha, a coluna, a crônica, a caricatura e a carta) (Assis, 2008).

Dois anos após a defesa de sua tese Marques de Melo deu continuidade à pesquisa dos gêneros jornalísticos e, juntamente com um grupo de alunos de mestrado da USP, desenvolveu uma pesquisa empírica em que

[...] foram estudados seis gêneros opinativos (artigo, caricatura, carta, comentário, crônica e editorial) e um único gênero informativo (entrevista). [...] As análises reunidas na coletânea seguiram alguns parâmetros classificatórios, tais como: frequência, estrutura dos textos observados, ângulo de observação, condições de produção, criatividade e configuração do real. Os resultados evidenciaram algumas características da imprensa naquela metade da década de 1980, mas o organizador procurou deixar claro que tais aspectos não poderiam ser considerados permanentes (Assis, 2008: 6).

Em fins dos anos 1990 Marques de Melo revisitou novamente os estudos de gêneros do Jornalismo, com o intuito de rever sua posição a respeito do assunto. Essa iniciativa e os estudos que dela se originaram levaram o estudioso a classificar os conteúdos jornalísticos em “gêneros” e “formatos” e tiveram como resultado o artigo *Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do jornal “Folha de S. Paulo”*

e da revista “Veja”. Tal artigo, que consiste em um relatório das pesquisas realizadas por Marques de Melo e seus colaboradores, contém uma explicação detalhada sobre os critérios de classificação dos gêneros e formatos jornalísticos. Esta proposta metodológica tem sido retrabalhada por seu autor e, por ser uma abordagem que tenta acompanhar as mudanças e questões do jornalismo brasileiro, e por guiar parte das pesquisas realizadas na Umesp (Assis, 2008), uma renomada instituição brasileira, foi eleita para uso em nossa pesquisa. Abaixo, temos a reprodução do esquema de gêneros e formatos que guiou a pesquisa que ora apresentamos:

Tabela nº 1: Nova classificação dos gêneros jornalísticos proposta por Marques de Melo

| Gênero  | Informativo   | Interpretativo  | Opinativo  | Diversional   | Utilitário   |
|---------|---|---|--|---|--|
| Formato | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nota</li> <li>• Notícia</li> <li>• Reportagem</li> <li>• Entrevista</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dossiê</li> <li>• Perfil</li> <li>• Enquete</li> <li>• Cronologia</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Editorial</li> <li>• Comentário</li> <li>• Artigo</li> <li>• Resenha</li> <li>• Coluna</li> <li>• Crônica</li> <li>• Caricatura</li> <li>• Carta</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• História de interesse humano</li> <li>• História colorida</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicador</li> <li>• Cotação</li> <li>• Roteiro</li> <li>• Serviço</li> </ul> |

FONTE: Assis, 2008, p: 8.

É importante salientar que, de acordo com esse modelo, a crítica, um formato muito presente no jornalismo cultural, equivale à resenha, como demonstra o excerto textual a seguir: “Desses, o formato mais utilizado é a resenha [...], que corresponde à crítica definida por Piza, Aguiar e Teixeira Coelho” (Assis, 2008: 12).

## 2. Exposição dos dados

Iniciemos, agora, a exposição e análise dos dados recolhidos. Primeiramente será tratada a questão dos gêneros das matérias analisadas. O gênero opinativo é o que se faz mais presente, como era de se esperar, uma vez que “A característica dominante dos textos do jornalismo cultural é, sem dúvida, definida por seu aspecto crítico” (Assis, 2009: 9). Um total de 84,88% das UT’s analisadas pode ser classificado como opinativas. Encontramos também a presença de matérias informativas (12,79%) e interpretativas (2,33%).

No que se refere aos formatos, o mais presente foi o comentário, o qual foi classificado de acordo com as palavras de Fábio Gomes: “Texto de apreciação sobre uma obra ou um evento. Pode incluir informações sobre obras anteriores ou ainda conter declarações do artista ou de outra fonte” (Gomes, 2009). Verificamos, então, que 52,33% das matérias analisadas correspondem ao comentário o qual, é válido salientar, é um formato do gênero opinativo. Tais matérias encontram-se sempre nas duas últimas folhas da seção Arte e Entretenimento e correspondem a pequenas indicações que a Veja faz

de produtos culturais, tais como livros, DVDs e álbuns musicais. As resenhas são o segundo formato mais presente nas páginas dessa seção: 32,56%. É interessante comentarmos que, apesar de serem menos numerosas do que os comentários, elas ocupam maior espaço físico, chegando algumas delas, inclusive, a estenderem-se por três páginas. Em seguida temos a reportagem, que corresponde a 9,30% do total de matérias. O perfil corresponde a 2,33%, ou seja, nos meses de janeiro e fevereiro de 2013 a revista publicou o perfil de apenas dois artistas, um brasileiro e uma americana. Por fim temos a nota e a notícia, formatos de cunho informativo que tiveram uma representatividade de 1,16% cada. Percebe-se, claramente, que a editoria de arte e cultura da revista *Veja* prioriza o enfoque opinativo em suas matérias.

No quesito geografia política nossa análise nos permitiu perceber que 79,07% das matérias tratam de assuntos globais, 12,79% de assuntos nacionais, 3,49% de assuntos locais (relacionados somente às cidades de São Paulo e Rio de Janeiro) e 4,65% trazem matérias que tratam de assuntos nacionais e globais ao mesmo tempo, ou seja, são mistas. A predominância de temáticas internacionais é patente e percebemos que nenhuma matéria tratava de temas regionais. A bem da verdade, de todas as cidades brasileiras, apenas São Paulo e Rio de Janeiro, como observado anteriormente, foram contempladas nas matérias ora analisadas, ou seja, apenas a Região Sudeste teve lugar nessas matérias e tal lugar sequer foi de destaque.

Por fim, resta-nos expor os dados referentes à cartografia cultural dos conteúdos. 2,33% das matérias analisadas tratam de assuntos relacionados à cultura popular ou folk; 1,16% tratam de assuntos eruditos e populares ao mesmo tempo (misto); 32,56% abordam temas relacionados à cultura erudita e 63,55% tratam de temas relacionados à indústria cultural, ou seja, temas massivos. Percebe-se, assim, que a revista privilegia, em suas páginas dedicadas à cultura, uma abordagem que destaca os últimos lançamentos da indústria cultural. Na realidade, a maioria das resenhas da revista, pelo menos no período aqui em análise, é voltada para filmes hollywoodianos em cartaz.

## Conclusões

Utilizando os dados obtidos através dessa pesquisa podemos traçar o seguinte perfil do jornalismo cultural produzido por *Veja*: é um jornalismo que privilegia a cultura por um ângulo opinativo, dando grande importância aos formatos resenha e comentário, que trata majoritariamente de temáticas internacionais e se ocupa principalmente em abordar como assunto os produtos da indústria cultural.

Esses resultados levam-nos a uma reflexão. De acordo com Bernad Cohen, a mídia “[...] may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about”<sup>3</sup> (Cohen, 1997 apud Vivarta, 2007: 53). Levando em conta essa afirmação e tendo em mente os dados aqui obtidos, podemos inferir que *Veja* se ocupa em fazer seus leitores pensarem majoritariamente em produtos da indústria cultural. A cultura erudita também tem seu espaço, como pudemos constatar anteriormente, no entanto, tal espaço é consideravelmente menor do que aquele concedido à cultura de massa. Já a cultura popular é quase que totalmente desprivilegiada. Podemos afirmar, portanto, que *Veja* não se preocupa em transmitir a seus leitores informações nem reflexões sobre a cultura popular brasileira, nem os faz pensar a respeito.

A revista também não parece preocupada em retratar as culturas locais de um país culturalmente tão diversificado. Como mencionado anteriormente, os jornalistas dessa publicação abordam principalmente temáticas internacionais e, quando tratam de arte e cultura verde e amarelas, percebe-se que apenas o eixo Rio - São Paulo merece atenção. Em nenhum momento constatou-se referências a artistas de outras localidades do país. Esta falta de representatividade da cultura brasileira, logo, da sociedade brasileira, é significativa, pois a imagem que um meio de comunicação faz de uma sociedade é importante, uma vez que

[...] a teoria radical identifica os média como um espaço onde representações, positivas ou negativas, da sociedade, ou de grupos sociais diversos são ‘jogadas’. As mensagens subentendidas nas grelhas de programação, pelos temas apresentados, pelo enfoque da informação, etc., [...] são de extrema importância na formação de uma opinião pública e de uma auto-imagem (sic) da própria sociedade. A sociedade convive, efectivamente (sic), consigo própria no espaço mediático, como que olhando-se no espelho (SANTOS, 2006, p. 13).

Se considerarmos tal afirmação, veremos que a *Veja* não permite que seus leitores usem suas páginas como espelho, pelo menos no referente à arte e à cultura, pois, em sua seção Arte e Entretenimento, verifica-se uma supervalorização do internacional e uma subvalorização do que é brasileiro, e, acima de tudo, do regional e local. Assim sendo, pode-se afirmar que a sociedade brasileira

3 A mídia “pode não ser bem sucedida, a maior parte do tempo, em fazer com que as pessoas pensem de determinado modo, mas ela é extremamente bem sucedida em fazer com que o público pense sobre determinados assuntos” [tradução nossa].

não convive consigo mesma, ou, mais especificamente, com sua arte e cultura, nas páginas de Veja.

Para Santos (2006), os meios de comunicação, além de servirem de espaço de representação, também possuem uma função social e educativa. A autora afirma que, para um grande pedagogo brasileiro, Paulo Freire, a alfabetização não parte apenas da leitura da palavra, mas também da leitura do mundo, esta última sendo também responsabilidade dos *mass media*. Dessa maneira, podemos questionar se a leitura do mundo das artes e da cultura promovida por Veja é adequada ou satisfatória para a sociedade brasileira, uma vez que desvaloriza tanto o que é típico do país. Ademais, a pouca representatividade de assuntos eruditos também pode ser questionada, pois, ao fazê-lo, a revista nega ao seu público um maior contato com as artes clássicas. Se levarmos em conta que, para Aguiar (2000 apud Assis, 2008: 9) as obras de arte, “[...] por si só, estimulam certa veia reflexiva naqueles que as contemplam” veremos também que a revista Veja, ao não tratar mais das artes, está negando aos seus leitores esse tipo de reflexão, mesmo que ela ocorra de forma indireta.

Tendo chegado a tais conclusões e efetuado tais reflexões, resta-nos salientar que existe a consciência de que o presente trabalho não é suficiente para traçar um perfil preciso do jornalismo cultural realizado por Veja. Uma amostragem de dois meses não seria o bastante para tal e, portanto, a fim de chegar a esse objetivo, outras pesquisas seriam necessárias. Mais do que retratar fielmente o jornalismo produzido por essa publicação, o presente trabalho teve como objetivo lançar um olhar sobre o assunto e refletir acerca da visão e da abordagem que uma revista tão proeminente no Brasil tem sobre as temáticas tratadas pelo jornalismo cultural.

### Referências Bibliográficas

Assis, F. (2008). *Gêneros e formatos do jornalismo cultural: vestígios na revista Bravo!*. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0421-1.pdf> (acedido a 07 de maio de 2013).

Assis, F. (2009). Tópicos para (re)ler o jornalismo cultural brasileiro: gêneros e formatos na imprensa especializada. *Revista Elementa: Comunicação e Cultura*, 1 (1), pp. 1-16. [http://comunicacaoecultura.uniso.br/elementa/v1\\_n1\\_07.pdf](http://comunicacaoecultura.uniso.br/elementa/v1_n1_07.pdf) (acedido a 07 de maio de 2013).

Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. [http://www.4shared.com/office/gwRozwvs/Anlise\\_de\\_contedo\\_\\_Laurence\\_Ba.htm](http://www.4shared.com/office/gwRozwvs/Anlise_de_contedo__Laurence_Ba.htm) (acedido a 07 de maio de 2013).

Bosi, A. (1992). *Cultura brasileira e culturas brasileiras*. <http://www.cdrom.ufrgs.br/bosi/bosi.pdf> (acedido a 07 de maio de 2013).

Costa, L. A. (S/D). *Jornalismo brasileiro: a teoria e a prática dos gêneros jornalísticos nos cinco maiores jornais do Brasil*. [http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/10/GT4-\\_17-\\_Jornalismo\\_brasileiro-\\_Lailton.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/10/GT4-_17-_Jornalismo_brasileiro-_Lailton.pdf) (acedido a 09 de maio de 2013).

Gomes, F. (2009). *Jornalismo Cultural*. <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf> (acedido a 07 de maio de 2013).

Leal, A. R. B. R. & Souza, M. I. A. R. (S/D). *Gêneros Jornalísticos: análise dos jornais “O Estado de São Paulo” e “Diário de São Paulo”*. [http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/8/82/GT4-\\_18\\_-\\_Generos\\_jornalisiticos-\\_maria\\_e\\_ana.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/8/82/GT4-_18_-_Generos_jornalisiticos-_maria_e_ana.pdf) (acedido a 07 de maio de 2013).

Lopez, D. & Freire, M. (S/D). *O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz*. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf> (acedido em 07 de maio de 2013).

Melo, J. M. (Org.). (S/D). *Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: Um estudo do jornal “Folha de S. Paulo” e da revista “Veja”*. <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/b43f21945b991b4e99923bee1b2e5d7c.PDF> (acedido a 09 de maio de 2013).

Parrat, S. F. (2001). *El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación*. <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer11-12-fernandez.pdf> (acedido a 09 de maio de 2013).

Santos, H. (2006). A responsabilidade social e educativa dos mass media. *O Cabo dos Trabalhos: Revista Eletrônica dos Programas de Mestrado e Doutorado do CES/ FEUC/ FLUC*, 1 (1), pp. 1-36. [http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/497\\_2006\\_11\\_os\\_media\\_e\\_educacao.pdf](http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/497_2006_11_os_media_e_educacao.pdf) (acedido a 10 de maio de 2013).

Vivarta, V. (Ed.) (2007). *Mídia e Políticas Públicas de Comunicação*. <http://pt.scribd.com/doc/124647202/Midia-e-Politiclas-Publicas-de-Comunicacao> (acedido a 10 de maio de 2013).