



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO ACADÊMICO EM
COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE – PPGCom

**A TEMATIZAÇÃO DA CULTURA EM DIÁRIOS REGIONAIS:
ANÁLISE DO *JORNAL DO TOCANTINS* E *O ESTADO DO MARANHÃO***

Palmas (TO), abril de 2018

WILLIAM CASTRO MORAIS

**A TEMATIZAÇÃO DA CULTURA EM DIÁRIOS REGIONAIS:
ANÁLISE DO *JORNAL DO TOCANTINS* E *O ESTADO DO MARANHÃO***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Sociedade.

Orientadora: Profa. Dra. Edna de Mello Silva.

Palmas (TO), abril de 2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

M827t Morais, William Castro.

A tematização da cultura em diários regionais: análise do Jornal do Tocantins e O Estado do Maranhão . / William Castro Morais. – Palmas, TO, 2018.

100 f.

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Palmas - Curso de Pós-Graduação (Mestrado) em Comunicação e Sociedade, 2018.

Orientadora : Edna de Mello Silva

1. Cultura. 2. Jornalismo Cultural. 3. Maranhão. 4. Tocantins. I. Título

CDD 302.2

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

FOLHA DE APROVAÇÃO


WILLIAM CASTRO MORAIS

A TEMATIZAÇÃO DA CULTURA EM DIÁRIOS REGIONAIS:
ANÁLISE DO JORNAL DO TOCANTINS E O ESTADO DO MARANHÃO

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Sociedade e aprovada em sua forma final pelo Orientador e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: 13 / 04 / 2018

Banca Examinadora



Dra. Edna de Mello Silva (Unifesp e UFT)
Orientador



Dr. Vitor Curvelo Fontes Belém (UFMA)
Primeiro avaliador



Dra. Liana Vidigal Rocha (UFT)
Segundo avaliador

Dra. Alice Agnes Spindola Mota (UFT)
Suplente

Palmas, 13 de abril de 2018

À minha mãe, Maria José, pelo exemplo na arte de educar, pela busca incessante de conhecimento, por não medir esforços em mostrar que o caminho dos estudos é a maior riqueza deste mundo.

Os melhores sonhos de todos são aqueles que nos põem a pensar e a mexer. Os únicos sonhos de que valem a pena falar são os que não nos deixam dormir.

Miguel Esteves Cardoso

AGRADECIMENTOS

Concluir esse importante ciclo traz na bagagem uma enorme responsabilidade, seja com a instituição acadêmica, com a pesquisa, o jornalismo, a comunicação ou comigo mesmo. O caminho não é fácil, são muitos desafios e para alcançar êxito, muitas pessoas passaram por essa jornada e, de alguma forma, contribuíram, direta ou indiretamente, para que pudéssemos atingir o propósito.

À Deus, por sempre me ouvir em momentos de angústia e renovar minhas forças espirituais, quando meu corpo não aguentava e meus joelhos se dobraram diante da minha fé.

À minha família, meus pais e irmãos, que são minha base de vida e a todo instante torcem, incansavelmente, pelas minhas conquistas e vitórias diárias.

À professora Dra. Edna de Mello, um exemplo de profissional na qual me espelho, agradeço imensamente pela contribuição nessa caminhada, sempre à disposição para ouvir, alertar e esclarecer. Além de orientadora, foi amiga e companheira, incentivando e me dando força para finalizar este ciclo, com o mesmo sorriso no rosto de quando iniciei o mestrado.

Aos meus amigos de turma, que desde o primeiro dia de aula, fomos parceiros e leais, em todos os instantes, sempre apoiando uns aos outros para continuarmos firmes nesta trajetória: Alan Milhomem, Ana Santos, Aron Rodrigo, Marina Bitar, Mayana Matos e Yago Modesto.

Aos docentes da Universidade Federal do Maranhão, Campus Imperatriz, Dra. Roseane Arcanjo e Dra. Thaisa Bueno, por me auxiliarem na construção inicial do objeto, além dos professores, Dra. Michele Goulart e Dr. Vitor Belem, que compuseram a banca de qualificação e defesa, respectivamente, e à Dra. Liana Vidigal, da Universidade Federal do Tocantins, agradeço pelas contribuições sobre o trabalho apresentado.

À colega de graduação, Thays Assunção Reis, pela sua disponibilidade de conversar e discutir sobre jornalismo cultural, sempre preocupada com os rumos da pesquisa, e que foi uma referência na construção deste trabalho.

À professora Dra. Lilian Castelo Branco, pois tive a honra de ser seu aluno no ensino fundamental e agora, anos depois, tenho minha dissertação revisada pelo seu olhar altamente profissional.

Aos meus amigos do trabalho, professores que passaram pela minha vida acadêmica, meus ex-alunos, e todas as pessoas ao meu redor, que torceram, verdadeiramente, meu muito obrigado!

MORAIS, William Castro. **A tematização da cultura em diários regionais**: análise do *Jornal do Tocantins* e *O Estado do Maranhão*. 2018. 100f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade), Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2018.

RESUMO

Este trabalho apresenta como intuito central analisar a editoria Magazine, do *Jornal do Tocantins* e do Caderno Alternativo, do *Jornal O Estado do Maranhão*, como espaços para a divulgação do jornalismo cultural e das manifestações artísticas das cidades onde estão sediados, Palmas e São Luís, respectivamente. E para realizá-lo, buscou-se verificar como esses impressos tematizam a cultura em suas publicações diárias, a partir das suas particularidades. Para isso, foram investigados os temas, a abrangência territorial, gêneros jornalísticos e campos nos periódicos para veiculação. Para a pesquisa, optou-se pela análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (2011), como caminho metodológico. Nessa perspectiva, foram apontadas categorias de destaque na capa, tema, abrangência, gêneros jornalísticos e espaços de publicações nos jornais. O corpus compreende os dados, sobre o tema em questão, publicados nos meses de março, abril e maio de 2017, que reuniu o total de 157 edições dos impressos. Os resultados apontaram que as editorias publicaram, em maior número, as notícias de abrangência local, com temas ligados à agenda cultural das cidades onde estão situados. A divulgação refere-se, principalmente, às notas de eventos, exposições, programação para o fim de semana e colunismo social, além de seções de cinema, novelas, horóscopo e shows musicais. Os dados, em ambos os jornais, não apresentaram nenhum embate de ideias, com poucas ocorrências da divulgação de valores culturais, que demonstrassem processos de construção de uma identidade ou representações da cidade ou do estado. O que nos leva a concluir que as publicações possuem pouca abordagem que destacam informações ampliadas sobre o segmento artístico dos estados, para incentivar o leitor a refletir sobre os conteúdos culturais.

Palavras-chaves: Cultura. Jornalismo Cultural. Manifestações culturais. Maranhão. Tocantins.

ABSTRACT

This paper presents, as a central intention, to analyze the Magazine's editorial, from the *Jornal do Tocantins* and the *Caderno Alternativo's* editorial, from the newspaper *O Estado do Maranhão*, as spaces for the dissemination of cultural journalism and the artistic manifestations of the cities where they are based, Palmas and São Luís, respectively. In order to accomplish this, it was sought to verify how culture is thematized in these printed matter in their daily publications, based on their particularities. To do so, we investigated the themes, territorial coverage, journalistic genres and fields in the periodicals for publication. For the research, it was opted for the content analysis proposed by Laurence Bardin (2011) as a methodological path. From this perspective, the following categories were highlighted: cover, theme, coverage, journalistic genres and publications spaces in newspapers. The corpus contains the data of the subject in question, published in the months of March, April and May 2017, which brought together the total of 157 editions of the printed matter. The results indicated that the publishers published, in greater number, the news of local scope, with subjects related to the cultural agenda of the cities where they are located. The disclosure refers mainly to the notes of events, exhibitions, weekend programming and social columnism, as well as film sections, soap operas, horoscopes and concerts. The data in both newspapers did not present any clash of ideas, with few occurrences of the dissemination of cultural values, that demonstrated processes of construction of an identity or representations of the city or the state. This leads us to conclude that the publications have little approach that emphasize expanded information on the artistic segment of those States to encourage the reader to reflect on the cultural contents.

Keywords: Culture. Cultural Journalism. Cultural manifestations. Maranhão. Tocantins.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC	Análise de Conteúdo
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
JTO	Jornal do Tocantins
OEMA	O Estado do Maranhão
PPGCOM	Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade
SECTUR	Secretaria de Estado de Cultura e Turismo
UFMA	Universidade Federal do Maranhão
UFT	Universidade Federal do Tocantins

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa do Caderno 2	67
Figura 2 – Última capa da editoria Arte & Vida	68
Figura 3 – Primeira capa da nova editoria Magazine	69
Figura 4 – Página 2 da editoria	71
Figura 5 – Página 3 da editoria, em terça-feira	74
Figura 6 – Capa do Caderno Alternativo	77
Figura 7 – Capa do final de semana	78
Figura 8 – Capa com destaque para literatura	80

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Destaques da cultura nas capas do JTO	70
Gráfico 2 – Temáticas das informações relacionados à editoria de cultura	72
Gráfico 3 – Abrangência do conteúdo a partir dos textos divulgados	72
Gráfico 4 – Relacionado ao gênero/identidade discursiva na editoria	73
Gráfico 5 – Relacionado aos locais onde os assuntos de cultura são publicados	75
Gráfico 6 – Destaques da cultura nas capas do OEMA	79
Gráfico 7 – Temáticas das informações relacionadas à editoria de cultura	81
Gráfico 8 – Abrangência do conteúdo a partir dos textos divulgados	81
Gráfico 9 – Relacionado ao gênero/identidade discursiva na editoria	82
Gráfico 10 – Relacionado aos locais onde os assuntos de cultura são publicados	83

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Apresentação das manifestações culturais no Maranhão	31
Tabela 2 – Apresentação das manifestações culturais no Tocantins	34
Tabela 3 – Principais características da mídia local	47
Tabela 4 – Gêneros jornalísticos classificados por Luiz Beltrão	55
Tabela 5 – Formatos jornalísticos classificados por Melo (2010)	57
Tabela 6 – Divisão dos gêneros discursivos por Seixas (2009)	59

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	REFLEXÕES CONCEITUAIS SOBRE CULTURA	20
2.1	A CULTURA COMO MERCADORIA	24
2.2	CONSUMO CULTURAL	27
2.3	CARACTERÍSTICAS CULTURAIS DO MARANHÃO	29
2.4	ASPECTOS CULTURAIS DO TOCANTINS	32
3	JORNALISMO CULTURAL: ESPAÇOS E TENDÊNCIAS	36
3.1	INFOTENIMENTO: ESTRATÉGIAS PARA ATRAIR O PÚBLICO	42
3.2	A COMUNICAÇÃO REGIONAL E A RELAÇÃO DE PROXIMIDADE	45
3.3	ROTEIRO DE PESQUISAS SOBRE O JORNALISMO CULTURAL	48
3.3.1	Trajetória maranhense: percurso em andamento	50
3.3.2	Eixo Tocantinense: caminho a ser explorado	52
4	GÊNEROS JORNALÍSTICOS: DA TRADIÇÃO À REINVENÇÃO	54
4.1	CLASSIFICAÇÃO INICIAL	55
4.2	NOVOS CRITÉRIOS	58
5	CAMINHOS DA PESQUISA	61
5.1	CATEGORIZAÇÃO	64
6	ANÁLISE DOS JORNAIS	66
6.1	JORNAL DO TOCANTINS	66
6.1.1	A padronização do Magazine	67
6.1.2	A cultura nas entrelinhas do colunismo social	69
6.2	JORNAL O ESTADO DO MARANHÃO	75
6.2.1	Ascensão do Caderno Alternativo	76
6.2.2	A programação cultural como parte da agenda de eventos	78
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
	REFERÊNCIAS	88
	APÊNDICE A – Códigos para coleta de dados	93
	ANEXO A – Páginas internas dos jornais	96

INTRODUÇÃO

Os traços históricos de um povo e seu território, assim como a trajetória que envolve a economia, a política, a sociedade e a ideologia podem ser ligados pela cultura, sua regionalização e a forma de ver o mundo e as comunidades ao redor. Nessa perspectiva, a cultura também está associada à capacidade de projetar comportamentos e representar uma identidade, por meio de manifestações que distinguem os indivíduos. Pela ótica de Raymond Williams (2011), o conceito de cultura é discutido em várias definições e assume um caráter global, em que são incluídas as mais diversas manifestações da arte e o compartilhamento de práticas sociais.

Dessa forma, a cultura em sua abordagem no jornalismo, está ligada à identidade, representações de classes, cotidiano, entre outras questões, por isso este estudo parte do entendimento de que o jornalismo cultural integra as esferas do processo comunicacional em espaços voltados para a divulgação do universo artístico. E para Gadini (2008), ao desenvolver este setor jornalístico, é possível contemplar diferentes olhares em torno das estratégias editoriais na tematização dos conteúdos publicados.

Por isso, esta pesquisa, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade – PPGCOM, da Universidade Federal do Tocantins – UFT, se debruça sobre a investigação do jornalismo cultural nos veículos *Jornal do Tocantins* e jornal *O Estado do Maranhão*. O trabalho lança um olhar sobre a informação jornalística cultural dos diários dos dois estados, no intuito de analisar o espaço voltado para a cultura, observando as características que demonstram a percepção da área publicada nos referidos impressos.

O jornal *O Estado do Maranhão* (OEMA) é composto pelo “Primeiro Caderno”, “Caderno Alternativo” e “Classificação”. O periódico é diário e aborda assuntos nas editorias de notícias do Brasil, Mundo, Política, Opinião, Consumidor, Geral, Economia e País, além dos suplementos aos finais de semana, como PH Revista e Revista na TV. E os temas relacionados à cultura são divulgados no Caderno Alternativo, com a presença de reportagens, notícias, seções, agenda e colunismo social, principalmente, de São Luís.

Por sua vez, o *Jornal do Tocantins* (JTO) possui as editorias de Política, Economia e Mundo incluídas no tema Notícias, enquanto segurança pública, transporte, saúde, educação, meio ambiente e urbanismo fazem parte do tema Vida Urbana. Os assuntos relacionados à cultura são publicados na editoria Magazine e engloba saúde, qualidade de vida e

alimentação, moda, colunismo social, programas de televisão, entre outros, seguindo padrão da matriz da empresa em Goiânia¹.

Ao longo da trajetória da editoria de cultura do *Jornal do Tocantins* e da configuração do caderno no impresso *O Estado do Maranhão*, surge o questionamento: *Como o jornalismo destes veículos tematiza a cultura?* Para responder a essa pergunta, o trabalho investigou a divulgação da cultura e suas manifestações nos referidos diários, observando o espaço e as características de cada jornal. E para realizar tal intento, a pesquisa, então, buscou compreender a tematização e o espaço da cultura nos veículos, entender as peculiaridades e origem de referência das informações, assim como mapear os gêneros jornalísticos mais utilizados nas publicações. Para chegar às respostas, foram analisados, em uma abordagem quantitativa, os dados referentes aos meses de março, abril e maio de 2017, totalizando 157 edições, sendo 78 do *Jornal do Tocantins*, e 79 de *O Estado do Maranhão*.

Para o estudo, foram construídas duas hipóteses para compreender o problema apresentado. A primeira é que os jornais possuem conteúdos com ênfase nos assuntos de comportamento, agenda e televisão, devido aos produtos mercadológicos existentes na sociedade e impulsionados pela indústria cultural. Logo, esse jornalismo traz características de entretenimento, sem compromisso com a manutenção da crítica do seu público que consome tais informações. Dessa forma, os temas abordados são de assuntos que não destacam as manifestações e tradições culturais dos estados? Essa hipótese inicial representa uma reflexão para investigar as páginas dos periódicos e entender como os espaços de cultura estão sendo veiculados. A segunda refere-se aos modelos editoriais em que os impressos seguem, pois ambos fazem parte do maior grupo de comunicação de seus estados. O jornal *O Estado do Maranhão* integra o Sistema Mirante, afiliado à Rede Globo de Televisão, e o *Jornal do Tocantins*, do grupo Jaime Câmara, com o sinal da TV Anhanguera, também afiliada à emissora. Com isso, os jornais veiculam notícias e reportagens mais elaboradas de cunho nacional e com pouca valorização do conteúdo que apresente manifestações culturais locais ou regionais.

Apesar do tema cultura no jornalismo impresso já existir no país há anos, com diversas pesquisas, o trabalho se justifica pelo seu caráter local e devido aos poucos estudos registrados no âmbito do jornalismo cultural, no Maranhão e, em especial, no Tocantins. Nesse contexto, entende-se que a pesquisa possa contribuir para a produção acadêmica

¹ O Grupo Jaime Câmara é formado por 24 veículos de comunicação, sediados nos Estados de Goiás e Tocantins, além do Distrito Federal. Na capital Goiânia, o jornal *O Popular* também possui a editoria Magazine.

brasileira, assim como, especificamente, para as duas capitais onde estão sediados os impressos. Nesse processo da tematização da cultura, eles foram escolhidos por serem os mais antigos diários em circulação em cada localidade, pela relevância histórica e periodicidade contínua.

Nesse sentido, a opção pelos referidos jornais toma como base as ideias de Peruzzo (2003), que afirma que o jornalismo local é marcado pelo registro do cotidiano, pela proximidade e pela produção de conteúdo regionalizado, transformando-se em um lugar de memória privilegiado. Nesse entendimento, o local e o regional são melhores compreendidos quando são interrelacionados. Por isso, esta análise discute a relação que os impressos possuem com as especificidades do lugar e seu mapeamento apresenta o espaço que os conteúdos culturais ocupam nesses jornais, reforçados ou não por um segmento que ainda resiste nos dias atuais.

Dessa forma, acredita-se que este estudo fortalece as pesquisas no campo do jornalismo cultural brasileiro, sobretudo na história e na compreensão da tematização do setor, que como analisa Gadini (2010, p. 29), em que as pesquisas no campo do jornalismo apresentam “poucas referências metodológicas para compreender e analisar processos, estratégias e produtos jornalísticos, desenvolvidos para e no campo cultural”. Logo, esta pesquisa contribui para apresentar os temas sobre cultura nos jornais analisados e assim compreender em que aspectos são divulgados, o que pode abrir possibilidades para novos olhares sobre a discussão.

Com o objetivo geral de verificar como o *Jornal do Tocantins* e *O Estado do Maranhão* tematizam a cultura em seus espaços diários, foram estabelecidos os objetivos específicos: a) indicar os temas relacionados à cultura divulgados nos jornais; b) mapear a abrangência territorial das matérias veiculadas a partir da referência de onde se fala; c) destacar os gêneros jornalísticos mais frequentes; e d) identificar os espaços onde são veiculadas as informações sobre cultura, além dos campos específicos.

Este trabalho está organizado em cinco capítulos correlacionados. O capítulo 1 apresenta discussões sobre o conceito de cultura e reflexões sobre a cultura como mercadoria e seu consumo, a partir da visão de Raymond Williams (2011), em que observa a cultura como processo, produção e produto da sociedade, pois o materialismo cultural não a enxerga apenas como objeto e sim práticas. Apesar de não ter como restringir o conceito de cultura no âmbito histórico, seus significados e amplitudes da palavra, o campo é fortalecido com as contribuições de Cuche (1999), com a perspectiva antropológica, além da fundamentação em Guattari (1996), para o qual o termo cultura possui três sentidos e que gera força coletiva de

trabalho e de controle social, entre outros autores. Também são apresentadas as principais manifestações culturais do Tocantins e Maranhão, para a compreensão de qual cultura está se buscando falar.

Já o Capítulo 2 apresenta as teorias do jornalismo cultural, fundamentado, em especial, pelos estudos de Gadini (2008), que destaca as relações sociais influenciadas pelo modo como os jornais divulgam a cultura, sem dar ênfase aos conteúdos críticos e de reflexão, com espaços destinados principalmente para o entretenimento. Nessa perspectiva, também foram adotados como referências os pesquisadores Frantjesco Ballerini (2015), Daniel Piza (2003) e Faro (2009), para tratar sobre a caracterização da atividade jornalística voltada para a divulgação do campo cultural. Discute-se também sobre as pesquisas acadêmicas com a temática nos dois estados, a partir de um mapeamento levantado na base de dados das universidades federais.

No Capítulo 3 é apresentada a classificação dos gêneros jornalísticos, com base nas ideias de Luiz Beltrão (1969), reformuladas por José Marques de Melo (2010). Para analisar as informações dos jornais pesquisados, é usado neste estudo os novos critérios de classificação sob a ótica de Lia Seixas (2009), que destaca a divisão em gêneros discursivos jornalísticos, em que o enunciador é a instituição jornalística, e agrega a notícia, nota, reportagem, entrevista, infográfico, editorial, coluna, comentário, análise, entre outros, e em gêneros discursivos jornalísticos, sendo que a instituição jornalística não faz parte da dimensão do enunciador e sim de outra formação discursiva, por meio de artigo, crônica, carta, fórum, caricatura, boletim de agência, entre outros. Por isso, a pesquisadora propõe que as composições sejam diferenciadas quando a organização jornalística é o sujeito enunciador.

Na continuidade, o Capítulo 4 apresenta o percurso metodológico, iniciado pelo aprofundamento do estudo a partir do roteiro exploratório, levantamento quantitativo do material cultural jornalístico e tratamento dos dados da coleta para análise, seguindo a ótica de Bardin (2011). Para identificar a tematização do conteúdo de cultura, foi construído um modelo de análise com o uso de categorias, em que foram criadas unidades de registro para compreender a tipologia identificada nos jornais. A classificação de elementos por categorias serviu para investigar as singularidades, semelhanças e diferenças entre eles, e, assim, observar categorias excludentes que auxiliaram na composição da análise dos dados para a dissertação. Os resultados foram obtidos após a interpretação dos dados levantados e a elaboração de gráficos, que permitem melhor visualização para facilitar a compreensão do objeto pesquisado.

O Capítulo 5 apresenta a análise dos jornais propostos, com demonstração de gráficos que revelam os números obtidos com a categorização dos elementos da pesquisa. As discussões permitem visualizar os principais temas que retratam os espaços de cultura dos impressos, além de compreender sua abrangência territorial, seus destaques principais e os formatos de como as informações são publicadas para entender sobre o propósito de cada veiculação.

2 REFLEXÕES CONCEITUAIS SOBRE CULTURA

Neste capítulo serão abordadas discussões sobre o conceito de cultura e reflexões sobre a cultura, a partir da visão de Raymond Williams (2011), que a enxerga como práticas sociais, além de outros autores que a colocam como mercadoria e consumo. No embate de ideias sobre esse conceito no âmbito histórico, o campo traz as contribuições de Cuche (1999) e Guattari (1996). Para compreender de qual cultura está se buscando falar, são apresentadas as principais manifestações do Tocantins e Maranhão.

Conforme Williams (2011), são muitas concepções sobre o termo cultura, pois coexistem representações dos campos antropológico e sociológico para indicar o modo de vida de um grupo ou de uma sociedade como um todo. No que se refere à etimologia da palavra, como afirma o autor, “cultura” tem origem do verbo latim *colere* e em meados do século XVIII, passou do conceito de cultivo da terra para o de “cultura do espírito humano” em meio a várias discussões. Williams (2011) também ressalta que as transformações históricas, industriais, democráticas e sociais também modificaram a palavra cultura, que muitas vezes representava um sentimento de hostilidade e constrangimento.

O que leva o autor a considerar que o significado de cultura perpassa definições multidisciplinares, pois o termo tem sua simbologia no desenvolvimento das faculdades humanas e, a partir disso, as obras artísticas e as práticas sociais começam a representar a própria cultura. Sua compreensão assume um caráter universal e engloba desde as manifestações populares até a cultura erudita. Dessa maneira, os diferentes significados da palavra cultura estão ligados às mudanças sociais, como ressalta Williams (2011, p. 18-19):

O desenvolvimento da palavra cultura é um registro de um número de reações importantes e permanentes a essas mudanças em nossa vida social, econômica e política, e pode ser visto, ele mesmo, como um tipo especial de mapa por meio do qual a natureza das mudanças pode ser explorada.

Nessa perspectiva, Williams (2011) analisa que o desenvolvimento do compartilhamento da cultura entre as pessoas ou grupo sociais, pode ser entendida como processo, produção e produto da sociedade, em que o materialismo cultural não a enxerga apenas como objeto e sim práticas da sociedade. Dessa forma, não há como restringir o conceito de cultura no âmbito da história, isso devido aos significados e amplitudes da palavra.

Para Williams (2011), a produção cultural vai desde a tradição até a hierarquização dos padrões estéticos, baseados na literatura. Com isso, o olhar sobre a cultura deve ser

focado no grupo ou nas mediações culturais, pois o artista não expressa seu ponto de vista de forma isolada e sozinho, sem representar a visão do grupo social que pertence. Segundo ele, o conceito de cultura é apresentado de forma vinculada à noção de experiências vivenciadas, comuns e compartilhadas. Logo, o autor compreende que a cultura se transforma então em um espaço de dominação em que outra classe se reafirma como dominante e isso depende da legitimação de sua própria dominação, por meio da universalização de valores e práticas que asseguram essa hegemonia.

Nesse sentido, Eagleton (2005), discípulo de Raymond Williams, concorda com o pensador em compreender a cultura como uma construção histórica datada pela referência de tempo e de sua produção. Pois, “a cultura não é alguma vaga fantasia de satisfação, mas um conjunto de potenciais produzidos pela história e que trabalham subversivamente dentro dela” (EAGLETON, 2005, p. 38-39). Assim, para Eagleton (2005, p. 28-29), “todas as culturas estão envolvidas umas com as outras; nenhuma é isolada e pura, todas são híbridas, heterogêneas, extraordinariamente diferenciadas e não monolíticas”.

E quando se busca um conceito de cultura pela ótica estruturalista, vale mencionar o que Pierre Bourdieu (1990), compreende como *habitus*, tendo em vista que ele interpreta a cultura como uma produção simbólica, bastante valorizada socialmente e relacionada ao domínio das artes e das letras, associada às expressões e escolhas de produtos e serviços culturais dos atores sociais. O autor explica que o *habitus* classifica os gostos diferentes para os indivíduos, a partir da valoração e diferenciação estética para cada produto, relacionado com algum campo social. Desta feita, o sujeito inserido em determinado campo aprende a agir e reagir seguindo as regras e mecanismos determinados pelo próprio campo em operação.

Ainda sobre a conceituação para “cultura”, Siqueira e Siqueira (2007) enfatizam que a noção de cultura, pode ser vista sob vários conceitos, a partir de um entendimento de como a sociedade se enxerga primeiro e depois o mundo. Dessa forma,

O conceito de cultura forma, com a noção de natureza, uma das grandes oposições do quadro do pensamento das ciências sociais. Mais do que vê-las delimitando espaços mutuamente excludentes, é interessante tratá-las como complementares. Ou seja, ambas são limites de um sistema que hierarquiza e ordena uma multiplicidade de elementos que se situam entre dois extremos e se articulam de maneira dinâmica (SIQUEIRA; SIQUEIRA, 2007, p. 110 – 111).

Segundo Cuche (1999), a partir da perspectiva antropológica, a primeira definição de cultura foi formulada por Edward Tylor, na obra *Primitive Culture*, em 1871, em que ele buscou demonstrar que cultura é um fenômeno natural que possui causas e regularidades, o

que permite proporcionar a elaboração de leis sobre o processo cultural e a evolução. Para Tylor, conforme Cucho (1999), a diversidade cultural era o resultado da desigualdade dos estágios de evolução de cada sociedade. Com isso, a cultura e a civilização formam um conjunto bastante complexo que engloba o conhecimento, as crenças, a moral, a arte, as práticas sociais e hábitos assimilados pelo homem como agente ativo.

Para Tylor, ainda de acordo com Cucho (1999), a diversidade cultural era o resultado da desigualdade dos estágios de evolução de cada sociedade, em que foram observados os fatos relacionados à cultura a partir de uma visão mais geral nas diferentes comunidades e sob diversos aspectos, tanto materiais, simbólicos e corporais. A cultura era vista como um fenômeno natural e assim poderia ser analisado a partir da formulação de leis que explicassem tal fenômeno.

Numa perspectiva mais antropológica, Barbero (2000) relaciona a noção de cultura ao conceito que não se limita ao consumo de produtos ou de eventos, mas que envolve todos os comportamentos, as práticas do dia a dia, o modo como é vista a sociedade, além de está ligada às crenças, aos valores que norteiam a vida, às expressões e aos registros da memória. Nessa visão, quando se convive ou se reproduz os costumes adquiridos com a família e/ou quando se rompe com eles, também se produz cultura.

Para White (2009), cultura e homem são inseparáveis, um não vive sem o outro. Logo, a cultura tem uma simbologia para o homem, em que cada sociedade tem a sua definição e o termo tem seus significados distintos. A cultura não é homogênea, é variável com o tempo e muda de lugar para lugar, pois o significado de uma coisa depende de sua análise e de seu contexto. Dessa maneira, o homem se diferencia dos outros animais quando possui essa capacidade de criar símbolos, portanto, em seu entendimento, a cultura surge como norteadora da organização humana, já que para os demais animais é a biologia que determina suas condições.

Também precisamos de um nome para uma classe de coisas e eventos que dependem de simbologização considerada no contexto das inter-relações dos próprios simbolantes. O termo “cultura” vem sendo tradicionalmente usado para esse fim. (Estamos falando agora do uso real, não da definição ou da concepção.) O estudo científico da cultura, então, é culturologia. Definimos cultura como a classe de coisas e eventos que dependem da simbologização, que são produtos da simbologização, considerada em um contexto extrassomático (WHITE, 2009, p. 58).

Essa simbologização trouxe ao homem o domínio de conceituar, verbalizar e infinitas possibilidades de variações para se organizar em um sistema cultural, que envolve os aspectos ideológicos, sociológicos e tecnológicos, pois, segundo White (2009), a cultura tem como

função tornar a vida segura e duradoura para espécie humana, apesar dela se modificar com o tempo. A cultura, então, é percebida a partir do olhar voltado para o outro, quando se percebe que não são os mesmos hábitos ou modos de vida, não obtendo um reconhecimento, seja em objetos, símbolos, religiosidade, ideias, normas, comportamentos hábitos ou valores.

Por isso, a cultura está em constante movimento de acordo com o que acontece com os membros da sociedade. Ela não é estática e ainda pode absorver características de outras culturas por meio do convívio. Para o filósofo francês Félix Guattari e a psicanalista brasileira Suely Rolnik, no livro “Micropolíticas: Cartografias do Desejo”, a cultura é apresentada como conceito reacionário, por separar as atividades do homem em setores e isso causa uma padronização das particularidades culturais, já que estão isoladas. Nesse contexto, cultura apresenta o conceito em vários sentidos ao longo da história, porém, convém destacar os três mais ressaltados na obra.

Segundo Guattari (1996), a cultura tem o sentido mais antigo na expressão “cultivar o espírito”, por isso chama de sentido A e também de “cultura-valor”, pois nela se julga quem tem cultura e quem não tem, ou se pertence ao meio social culto ou não. Dessa forma, o que prevalece é o valor da cultura como resultado de um processo, usado para estabelecer diferentes níveis culturais.

Também essa noção de cultura-valor tem diversas acepções. Pode-se tomá-la como uma categoria geral de valor cultural no campo das elites burguesas, mas também se pode usá-la para designar diferentes níveis culturais em sistemas de setores de valor – aquilo que faz com que se fale, por exemplo, em cultura clássica, cultura científica, cultura artísticas (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 17-18).

Logo, se uma pessoa for ao espetáculo no circo, ela está prestigiando uma cultura artística e não científica e nem clássica, assim como uma palestra de uma faculdade sobre determinado projeto experimental, ela está inserida em um contexto científico, que não inclui as demais culturas. Estas denominações expressam, então, o tipo de cultura que cada indivíduo está inserido e, por conseguinte, aquela que se consome.

De acordo com os autores, o segundo revelador do conceito de cultura é chamado de “sentido B” e trata do sinônimo de civilização, pois nessa lógica, não há mais a segregação de quem tem ou não cultura, todos possuem uma cultura democrática e podem reivindicar qualquer expressão cultural que está inserido. A “cultura-alma coletiva” isola a esfera da cultura para cada povo ou grupos sociais, em que cada alma coletiva terá uma cultura atribuída, mas não estarão separados. Todas essas dimensões são inteiramente articuladas umas às outras num processo de expressão, e também articuladas com sua maneira de

produzir bens, com sua maneira de produzir relações sociais (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 18-19). Assim, esse termo demonstra a caracterização da cultura do indivíduo a partir da sua inserção em um específico grupo social, em que cada um reivindica a própria cultura como positiva frente à outra.

O terceiro núcleo semântico é chamado de “sentido C” e trata-se da “cultura-mercadoria”, relacionada à cultura de massa, em que não tem o julgamento do valor e nem do território coletivo dos traços de um povo, como os outros dois anteriores, A e B, respectivamente. Nesse último sentido, a cultura está ligada aos bens e produtos à disposição de quem quer e pode ter acesso, como a compra de serviços, novelas, filmes, músicas, entre outros itens da cultura comercial, que compreende a indústria cultural e transformam a cultura em mercadoria, reforçada pela mídia.

Não se trata de uma cultura a priori, mas de uma cultura que se produz, se reproduz, se modifica constantemente. Assim sendo, pode-se estabelecer uma espécie de nomenclatura científica, para tentar apreciar o que é, em termos quantitativos, essa produção de cultura (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p.19).

Segundo a obra, os três sentidos do termo cultura se complementam para gerar uma cultura como vocação universal e isso produz uma força coletiva de trabalho e de controle social, que resulta na cultura baseada no capitalismo, no consumo e na indústria.

2.1 A CULTURA COMO MERCADORIA

De um modo geral, o conceito de cultura está intrinsecamente relacionado às diversas expressões de uma sociedade, sendo manifestações coletivas dos modos de ser e se representar. Nessa lógica, observa-se um ambiente em que muitas pessoas acabam consumindo o que é oferecido, por meio da industrialização da cultura, já que ideologias são impostas por um sistema de dominação, que engloba as relações sociais e assim os produtos chegam aos seus consumidores por meio da venda nos mercados. Nesse cenário, a arte passou a ser produzida para gerar lucro.

Para Habermas (2003), o processo que transpõe a cultura para a forma de mercadoria era feito sem uma intermediação de informações que distinguissem a valorização devida dos produtos culturais. Dessa forma, o mercado de bens culturais assume novas funções no mercado do lazer, em que o público tem acessibilidade aos objetos, a partir de suas preferências. “Os valores de troca ainda não alcançam nenhuma influência sobre a qualidade dos próprios bens: até hoje adere ao negócio com bens culturais algo como uma

incompatibilidade dessa espécie de criações com a sua forma de mercadoria” (HABERMAS, 2003, p. 195).

Conhecido a partir da obra *Dialética do Esclarecimento*, no final dos anos 1940, pelos principais pensadores da chamada Escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer, o conceito de indústria cultural está ligado ao desenvolvimento industrial e tecnológico da sociedade em meados dos séculos XX e XXI.

A indústria cultural e seus produtos constituem um sistema que envolve a televisão, o cinema, o rádio, as revistas, entre outros, em que os bens culturais passaram a ser produzidos e consumidos pelas diversas classes sociais.

A indústria cultural perfidamente realizou o homem como ser genérico. Cada um é apenas aquilo que qualquer outro pode substituir: coisa fungível, um exemplar. Ele mesmo como indivíduo é absolutamente substituível, o puro nada, e é isto que começa a experimentar quando, com o tempo, termina por perder a semelhança (ADORNO, 2009, p. 26).

Nessa ótica, o mercado da cultura liga produtores e consumidores em torno do bem cultural. Porém, não se conhece o conteúdo desse produto sem adquiri-lo ou ter um simples acesso a ele. A indústria cultural se mostra interessada apenas pela humanidade que se torna cliente e a cultura é vista para representar e consolidar uma ordem, assim como criticar e denunciar a mesma ordem. Percebe-se que há uma popularização da arte, que deve ter como função proporcionar o lazer sem que o trabalhador tenha tempo de refletir sobre sua realidade.

Falar de cultura foi sempre contra a cultura. O denominador "cultura" já contém, virtualmente, a tomada de posse, o enquadramento, a classificação que a cultura assume no reino da administração. Só a "administração" industrializada, radical e conseqüente, é plenamente adequada a esse conceito de cultura (HORKHEIMER; ADORNO, 2002, p. 8).

Nessa perspectiva, o homem é transformado em mercadoria e todo seu trabalho também é visto assim e pode ser algo comprado. Com a cultura não é diferente, pois ela foi transformada e passou a ser vendida. Para Kellner (2001), a cultura representa uma participação em que as pessoas criam sociedades e identidades, pois ela modela os indivíduos na sua essência e na capacidade de ver o mundo. A cultura passa então a dominar a vida cotidiana, como o lazer, as opiniões e comportamento social, fornecendo subsídios para se analisar quem tem poder e quem não tem.

É importante o público conhecer os fundamentos da indústria cultural para resistir a certas dominações e significados impulsionados pela mídia. O rádio, a televisão, o

cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente (KELLNER, 2001, p. 9).

Dessa maneira, a mídia e a informação buscam moldar a visão que desejarem para vender a imagem na sociedade. De acordo com Kellner (2001), os indivíduos podem aceitar ou não essa imposição dos modelos dominantes, mesmo com a complexidade dos produtos culturais veiculados pela mídia, é importante que exista um olhar crítico e multidimensional sobre a produção que se apresenta.

O autor destaca também que há uma cultura veiculada pela mídia com imagens, sons e espetáculos que se aproximam do dia a dia das pessoas, dominando seu tempo e contribuindo para modelar a vida, que resulta em uma identidade forçada. Essa cultura da mídia busca cada vez mais público e audiência para aumentar o lucro, por meio dos produtos, que são mercadorias. Logo, a produção da mídia está relacionada com o poder e serve para reproduzir os interesses dos mais fortes e promove a dominação aos indivíduos.

Mas o materialismo cultural também focaliza os efeitos materiais da cultura da mídia, insistindo em que suas imagens, espetáculos, discursos e signos exercem efeitos materiais sobre o público. Para o materialismo cultural, os textos da mídia seduzem, fascinam, comovem, posicionam e influenciam seu público (KELLNER, 2001, p. 64).

Sob o olhar da indústria cultural, a arte manteve seu estilo reduzido à expressão da universalidade, pois as obras buscam uma identidade e na indústria cultural existe a semelhança entre as obras, em que imitação é vista como algo absoluto. Com isso, para serem aceitos, produzidos e, principalmente, distribuídos por meio da indústria cultural, os produtos precisam seguir um modelo definido e padrões determinados. Para tanto, as empresas se expandem para maximizar os ganhos, a partir de estratégias de mercado e consumo.

Para Bourdieu (1997) a atividade jornalística se limita devido ao poder econômico exercido pela mídia, principalmente pela televisão, por exemplo, o que influencia na produção cultural para oferecer à sociedade. Dessa forma, o autor esclarece que o campo jornalístico age sobre os outros campos, sendo ele próprio cada vez mais dominado pela lógica comercial, impondo cada vez mais suas limitações aos outros universos.

Através da pressão do índice de audiência, o peso da economia se exerce sobre a televisão, e, através do peso da televisão sobre o jornalismo, ele se exerce sobre os outros jornais, mesmo sobre os mais “puros”, e sobre os jornalistas, que pouco a pouco deixam que problemas de televisão se imponham a eles. E, da mesma

maneira, através do peso do conjunto do campo jornalístico, ele pesa sobre todos os campos de produção cultural (BOURDIEU, 1997, p. 80).

As diferenças entre os produtos não passam de simples aparência. Esse empobrecimento dos produtos culturais, a forma como a diversão e o entretenimento são disponibilizados, tornam-se dispositivos utilizados para negar a arte como instrumento de reflexão e dificultam que o homem seja crítico e autônomo. Porém, Kellner (2001) explica que a mídia também oferece recursos para as pessoas aceitarem ou não os modelos dominantes, e mesmo com todas as influências impostas, os indivíduos são capazes de selecionar e julgar as mensagens recebidas.

2.2 CONSUMO CULTURAL

Quando se fala de consumismo parece que se discute apenas os gastos desnecessários e exagerados. Mas, há teorias que tratam o assunto como fenômeno que reproduz o capital, em que as pessoas se apropriam de produtos sociais e se distinguem umas das outras. De acordo com Nestor García Canclini (1995), o consumo pode ser visto como uma ação política, em que a prática transforma consumidores em cidadãos e os valores simbólicos acabam prevalecendo sobre os valores de uso e troca.

Estas ações, *políticas*, pelas quais os consumidores ascendem à condição de cidadãos, implicam uma concepção do mercado não como simples lugar de troca de mercadorias, mas como parte de interações socioculturais mais complexas. Da mesma forma o consumo é visto não como a mera posse individual de objetos isolados, mas como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens (CANCLINI, 1995, p. 70).

Outros autores também reconhecem o consumo como uma atividade que vai além da aquisição de mercadorias e pode ser um tipo de relação com a coletividade e sociedade ao redor, contribuindo para o consumo cultural. Dessa maneira, as pessoas assumem que consomem e a partir de seus produtos é possível identificá-las e localizá-las no meio social. Nesse sentido, Silverstone (2002, p. 150) afirma que “Consumimos objetos. Consumimos bens. Consumimos informação. Mas, nesse consumo, em sua atividade cotidiana, construímos nossos próprios significados, negociamos nossos valores e, ao fazê-lo, tornamos nosso mundo significativo”.

Essa identificação em consumo cultural pode ser vista em produtos como livros, obras de artes, discos, matérias de reprodução, ou mesmo um serviço cultural como festivais, shows teatrais, entre outros. Quando se constitui um mercado da obra de arte, os escritores e artistas

têm a possibilidade de afirmar suas práticas e as representações, demonstrando a irredutibilidade da obra de arte à condição de simples mercadoria, conforme afirma Bourdieu (2007, p. 103):

A constituição da obra de arte como mercadoria e a aparição, devido aos progressos da divisão do trabalho, de uma categoria particular de produtores de bens simbólicos especificamente destinados ao mercado, propiciaram condições favoráveis a uma teoria pura da arte- da arte enquanto tal-, instaurando uma dissociação entre a arte como simples mercadoria e a arte como pura significação produzida por uma intenção meramente simbólica e destinada à apropriação simbólica, isto é, a fruição desinteressada e irredutível à mera posse material.

Na comunicação, Siqueira e Siqueira (2007) destacam que o jornalismo cultural busca levar a um público agora muito mais amplo, heterogêneo e preocupado com a velocidade, informações sobre o campo artístico e isso gerou cada vez mais cadernos especializados sobre as temáticas culturais, o que pode representar investimentos em determinados espaços.

Assim, a editoria de cultura lida diretamente com a indústria cultural, sendo, em primeiro lugar, um produto desta e, em segundo, um espaço privilegiado para divulgação de outros produtos da mesma indústria cultural. É interessante notar que com o processo de modernização da sociedade e de sua complexificação, observa-se também a complexificação e especialização de inúmeros cadernos, dentre os quais os cadernos culturais, que parecem, assim, atender a diversos gostos e interesses de uma sociedade plural, em um processo de segmentação (SIQUEIRA; SIQUEIRA, 2007, p.108).

Nesse sentido, o valor de um bem cultural perde significado na sociedade voltada para o lucro e se transforma no que representa seu uso, satisfazendo os desejos de consumos dos indivíduos. Com a seleção dos produtos, os consumidores passam a ter controle sobre sua cultura e se tornarem instrumentos de mudanças sociais.

Além do mais, precisamos conviver conscientemente com as novas tecnologias e encontrar maneiras de usá-las no sentido de melhorar a nossa vida e de torná-las acessíveis a todos. Isso exige uma reflexão sobre a mídia, a tecnologia, os desafios e os problemas de viver numa nova sociedade como esta (KELLNER, 2001, p. 424).

Nessa lógica, os bens de consumo são culturalmente constituídos e a sociedade os valoriza, definindo significados que valorizam seu sentido em todas as esferas. Essa influência dificulta a libertação cultural da imposição da força do mercado e fortalece o consumo dos mais diversos produtos midiáticos. Com esta visão, Gadini (2009) reforça que não se pode dissociar os cadernos de cultura dos complexos industriais da cultura contemporânea, devido aos importantes debates realizados pela intelectualidade do espaço.

Com isso, o autor afirma que a cultura atual representa o modo de ser, pensar e viver, muitas vezes, por meio de discursos ou produtos midiáticos oferecidos no mercado, pois é vista como um fato histórico e da sociedade em que seu discurso é caracterizado pela produção de sentidos entre os atores participantes e se fortalece com a sua divulgação. Nesse âmbito, a lógica de mercado simbólico resulta na produção de sentidos e critérios de avaliação para serem consumidos. Nesse contexto,

É oportuno considerar, ainda, que o mercado simbólico se diferencia do mercado econômico material, e ao mesmo tempo, mantém a lógica que em muito se assemelha às relações de produção e consumo econômicas tradicionais, que envolvem disputas, competições, busca de adesão do público, estratégias de visibilidade, divulgação – que, geralmente, passa pelo jornalismo cultural – e de consumo cultural (GADINI, 2009, p. 43 – 44).

Essas discussões sobre produto e mercado simbólico são importantes para compreender a atuação do jornalismo cultural, a partir da lógica de consumo mercadológico pela produção industrial determinada pelo campo midiático. Essa perspectiva teve ênfase com o processo de crescimento das cidades, em que os centros urbanos foram fortalecidos pelos serviços e oferta de movimentos literários e artísticos.

2.3 CARACTERÍSTICAS CULTURAIS DO MARANHÃO

Tradições, aspectos e manifestações culturais marcam os dois estados analisados neste estudo, com traços que caracterizam cada local e revelam suas particularidades. O Jornal *O Estado do Maranhão*, por exemplo, é sediado na capital São Luís, cidade que carrega fortes expressões da cultura local, como o Bumba-meu-boi, Tambor de crioula, Cacuriá, Tambor de mina, além dos blocos populares e bandas de marchinhas tradicionais que abrilhantam, principalmente, o período de carnaval.

Com seus casarões antigos e ruas históricas, a cidade foi berço para grandes nomes da literatura brasileira, entre eles, os escritores maranhenses Graça Aranha, Gonçalves Dias, Ferreira Gullar e Aluísio Azevedo, tornando-a conhecida como “Atenas Brasileira”. Por revelar talentos de poetas que retratavam a capital ludovicense e pelo romantismo presente na arte local, também é chamada de “Ilha do Amor”, entre outras denominações. Cantores são destaques nacionalmente, como Alcione e Zeca Baleiro, fontes ricas da música popular brasileira.

Com área de 331.983 Km², o Maranhão é o oitavo maior Estado em extensão territorial do Brasil, sendo o segundo do Nordeste, ficando atrás da Bahia². A cultura é marcada pela herança dos movimentos colonizadores europeus, francês, holandês e português, que deixaram um legado importante de acervo histórico e, principalmente, arquitetônico. Em 1997, a capital São Luís recebeu da UNESCO, o título de Patrimônio Histórico-Cultural da Humanidade. De acordo com a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (2017), Alcântara, hoje com muito da sua arquitetura em ruínas, foi a primeira cidade do estado a ser tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), pois sediou a aristocracia maranhense.

A culinária local teve forte influência francesa, portuguesa, africana e indígena, que traduz os sabores da terra nos pratos típicos, doces e receitas nativas. A religiosidade maranhense é bastante expressada nas festas populares. A memória histórica é carregada de com crenças religiosas, folclore contagiante, músicas, ritmos, artesanato e culinária caracterizam a capital onde o jornal está localizado.

Ressalta-se que a gastronomia também é um dos pontos altos e característicos do estado, em especial, nas cidades de São Luís, Barreirinhas, Alcântara e Raposa. Arroz de cuxá, caldeirada, torta de camarão, de sururu e caranguejo, peixada à base da nobre pescada, doces à base de coco e cristalizados, em massa ou calda, à base de frutas regionais, como caju, buriti, bacuri, jaca e abacaxi, além das carnes, com destaque para a carne de sol, panelada ou mocotó, sarapatel, buchada de bode, entre outras iguarias do paladar maranhense.

Em São Luís, há diversos espaços que registram a trajetória social e cultural, com destaque para o centro histórico, rodeado pelas praças, escadarias, becos, ladeiras e centenas de casarões tombados pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional³ (Iphan). Dentro desse contexto, as festas populares fazem parte das tradições locais, caracterizando a cultura popular, que segundo Hall (2008) é entendida diante da relação com a cultura de elite.

A cultura dos oprimidos, das classes excluídas: esta é a área à qual o termo “popular” nos remete. E o lado oposto a isto – o lado do poder cultural de decidir o que pertence e o que não pertence – não é, por definição, outra classe, “inteira”, mas aquela outra aliança de classes, estratos e forças sociais que constituem o que não é

² De acordo com a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo, disponível em <http://www.sectur.ma.gov.br/maranhao-de-todos-nos/>. Acesso em 8 nov. 2017.

³ Autarquia federal vinculada ao Ministério da Cultura, que responde pela preservação do Patrimônio Cultural Brasileiro, assegurando sua permanência e usufruto para todas as gerações. Informações extraídas no site <http://portal.iphan.gov.br/>. Acesso em 10 nov. 2017.

“o povo” ou as “classes populares”: a cultura do bloco do poder (HALL, 2008, p. 245).

Já Abreu (1999, p. 28) destaca que a cultura popular não representa um conjunto estático de práticas ou textos e também não é um conceito definido que se aplica a um período qualquer, é preciso ser construído pelo historiador e documentado. No Maranhão, diversas expressões marcam o estado, como as quadrilhas, as danças do Carço; do Lelê; do Coco, do Cacuriá; do São Gonçalo, Portuguesa, entre outras. Segue uma breve descrição das principais manifestações culturais presentes no estado.

Tabela 1 – Apresentação das manifestações culturais no Maranhão

MANIFESTAÇÕES CULTURAIS	DESCRIÇÃO
Bumba-meu-boi	É a expressão máxima da cultura do Maranhão e suas origens são indefinidas, mas com elementos culturais africanos e europeus, introduzidos principalmente por meio da religiosidade.
Tambor de Crioula	Reconhecido em 2011 como Patrimônio Imaterial Brasileiro, se apresenta, principalmente, no carnaval, São João e a partir do 2º sábado de agosto, quando ocorrem também as rodas de Bumba-Boi. O som é extraído de tambores.
Tambor de Mina	É a denominação mais difundida no Maranhão dentre as religiões de origem afro. O culto se originou em São Luís e a partir daí difundiu-se para outros estados. O nome Mina deriva de Negro-Mina, como eram chamados os escravos.
Festa do Divino	Comemorada, durante todo o mês de maio, a Festa do Divino Espírito Santo é uma mistura de devoção ao Divino com homenagens ao Império. O “imperador” e sua corte, representada em trajes típicos, visitam as casas dos festeiros. Os cortejos populares percorrem as ruas entoando cânticos até chegar à casa do imperador, que recebe as homenagens com uma dança peculiar.
Festas Populares	São João – O período junino é marcado por muitos sons, cores e sabores. É o tempo de celebrar todas as ricas manifestações culturais maranhenses, com destaque para o Bumba-Meu-Boi. Carnaval - Na folia, tomam conta das ruas,

	<p>Fofões, Tribos de Índios, Casinha da Roça, Tambor de Crioula, Blocos Tradicionais e também escolas de samba.</p> <p>Reggae - Gênero musical com origens jamaicanas, o reggae popularizou-se no Maranhão na década de 70, através dos programas de rádios caribenhas que eram ouvidas no Maranhão.</p>
--	---

Fonte: Secretaria de Estado da Cultura e do Turismo (Sectur)

São Luís tem, ainda, em sua cena cultural a presença das atividades desenvolvidas pelos terreiros de Candomblé, Umbanda, além de outras religiões afro-brasileiras em diversos locais da cidade, com festas ao longo do ano, seguindo programação do calendário.

2.4 ASPECTOS CULTURAIS DO TOCANTINS

O estado do Tocantins possui, também, uma cultura popular rica, cercada de manifestações seculares e com vasta programação durante todo o ano e em vários municípios. As principais atividades culturais são realizadas pelos festejos ligados às devoções, como o do Senhor do Bonfim, Nossa Senhora do Rosário, Divino Espírito Santo e de padroeiros locais. Também fazem parte desse aglomerado de manifestações, as folias, o cotidiano das quebradeiras de coco, dos povos indígenas, o artesanato em capim dourado, couro, madeira, cerâmica, entre outros.

O *Jornal do Tocantins*, objeto de estudo desta dissertação, está sediado na capital mais nova do Brasil, Palmas. A cidade tem sua fundação datada em 20 de maio de 1989, após a aprovação do projeto de lei para sua criação, com instalação realizada em 1º de janeiro de 1990. Com isso, a trajetória cultural de seu povo foi sendo construída juntamente com a sua configuração urbana. Por ter feito parte do Goiás, o território tocantinense buscou reforçar uma identidade cultural “não goiana”, com a apresentação de músicas, calendário e manifestações próprias da localidade. Segundo Oliveira (2012), é uma forma de reafirmar que a população do Tocantins é diferente do estado vizinho e não continuação de traços e aspectos sociais e, principalmente, culturais. Para Anjos (2015, p. 131):

Assim, foi utilizando de referências como a natureza e a cultura, que se formou o discurso autonomista, concomitantemente à formação de um ‘grupão’ político de nortenses. Ou seja, tudo corroborava na criação de um campo fértil, no qual fora semeado o girassol – que tal como a cidade de Palmas – surge do nada, não tem um elo histórico, geográfico nem ecológico com o Tocantins.

O girassol se tornou um dos principais símbolos da cidade, por ter sido amplamente cultivado nas ruas e praças e no imaginário da população, reforçado pelo governo da época, Siqueira Campos. A flor não resistiu às altas temperaturas, devido ao clima regional e ficou enraizada como referência para a capital.

Cada grupo político buscava deixar sua marca, através dos símbolos que marcariam as características locais. Com isso, a imagem dos girassóis começou a ser apagada para dar lugar ao capim dourado. De acordo com Anjos (2015), na paisagem urbana de Palmas, mesmo a principal praça se chamando Praça dos Girassóis, na maioria dos prédios públicos, era possível encontrar adereços de capim dourado, além do fortalecimento do artesanato e da divulgação dos adornos em programas de televisão e fabricação de bijuterias com o material. “Assim, o capim dourado torna-se um símbolo da identidade cultural tocantinense. Ou melhor, expusemos algumas ações que tangiam o girassol para o esquecimento e lançavam luz sobre o capim dourado” (ANJOS, 2015, p. 157).

O Jalapão é o lugar onde o capim dourado é fortemente cultivado. A região se desenvolveu pelo turismo e comercialização do artesanato local. Conforme Schmidt (apud ANJOS, 2015, p.167):

A partir de meados da década de 1990, o governo de Tocantins e prefeituras da região, especialmente a de Mateiros, *passaram a apoiar a divulgação do artesanato de capim dourado do Jalapão, por meio da exposição e venda em feiras regionais e nacionais de artesanato e em pontos comerciais em Palmas (TO), inclusive lojas estatais de divulgação de produtos do Tocantins.* (grifo do autor)

Quanto a outras manifestações culturais, além da simbologia dos girassóis e do capim dourado, são realizadas no interior a festa de Nossa Senhora do Rosário em Monte do Carmo, além da festa do Divino Espírito Santo, que também acontece em Natividade, Porto Nacional, Povoado Canela, Dianópolis, entre outras cidades. Os eventos religiosos são traços característicos do Tocantins.

Vale dizer que para compreender melhor quais aspectos culturais marcam sua história e seu povo, é importante destacar a criação do Calendário Cultural do Estado do Tocantins, criado⁴ pela Lei nº 1.525/2004 e regulamentado pelo Decreto nº 4.357 de 25 de julho de 2011. O arquivo serve como um instrumento de divulgação das manifestações culturais e tradicionais do Estado e apresenta os eventos realizados há pelo menos 10 (dez) anos

⁴ De acordo com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Turismo e Cultura do Tocantins, disponível em <http://seden.to.gov.br/desenvolvimento-da-cultura/calendario-cultural/> Acesso em 13 nov. 2017.

contínuos, ressaltando principalmente em que comunidade são realizados, sendo transmitido de geração a geração, com reconhecimento em nível estadual por parte do Governo do Estado; e a Agenda Cultural, com a divulgação de outros eventos culturais, desde que não estejam incluídos na outra modalidade do Calendário Cultural. Com base nesse calendário oficial, segue uma breve descrição das principais manifestações culturais no estado.

Tabela 2 – Apresentação das manifestações culturais no Tocantins

MANIFESTAÇÕES CULTURAIS	DESCRIÇÃO
Cavalhadas	Em Taguatinga, no sul do Tocantins, as Cavalhadas começaram em 1937, durante a festa de Nossa Senhora da Abadia, nos dias 12 e 13 de agosto. O ritual inicia com a bênção do sacerdote aos 24 cavaleiros; a entrega ao imperador das lanças usadas nos treinamentos para a batalha.
Congo ou Congadas	A congada é a representação da coroação do rei e da rainha eleitos pelos escravos e da chegada da embaixada. Na dança do congo só os homens participam, cantando músicas que lembram fatos históricos.
Festa de Nossa Senhora da Natividade	Festejada há quase três séculos, no dia 8 de setembro, no município de Natividade, e que motivaram a eleição desta como Padroeira do Tocantins, uma das mais antigas do estado, datada de 1759.
Festa do Divino Espírito Santo	Realizada de janeiro a julho, de acordo com as características de cada localidade, principalmente em Monte do Carmo e Natividade. As folias do Divino anunciam a presença do Espírito Santo. O grupo com 12 ou mais homens saem a cavalo pelas trilhas e estradas.
Festejos de Nossa Senhora do Rosário	Monte do Carmo foi fundada em 1746, em função das minas de ouro, localizada a 89 Km de Palmas. Realiza em julho uma festividade secular, que mistura fé e folclore, através de uma série de rituais que reúnem costumes religiosos dos brancos europeus e dos negros africanos. Um dos pontos altos é a caçada da rainha.
Folia de Reis	Os foliões têm o alferes como responsável pela condução da bandeira, que sai pelo sertão "tirando a folia", ou seja, cantando e colhendo donativos para a reza de Santos Reis, realizada sempre no dia 6 de janeiro.
Os Caretas	São homens que usam máscaras em couro, papel ou cabaça, com o objetivo de provocar medo nas pessoas. No município de Lizarda, participam da festa que acontece, tradicionalmente, durante a Semana Santa, na Sexta-Feira da Paixão.
Roda de São Gonçalo	Em Arraias, no sul do estado, a dança de São Gonçalo é chamada de roda, e sempre é feita em pagamento a uma promessa por mulheres em pares, vestidas de branco, com fitas

	vermelhas colocadas do ombro direito até a cintura. Nas mãos carregam arcos de madeira, enfeitados com flores de papel e iluminados com pavios feitos de cera de abelha. Também participam do ritual dois homens vestidos de branco com fitas vermelhas traspassadas.
Sússia e Jiquitaia	Também conhecida como súcia ou suça, a sússia é dançada no folclore de cidades como Paranã, Santa Rosa do Tocantins, Monte do Carmo, Natividade, Conceição do Tocantins, Peixe, Tocantinópolis. É caracterizada por músicas agitadas ao som de tambores e cuícas. Também é dançada ao som do tambor em outras manifestações populares, como em Natividade. A Jiquitaia é um passo da dança da Sússia. A catira também é uma dança local.

Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Turismo e Cultura do Tocantins

3 JORNALISMO CULTURAL: ESPAÇOS E TENDÊNCIAS

Neste capítulo serão discutidas as principais teorias do jornalismo cultural, com ênfase em Gadini (2008), que fez pesquisas sobre o modo como os jornais divulgam a cultura, sem destacar conteúdos críticos e de reflexão. Foram adotados, também, como referências os estudos de Frantjesco Ballerini (2015), Daniel Piza (2003) e Faro (2009), que tratam sobre a caracterização da atividade jornalística voltada para a divulgação do campo cultural. O espaço traz, ainda, as pesquisas acadêmicas com a temática nos dois estados, a partir de um mapeamento levantado na base de dados eletrônicos das universidades federais.

Em 1711, a revista *The Spectator*, lançada por Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1719), inicia a trajetória do jornalismo cultural, juntamente com a história da cidade de Londres. A publicação era voltada para a figura urbana, com abordagens sobre livros, óperas, costumes, teatro, festivais de música, entre outros assuntos. Uma sociedade preocupada com “com modas, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltado diante das mudanças no comportamento e na política” (PIZA, 2008, p.12). Era um momento em que o jornalismo abria as portas para valorização das artes e das ideias, com base nas transformações econômicas e sociais proporcionadas após o Renascimento na Europa.

Segundo Piza (2008), a revista *The Rambler* tinha conteúdo publicado por Samuel Johnson (1709-1784), também conhecido como dr. Johnson, sendo considerado o primeiro grande crítico cultural da humanidade e em meados do século XX, o jornalismo cultural no

Brasil é representado por análises de obras literárias importantes, bem como se transformou em um espaço para escritores mais críticos.

Nesse cenário, no jornal *Diário de São Paulo*, o poeta Mário de Andrade fez carreira ao escrever sobre música e literatura, além de pincelar alguma informação que destacasse as artes visuais e as crônicas da cidade, sempre em primeira pessoa e com abordagens sobre a vida artística. De acordo com Piza (2008), após Machado de Assis e José Veríssimo, os jornais e revistas brasileiras passaram a ter mais espaço para o crítico profissional e informativo, que além de analisar obras importantes, também refletia sobre a cena literária e cultural vigente na época.

Em 1928 surgiu a revista *O Cruzeiro*, uma das mais importantes do Brasil, mantendo-se em destaque por toda a década de 30 e também 40. A publicação tinha contos de autores como José Lins do Rego e Marques Rebelo, artigos de Vinícius de Moraes e Manuel Bandeira, ilustrações de Anita Malfatti e Di Cavalcanti, colunas de José Cândido de Carvalho e Rachel de Queiroz, entre outros nomes importantes.

A revista era uma das poucas que continha um jornalismo mais literário e essa raridade, segundo Piza (2008), é explicada pela influência da economia e do tardio amadurecimento do jornalismo cultural brasileiro. Ressalta-se que *O Cruzeiro* se tornou a mais importante publicação cultural brasileira, com uma linguagem acessível, reportagens investigativas, artigos, contos, humor e ilustrações. Contudo, com o passar dos anos as práticas jornalísticas foram mudando significativamente e ainda estão em processo de inovações diante das tecnologias que surgem a todo instante.

Diante dessas mudanças Piza (2008, p. 45) assinala que “A imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe”.

Nessa perspectiva, Barreto (2006) afirma que os cadernos culturais eram capazes de criar um vínculo afetivo com o leitor, que dialogavam com os colunistas, e as páginas representavam um espaço ousado esteticamente e com o uso de novos formatos da linguagem. As transformações ocorreram, principalmente, após a criação do Caderno B, do *Jornal do Brasil*.

Convidado por Odylo Costa Filho para reformular visualmente o jornal, no final dos anos 50, o artista plástico Amílcar de Castro não encontrou tarefa fácil. Entre outros obstáculos, precisava eliminar resistências em diversos setores do JB, dos mais elevados aos mais simples cargos deste veículo de comunicação, ainda apegado às antigas fórmulas de se fazer jornal. Para se ter uma ideia da dificuldade enfrentada

por Amílcar, somente dois anos depois, em 2 de junho de 1959, a nova primeira página, muito semelhante à atual, foi para as ruas (BARRETO, 2006, p. 66)

Com o passar dos anos as práticas jornalísticas foram mudando significativamente e ainda estão em processo de inovações diante das tecnologias que surgem a todo instante. Seja no momento de ascensão cultural de uma sociedade ou na sua ruptura, as práticas jornalísticas possibilitam entender o processo de construção da identidade cultural, por meio dos veículos de comunicação. Para Gadini (2008), ao desenvolver este setor jornalístico, é possível contemplar diferentes olhares em torno da produção, circulação e consumo da cultura pelo jornalismo e, também contribuir para uma formação profissional mais solidificada na área.

Essas várias e diferentes perspectivas em torno de um mesmo produto possibilitariam a elaboração de um mapa da produção jornalística da cultura e, ao mesmo tempo, uma caracterização de algumas das principais estratégias editoriais na tematização, agendamento e simultânea instituição das relações que formam o campo cultural do Brasil contemporâneo (GADINI, 2008, p. 34).

De acordo com Gadini (2008), as relações sociais são influenciadas pelo modo como são as cidades, os bairros ou as comunidades nas quais se desenvolvem. Logo, as feiras livres, bares, cafés, esquinas de bate-papo, dentre outros locais, também podem se tornar referências de diálogo e ação cultural, sendo utilizados como ferramentas que identifiquem os elementos para participarem da rotina produtiva dos jornais e se tornarem notícias.

Piza (2008) destaca que o advento da internet é um caminho para o jornalismo cultural, apesar de algumas revistas do segmento com sofisticação e intelectualidade tenham fracassado, além de inúmeros sites se dedicarem às discussões de livros, criação de fóruns e desenvolvimento de serviços que outros veículos de comunicação não oferecem, isso propiciado pelo espaço e interatividade.

O jornalista cultural anda se sentindo pequeno demais diante do gigantismo dos empreendimentos e dos “fenômenos” de audiência. As publicações se concentram mais e mais em repercutir o provável sucesso de massa de um lançamento e deixaram para o canto as tentativas de resistência – ou então as converteram também em “atrações” com ibope menor, mas seguro (PIZA, 2008, p. 31).

Os produtos culturais são ampliados pelo jornalismo, quando não há uma utilidade prática imediata, segundo Piza (2008). Nos dias de hoje, o jornalismo não tem conseguido muitas vezes avaliar de forma criteriosa uma produção cultural. O que se observa é a divulgação de cronograma de eventos. Mesmo sofrendo uma crise de identidade, o jornalismo pode recuperar um pouco sua capacidade seletiva dos fatos e manter seu poder de influência,

explorando em reportagens muito mais que apresentações de shows e festas, acompanhadas de colonismo social e agenda cultural. A esse respeito, Piza (2008, p. 51) avalia:

Lemos muito sobre discos, filmes, livros e outros produtos no momento de sua chegada ao mercado – e, cada vez mais, antes de sua chegada, havendo casos em que a obra é anunciada (e, pois qualificada) com diversos meses de antecedência. No entanto, raramente lemos sobre esses produtos depois que eles tiveram uma “carreira”, pequena que seja, e assim deixamos de refletir sobre o que significaram para o público de fato.

A arte é vista como mercadoria e os jornais apenas divulgam a informação, sem buscar ampliar a visão cultural do leitor, reproduzindo discursos já prontos, sem valorizar a produção cultural existente. Nesse âmbito, para Assis (2008), os jornais atuais não destacam um fato e não fazem discussões em torno dele. O que se vê são espaços destinados de forma quase exclusiva para conteúdos de entretenimento e que não promovem nenhum senso reflexivo do leitor. Nesse contexto,

Seria impossível negar que o trabalho desenvolvido por veículos de cultura deixou de ser o que era no início de sua história. É mais do que latente que, hoje, a produção de “serviço” é muito maior do que de conteúdos interpretativos, críticos e questionadores. E mesmo aqueles que conseguem se manter mais para o lado da reflexão, o faz num espaço tímido, com destaque para fotografias, artes gráficas e outros elementos “decorativos” (ASSIS, 2008, p. 185).

Dessa forma, os espaços voltados para a divulgação cultural são reservados para atender interesses comerciais, o que dificulta uma posição mais crítica do público consumidor das informações. Contudo, Gomes (2009) destaca que o jornalismo cultural é o ramo do jornalismo que tem por missão informar e opinar sobre a produção e a circulação de bens culturais na sociedade e servir como veículo para que parte desta produção chegue ao público desejado.

Uma das principais características do jornalismo cultural, atualmente, é o trabalho de divulgação feito pelos jornalistas da área, segundo Frantjesco Ballerini (2015), que tem como missão fazer a mediação entre a arte e o público, incluindo com antecedência as novidades sobre os produtos culturais, que costumam ser os lançamentos de filmes e livros, estreias de peças, novelas e outros. Nesse cenário, é inevitável citar que as transformações vivenciadas pelo jornalismo ao longo de sua trajetória, principalmente com a internet, refletiram significativamente no modo de produzir jornalismo cultural hoje em dia. Pois como avalia Ballerini (2015, p. 43):

Mas eis que a internet vem para “bagunçar” a comunicação humana em escala global. Se antes eram identificáveis os pontos de concentração midiática, hoje há uma abrupta fragmentação de discursos. A prática do jornalismo cultural ainda se dá pelas plataformas tradicionais, mas também é feita aos milhões no mundo, a cada segundo, em sites, blogues, portais e redes sociais, acentuando a formação de nichos cada vez mais específicos de audiência.

Essas mudanças, devido à internet, influenciaram bastante o desenvolvimento de novos caminhos para o jornalismo cultural. Além dos livros, jornais e revistas, há inúmeras plataformas digitais que incorporaram o conteúdo cultural com a oferta de várias ferramentas interativas que vão além do texto e fotos, usando recursos de vídeos, áudios e animações, o que acrescenta muitos detalhes e tornam as informações mais precisas e completas.

Com o advento das tecnologias e as transformações da sociedade, é perceptível que a editoria de cultura esteja bem próxima da indústria cultural, com a propagação de produtos e bens culturais. Desse modo, livros, filmes, peças teatrais, shows, músicas, danças são produzidos como mercadoria e passaram a ter um valor de troca no mercado, possibilitando serem expressamente divulgados e vendidos.

Para Assis (2008) os cadernos de cultura surgiram para reunir, num mesmo espaço, textos sobre as artes e pautas diversas que se relacionam com a cultura ou são vistos pela mídia como cultura, e dessa forma deveriam ser ocupados por críticas que envolvessem esses temas, enaltecendo os significados das manifestações artístico-culturais com representação para a sociedade. Porém, o jornalismo começou a ganhar novas formas e os conteúdos foram sendo preenchidos por outros assuntos. Logo,

A mídia impressa passou a reservar espaços diferenciados – muitas vezes, cadernos individuais – para pautas dessa natureza e, também, começou a dar destaque para assuntos populares, de forma não muito consistente. Essa, por assim dizer, “popularização” do jornalismo cultural – que transformou os “segundos cadernos” dos jornais diários e as revistas semanais e especializadas em produtos prioritariamente pautados por agendamento acabou por banalizar sua produção, desencadeando sérias discussões sobre sua legitimidade (ASSIS, 2008, p. 184).

Gadini (2009) analisou diversos suplementos culturais de alguns jornais brasileiros e constatou que o jornalismo cultural caminha para o entretenimento, com a abordagem para vários públicos. De acordo com ele, as editorias ou cadernos estão recheadas de horóscopo, palavras cruzadas, jogo dos sete erros, tiras, tarô, búzios, piadas, jogos, entre outras modalidades de diversão ou lazer que formam o espaço das variedades dos cadernos culturais dos diários brasileiros.

Nesse contexto, no jornalismo cultural, as matérias publicadas demonstram o perfil do profissional, a partir das escolhas do público para consumir tal informação, que, segundo Faro

(2009), é uma abordagem que permite sua caracterização como espaço determinado pelas demandas do mercado, do exercício intelectual e social estruturado pela linguagem.

A construção do discurso jornalístico, dessa forma, pode ser vista genericamente como um campo de abrangência que ultrapassa o aspecto informativo ou construtor da realidade: ele estrutura a percepção dos leitores, orienta suas apreensões, conduz pragmaticamente a localização de sua recepção no complexo de sentidos presente em cada pauta. E, se isso pode ser identificado como verdadeiro no plano geral das relações enunciador-enunciatário estabelecidas pela imprensa, é ainda mais palpável no território do jornalismo cultural, dada a sua incontornável aproximação com o universo de valores estético-conceituais ou ético-políticos presentes nas pautas das publicações do gênero (FARO, 2009, p. 58).

Para esse autor, o jornalismo cultural traduz a produção de notícias sobre os eventos de natureza artística e editorial pautados por seções, suplementos e revistas especializadas no segmento, com reflexões em torno das tendências da arte e do pensamento contemporâneo ainda fortes para a divulgação dessa área. Porém, Faro (2006) destaca que muitas informações são publicadas como cultura de forma superficial, o que marca a atividade jornalística dominada por interesses comerciais e que empobrecem a estrutura social da notícia, pressionada pela força das assessorias, relações de mercado e do poder da publicidade.

Faro (2006), afirma também que é improvável pensar neste segmento midiático ou jornalístico sem essa lógica relacionada à indústria cultural e que isso se dá pela potencialização da vinculação entre os ícones (como cinema, literatura, música, teatro, entre outros) e a espetacularização que exercem na mídia. Dessa forma, o público tem dificuldade em refletir sobre as publicações culturais.

Nesse sentido, a hipótese com a qual trabalhamos é a de que *o jornalismo cultural constitui-se em um território de práticas jornalísticas que tanto reiteram os signos, valores e procedimentos da cultura de massa quanto discursos que revelam tensões contra-hegemônicas características de conjunturas históricas específicas*. É essa dupla dimensão, mas em especial do papel que a segunda desenvolve no âmbito da primeira, que explicaria o jornalismo cultural como um gênero marcado por uma forte presença autoral, opinativa e analítica que extrapola a mera cobertura noticiosa, identificando-se com movimentos estético-conceituais e ideológicos que se situam fora do campo das atividades da imprensa (FARO, 2006, p. 149 – 150, grifo do autor).

O enfoque nesse tipo de jornalismo é definido pela narrativa, em que o gênero não é caracterizado pelo conteúdo pautado e sim pela aproximação com o estilo literário, segundo Faro (2006). Nessa lógica, o jornalismo cultural é definido assim pelo seu estilo, independente de ser uma reportagem ou crônica, notícia ou resenha, esporte ou política, em que prevalece a identificação dos significados encontrados nas suas origens literárias. Entretanto, “uma coisa é

o jornalismo como prática informativa e analítica dos fatos da cultura; outra, bem diferente, é o código com que os fatos (quaisquer que sejam eles) são narrados” (FARO, 2006, p. 151).

O autor ressalta ainda que não tem como apresentar todas as publicações da imprensa brasileira com elementos referentes ao jornalismo cultural, mas que há indicativos que os chamados “segundos cadernos”, seções especializadas, suplementos, e revistas específicas, principalmente as publicações nacionais, tornaram-se espaços formadores de opiniões de um público qualificado para interpretar e refletir a produção artística.

Nessa medida, o jornalismo cultural, para além de sua dimensão informativa e mercadológica, é também uma instância de categorias valorativas e históricas, negociadas entre os vários sujeitos que a produzem. A resenha, a crítica teatral, a crítica literária, a avaliação da filmografia estão permanentemente formulando um olhar que extrapola o âmbito específico do fato motivador da pauta e do texto e se estende sobre a própria tensão decorrente da avaliação jornalística – ou da avaliação produzida para sua inserção no produto (o suplemento, a seção, a revista especializada) (FARO, 2006, p. 158 – 159).

Logo, o entendimento das dimensões do jornalismo cultural requer uma ampla discussão que permite ampliar seus conceitos e atender às necessidades da prática profissional e aprofundamento da reflexão do público sobre sua natureza.

3.1 INFOTENIMENTO: ESTRATÉGIAS PARA ATRAIR O PÚBLICO

O jornalismo ocupa um espaço privilegiado para marcar presença no tempo livre e lazer das pessoas. Com o papel principal de informar, a mídia também vem ganhando destaque pela função de entreter o público, especialmente no jornalismo cultural, que possui um vasto campo na divulgação de diferentes manifestações.

E mesmo sendo mais conhecido por fazer coberturas que privilegie as artes e literaturas, o jornalismo cultural tem abordado uma pluralidade de temas que incluem diversos assuntos como a moda, comportamento, design, tecnologia, gastronomia, turismo, entre outros, e colocando o entretenimento em evidência nas diferentes abordagens. Nesse sentido, novas discussões acadêmicas e pesquisas apontam para a especialidade chamada de INFOtenimento, intitulada pela jornalista e escritora Fabia Angélica Dejavite em seu livro “INFOtenimento: Informação + entretenimento no jornalismo”.

Segundo a autora, o entretenimento pode ser visto como tudo aquilo que diverte, distrai e promove a recreação, além de ser algo que agrada alguém ou um grupo de pessoas com diversos pontos e expectativas. “Isso porque seu significado remete, na maioria das vezes, à anti-seriedade, à rejeição da moralidade, à política e à não-estética. Por isso não é considerado arte, mas apenas um divertimento” (DEJAVITE, 2006, p. 41).

Nessa lógica, o jornalismo cultural proporciona entretenimento para que as pessoas saiam um pouco do seu estágio real e se afastem, mesmo que por um curto período, das preocupações e tarefas rotineiras. Os primeiros conceitos e discussões sobre o termo INFOtenimento para definir o jornalismo que envolve informação e diversão surgiram a partir de 1980, mas só se destacaram no final da década de 90, sendo incorporados pelos pesquisadores e profissionais da comunicação, conforme Dejavite (2006). Em sua obra, ela destaca que as páginas de um jornal impresso são baseadas em um *layout* composto de elementos visuais para agradar os leitores, com imagens, ilustrações, cores, infográficos e demais itens que traduzem a intenção do que se quer informar. Sendo que,

Esses instrumentos cada vez mais são empregados. Todo jornal que queira se sustentar no concorrido mercado atual tem recorrido a esse processo, principalmente nos últimos dez anos, com o surgimento da internet (o mais novo concorrente). A chegada de tal meio trouxe um novo cenário para a mídia geral e, em especial, para os jornais diários impressos (DEJAVITE, 2006, p. 62).

Dessa forma, os textos jornalísticos podem além de informar, também entreter ou vice-versa. Nesse universo de temas divulgados, há também os de tecnologia, informática e games. Como aponta Ballerini (2015) ao mencionar que muitas colunas que surgem dedicadas ao entretenimento, apresentam notícias sobre as novas plataformas digitais, como aplicativos de jogos, games e sistemas operacionais e que invadem as seções culturais dos jornais impressos e, principalmente on-line. E ao lado desses assuntos, estão, também, o turismo e a gastronomia, que segundo o autor, são itens que espelham a cultura de um povo.

Porém, segundo Gadini (2009), essa reconfiguração midiática da divulgação da cultura não garante o acesso aos bens e serviços culturais, pois ela representa uma redução da cultura à perspectiva de lazer e entretenimento. A esse respeito, o autor enfatiza também que a conversão do jornalismo ao entretenimento não está relacionado à fusão de empresas do segmento, responsáveis pela contas de publicidades dos grandes veículos.

Nesse olhar, ele avalia que a cultura é traduzida em diversas expressões repletas de múltiplas facetas e que incluem, também, o entretenimento e que o problema é na centralização dessa abordagem, que muitas vezes apaga outras dimensões e impossibilita que se explore as manifestações culturais na comunicação. Gadini (2009) esclarece ainda que o público foi ampliado e isso proporcionou uma adesão e maior comercialização da informação nos dias atuais, mas é preciso ter cuidado para que os jornais não se tornem somente reprodutores do que estabelece a indústria cultural, devido às demandas do mercado. Esse

posicionamento é uma forma das empresas jornalísticas aumentarem suas tiragens, circulação e lucros.

O fato é que cada vez mais o fio condutor desses cadernos parece atender às exigências do *showbiz* cultural e, em muitos casos, na ausência de bases reais para identificar o leitor, os próprios editores acabam cedendo às pressões de agendamento e tematização das estratégias de *marketing* e divulgação de seus produtos. Resultado: sob o pretexto de “atender” a um público variado e eclético, os cadernos culturais de inúmeros diários – que se dizem voltados aos “formadores de opinião pública” ou preferencialmente às “classes A/B/C – acabam se tornando bons divulgadores da indústria cultural e guias de lazer e entretenimento (GADINI, 2009, p. 277 – 278).

O autor reforça que os cadernos de cultura dos jornais diários dedicam espaços para publicar sobre a vida dos artistas e de produtos que estão na mídia, o que fortalece a lógica do consumo, pois essa importância dada diminui os próprios assuntos tematizados.

Entretanto, Gadini (2009) afirma que sua visão não desqualifica a informação voltada para o entretenimento, e sim tem a intenção que as pessoas possam compreender que essa redução de conteúdo torna o leitor como simples consumidor e restringe as potencialidades criativas e de expressão que passam pelas produções no jornalismo e no campo da cultura. Chama ainda atenção para o fato de que esse olhar sobre a área também deve passar pelo cuidado dos profissionais que atuam na produção jornalística e que participam da construção ou enfraquecimento do jornalismo cultural nos diários impressos.

Na conjuntura atual, serviços, lazer e entretenimento marcam o território tão plural desses espaços no cotidiano das sociedades. E no ritmo acelerado que se vive hoje, as pessoas estão em busca de informações cada vez mais rápidas e de narrativas simples e de fácil compreensão. Ao mesmo instante, o público participa cada vez mais do que é veiculado e as empresas jornalísticas estão atentas a estas demandas para a produção das notícias.

Por isso, Dejavitte (2006), destaca que o jornalismo tem recebido várias denominações, como jornalismo diversional, que trata das histórias de interesse humano e perfis, dando ar de romance aos fatos e personagens; cultural, envolvendo os espaços dos jornais e revistas com assuntos que abordam cinema, arte, literatura, televisão e espetáculos; e de entretenimento, com temas variados como beleza, culinária, saúde, celebridades, entre outros. Contudo,

Entre eles, o jornalismo cultural parece ser o mais diferenciado, já que busca atingir um público elitizado, receptadores das classes A e B, com matérias bem elaboradas e sofisticadas. Porém, se observarmos atentamente o que se publica como tais conteúdos nos dias atuais, notaremos que esses conceitos acabam por expressar quase as mesmas significações, alcançando praticamente o mesmo público. Isso porque um leitor do caderno de política também está exposto ao caderno de turismo e cultura (DEJAVITTE, 2006, p. 71).

Nesse sentido, a fronteira entre o jornalismo e o entretenimento não está nítida e a sobreposição é inevitável atualmente, o que dificulta separar o significado de informar e entreter. Por isso, há um receio de que a notícia light, discutida pela autora, se sobreponha ao conteúdo jornalístico e mude o conceito que se entende por notícia.

3.2 A comunicação regional e a relação de proximidade

As transformações do jornalismo passam por contextos históricos, frutos da organização da sociedade, seja por questões geográficas de espaço, território, lugar e região, em que são colocados em diferentes papéis dentro da comunicação. Com isso, os registros são feitos para contemplar comunidades distintas, com a divulgação dos acontecimentos de cada localidade. Nesse entendimento, a comunicação regional assume a identidade de um determinado grupo social, com produção de notícias voltadas para comunidades específicas. Por isso, para Milton (2004, apud OLIVEIRA, 2012, p. 116), a “mídia regional empregará sempre esforços no sentido de reforçar as relações de proximidade e de pertencimento, disponíveis aos públicos habitantes em dada faixa territorial e também ao mercado ali operante”.

Porém, Oliveira (2012) acredita que as configurações de veículos de comunicação regionais, como empresas, delimitam a região de atuação, em que são inseridas as estratégias de produção e difusão de diversos conteúdos para atender, também, variados interesses. Isso porque, como assinala Oliveira (2012, p. 16):

A mídia faz parte de um conjunto de estratégias de controle do território, elo articulador e dinamizador dos mercados. Como base técnica e empresarial – qualidade necessária à gestão econômica e de processos de comunicação -, também cria e desenvolve estratégias para a sua legitimação e presença em dado território. Veículos de comunicação como parte dos sistemas de objetos (e também de ações), apresentam cargas diferentes de conteúdo técnico, de conteúdo informacional, de conteúdo comunicacional.

O autor esclarece que o exercício da comunicação regional no dia a dia é de coletar, tratar e publicar informações, sejam jornalísticas, publicitárias, de entretenimento, entre outras, para atender às necessidades dos públicos e aos indivíduos e grupos de interesse, principalmente político e econômico. Para ele, a mídia regional procura pensar os lugares e espaços onde originam cada cultura e, assim, se manifestar, a partir de suas identidades, características e necessidades.

Por isso, Sousa (2004) afirma que o conhecimento de quem recebe essas informações e os assuntos veiculados pela opinião pública local caracteriza uma imprensa que retrata a

região e as pessoas que nela habitam, pois cumpre as funções tradicionais da prática jornalística, o de informar, formar e entreter. Os vínculos entre os membros da comunidade são criados pela informação e sua utilidade. Por isso, segundo ele, são espaços simbólicos de grupos sociais que competem por poderes políticos e de influência local. Assim,

A comunicação social regional e local tem sempre por referente um território, um espaço físico, uma área geográfica. É aquela que se vincula à realidade regional e local, à vida quotidiana da comunidade onde se insere, à vida comercial dessa comunidade, à dinamização sociocultural comunitária. [...] pode-se dizer que a comunicação social local e regional é aquela que se estabelece numa comunidade de vizinhos, através de meios de comunicação que lhe são próximos (SOUSA, 2004, p. 86).

Consequentemente, com a comunicação regional, a população fica mais próxima dos acontecimentos e têm acesso às informações sobre o território em que vive, participando de forma direta ou indiretamente dos temas abordados e ampliando os espaços para discussão de seus interesses.

Ainda a respeito da comunicação regional, Pinto (2015) afirma que o conceito de mídia regional é utilizado de forma genérica por muitos estudiosos para explicar a mídia que não possui características suficientes para alcançar um patamar considerado de abrangência nacional e, assim, são vistas como “pequena imprensa” e subdividas para dar suporte como “local”, “comunitário” “do interior”.

Para a pesquisadora essa visão está ligada à proporção do mercado e a estrutura da organização ou qualidade especificamente técnica. Em sua tese, intitulada “Mídia regional brasileira: características dos subsistemas midiáticos das regiões Norte e Sul”, ela destaca que essas denominações não fortalecem a produção do jornalismo regional e não ampliam a problematização desses contextos. Por isso, ela apresenta duas perspectivas: uma assimétrica, que condiciona a mídia regional como um grupo homogêneo e sem diferenças, em relação àquelas observadas pela mídia nacional, e a outra com abordagem superlocal, que coloca a mídia regional de maneira particular e individual em cada cidade, estado ou região, incluindo estudos sobre jornalismo nessas localidades. Dessa forma, como explica Pinto (2015, p. 45):

O olhar relacional assimétrico e o superlocal justificam as mídias regionais por meio da diferença, porém cada abordagem construiu percursos próprios para ilustrar suas particularidades. Na perspectiva relacional assimétrica a diferença recebe um viés negativo e de inferioridade, já a superlocal supervaloriza e isola os contextos midiáticos regionais. Aqui se busca, portanto, trabalhar a mídia regional não como item separado, à parte, mas como um item agregador, integrante de um sistema midiático. A busca pelo reconhecimento da diversidade e heterogeneidade do regional acrescenta mais possibilidades de estudos e consequentes avanços nesse item ainda subvalorizado na pesquisa brasileira de mídia.

Mas, na avaliação de Pinto (2015), os dois modos ainda não são suficientes para acompanhar o movimento da mídia regional existente nos diferentes estados brasileiros, pois as particularidades de cada local devem ser respeitadas e servem como base para novas pesquisas.

A partir desses conceitos, é importante mencionar que as informações são exploradas de acordo com a estratégia editorial dos veículos de comunicação, e assim, a mídia, seja local ou regional giram em torno de benefícios pessoais e empresariais, sem priorizar, em muitas ocasiões, os princípios éticos e de responsabilidade social para a divulgação das notícias para a comunidade. Assim, “O local e o regional só podem ser compreendidos na relação de um com o outro [...]. Há elementos culturais, sociais, políticos e econômicos que se interconectam. Há elementos em comum, mas também aqueles que são distintos” (PERUZZO, 2003, p. 69).

Então, com base na autora, entende-se que o “jornalismo local” reflete o cotidiano, atende e valoriza a demanda local, trazendo os fatos de forma mais instantânea dos acontecimentos de uma determinada sociedade. Nesse sentido, a mídia se ocupa de assuntos mais gerais, que mostram temas sobre as vias públicas, tragédias, problemas e violência, política, serviços públicos, tráfico de drogas, culinária, entre outros, conforme Peruzzo (2006), e apresentam as dimensões de proximidade e familiaridade. Por isso, como demonstra a tabela a seguir, Peruzzo (2006) destaca que a mídia local abre espaço para assuntos locais em que a grande mídia não teria interesse; é vista apenas como um negócio comercial, com venda de anúncios; corresponde aos interesses políticos e econômicos de empresas e lideranças; explora os temas e questões específicas da localidade para obter mais lucro; atende às forças empresariais; amplia o controle dos cidadãos para beneficiar organizações; forte atuação de profissionais especializados; sistema é burocrático e tradicional; e os assuntos pertinentes são tratados pela grande mídia, com enfoque local ou regional.

Tabela 3- Principais características da mídia local

Características da Mídia Local
Conhecer assuntos locais
Interesse mercadológico
Interesse políticos
Mercado rentável
Interesses empresariais

Controle do cidadão
Comunicação contratada
Sistema burocrático
Conteúdos da grande mídia

Fonte: Peruzzo (2006, p.11)

Org.: Morais (2018)

A esse respeito, também é válido dizer que a valorização do local, nos dias atuais, é resultado, também do processo de globalização, pois os grandes meios de comunicação, que geralmente disponibilizam mais espaço aos assuntos de âmbito nacional, passaram a regionalizar tais divulgações. Como analisa Peruzzo (2006, p. 5):

Por que ocorre esse novo interesse pelo local? Justamente pela percepção de que as pessoas também se interessam pelo que está mais próximo ou pelo que mais diretamente afeta as suas vidas e não apenas pelos grandes temas da política, da economia e assim por diante. Elas curtem as benesses trazidas pela globalização, mas não vivem só do global, que em última instância é uma abstração. Elas buscam suas raízes e demonstram interesse em valorizar as “coisas” da comunidade, o patrimônio histórico cultural local e querem saber dos acontecimentos que ocorrem ao seu redor.

Logo, a autora aponta que a mídia local tem a comunicação produzida em informação de proximidade, por isso, essa delimitação territorial caracteriza as mídias locais e regionais. Nessa perspectiva, Camponez (2012) afirma que a proximidade é vista como item estratégico para a seleção dos critérios noticiosos e, também, como um produto mercadológico, para alcançar a fidelização dos diferentes públicos. Então, a proximidade não apresenta somente essa dimensão de território, relacionada ao espaço geográfico, e sim à identidade, história e cultura de um grupo social.

Para Camponez (2012, p. 36) a proximidade também está relacionada ao campo psicológico, com “as dimensões temporais, psicoafetivas, socioprofissionais e socioculturais”, envolvendo, de alguma forma, o dia a dia e os sentimentos das pessoas. E esses são aspectos que se aliam à representação da mídia regional e sua atuação.

3.3 ROTEIRO DE PESQUISAS SOBRE O JORNALISMO CULTURAL

Para compreender o cenário deste objeto de estudo, vale destacar algumas pesquisas realizadas com foco no jornalismo cultural nos meios impressos e assim entender as especificidades encontradas no Brasil e nos estados do Maranhão e Tocantins.

E no que se refere a essa produção, Sérgio Gadini tem um aporte de pesquisas sobre a área e visa observar e analisar diversos tipos de produtos e processos no jornalismo cultural.

Destaca-se também que em 2006, na edição de setembro/dezembro da revista *Fronteiras – estudos midiáticos*, volume III, o autor teve a publicação do artigo “Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais: principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros”. O texto é um recorte pontual de sua tese de doutorado, defendida na Unisinos/RS, em março de 2004.

Sua abordagem destacou as principais características, marcas e peculiaridades dos cadernos de cultura diários nos principais jornais do Brasil e revelou as áreas temáticas mais divulgadas. Ele pesquisou 20 jornais considerados de maior tiragem e influência nas regiões ou estados de circulação e abrangência, entre eles a *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Extra (RJ)*, *O Dia (RJ)*, *Diário de S. Paulo*, *AgoraSP*, *Correio Braziliense (DF)*, *Estado de Minas*, *Zero Hora (RS)*, *Gazeta do Povo (PR)*, *A Notícia (SC)*, *A Tarde (BA)*, *A Crítica (AM)*, *O Liberal (PA)*, *Diário do Nordeste (CE)*, *Jornal do Comércio (PE)*, *O Popular (GO)* e *A Gazeta (ES)*. De acordo com sua análise, a maioria veicula diariamente, pelo menos uma crítica cultural a cada edição. E em sua pesquisa, ele constatou que

Mais espaço à crítica cultural e aos articulistas é dedicado pelos jornais *Folha de S. Paulo* (em média duas críticas, além de dois articulistas), *O Estado de São Paulo* (que publica, em média, três críticas a cada edição) e *O Estado de Minas* (que publica, diariamente, duas críticas culturais e mantém dois articulistas por edição), além d’*O Globo* e do *Jornal do Brasil* que, eventualmente, publicam duas críticas culturais por edição diária (GADINI, 2006, 235, grifo do autor).

Segundo o estudo, os textos em forma de crítica, artigo ou análise oscilam entre 2 e 4 mil caracteres, com algumas ilustrações para proporcionar mais harmonia à página. A análise revelou também que os jornais do Rio de Janeiro e São Paulo ocupam seus espaços dos cadernos com a programação artístico-cultural, com a divulgação de serviços e atividades culturais locais, como espetáculos teatrais, shows, exposições, palestras, debates de interesse público, roteiro de bibliotecas e museus, entre outros assuntos relacionados ao campo cultural.

O professor também produziu a obra “Interesses Cruzados: A produção da cultura no jornalismo brasileiro”, que reuniu um estudo com 20 diários brasileiros, e apresenta a forma como o jornalismo participa do agendamento e da construção dos espaços para a cultura integrar e legitimar a própria realidade. Na obra, a cultura, nos jornais, é sinônimo de lazer e entretenimento.

E dentre suas pesquisas sobre a área, destacam-se ainda: *A cultura como notícia no jornalismo brasileiro* (2003); *A lógica do entretenimento no jornalismo cultural brasileiro* (2011); *Em busca de um conceito (possível) de jornalismo cultural* (2004); *Desafios de*

pesquisa em Jornalismo Cultural: estratégias metodológicas para compreender os processos editoriais no campo cultural (2010); Cadernos divulgam cultura del Paraguay (2009); entre outros.

Para contribuir com as discussões desta pesquisa em andamento, é importante citar ainda uma das obras clássicas sobre o assunto, o livro “Jornalismo Cultural”, do jornalista Daniel Piza, publicado em 2003. Nele, o autor apresenta informações históricas sobre a área e, principalmente, as transformações que a abordagem da cultura vem sofrendo no jornalismo nas últimas décadas.

[...] este livro propõe sim que o jornalismo cultural deva receber um tratamento diferenciado, mas recusa a noção de que seja fácil e simples. Há grandes questões para ele enfrentar. A maior delas, talvez, seja a infinidade de oposições, de polarizações, que o contamina a todo instante. Entretenimento *versus* erudição, nacional *versus* internacional, regional *versus* central, jornalista *versus* acadêmico, reportagem *versus* crítica – a lista poderia ir longe (PIZA, 2008, p. 8, grifo do autor).

O pesquisador também destaca a importância de escrever um bom texto crítico, reportagem e entrevistas voltadas ao campo cultural, que fortalece o segmento nos jornais diários.

Em 2007, em parceria com a editora Summus, o Itaú Cultural publica a obra “Rumos (do) Jornalismo Cultural”, com reflexões sobre a formação e contextos do jornalismo cultural, a economia da cultura no país e exterior, além das práticas profissionais. E em 2013, o Observatório Itaú Cultural apresentou pesquisa divulgada sobre as capas dos cadernos específicos dos principais impressos do país.

Já caminhando para a atualidade, uma das obras mais recentes é a do jornalista Frantjesco Ballerini, que em 2015 lançou o livro “Jornalismo cultural no século 21”. Sendo que as páginas contemplam a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática para consolidação do jornalismo cultural. Dentro dessa perspectiva, ele discute sobre áreas cobertas por este universo, como a literatura, artes visuais, teatro e cinema.

Com o breve mapeamento para situar os pesquisadores, notam-se que há dissertações e teses de jornalismo cultural que analisaram os jornais Folha de São Paulo; Zero Hora; Correio do Povo; Estado de São Paulo e veículos regionais de outros estados.

3.3.1 Trajetória maranhense: percurso em andamento

Para enriquecer a pesquisa, foram observados os registros presentes na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no repositório da Universidade Federal

do Maranhão (UFMA), para demonstrar investigações da área no estado, que se aproximam com o propósito desta. Durante o levantamento, foram escolhidas algumas palavras que se relacionam com o tema para direcionar a procura nestas plataformas. São elas: jornalismo cultural, cultura maranhense, diários regionais e cultura nos jornais. O mapeamento apontou diversos trabalhos, artigos e monografias, porém de áreas da Política, Letras, Geografia e demais segmentos das Ciências Sociais. Por isso, foi realizada leitura apenas das dissertações e teses que se aproximam da abordagem deste objeto.

É importante salientar, inicialmente, o livro “Jornalismo cultural: da memória ao conhecimento”, organizado pela professora Francisca Ester de Sá Marques, publicado pela editora da Universidade Federal do Maranhão, em 2005. A obra é composta por 16 textos dos alunos do I Curso de Especialização em Jornalismo Cultural da UFMA, em São Luís, que abordam Análise Crítica da Cultura Popular, Cultura e Memória e Produção do Jornalismo Cultural. A partir do mapeamento, o registro mais recente é a dissertação “A cultura nos diários maranhenses: uma análise editorial dos jornais O Estado do Maranhão, O Imparcial, Pequeno e O Progresso”, da pesquisadora Thays Assunção Reis, defendida em 2017, na Universidade Estadual de Ponta Grossa. Na qual ela analisa o campo cultural e constatou que são poucas referências no jornalismo cultural no estado voltadas para a pesquisa acadêmica. E na análise de Reis (2017, p. 22):

Das 40 dissertações e 13 teses de jornalismo cultural localizadas na BDTD, entre os anos de 2002 e 2016, nenhuma dedica-se ao estudo de produtos jornalísticos culturais maranhenses. [...]. Nas pesquisas identificadas, percebe-se ainda que o jornalismo cultural aparece, principalmente, como pano de fundo para identificar representações ou construções da cultura, identidade cultural ou até mesmo da cidade.

De acordo com Reis (2017), sua dissertação mostrou que o conteúdo de cada um dos diários analisados, é caracterizado pela presença do gênero informativo, composto por notícias e notas. A pesquisa observou, ainda, que os textos são curtos, sem fontes identificadas ou com poucas fontes que trazem seu olhar mais jornalístico. A cultura divulgada nos jornais mostra a realidade das cidades sedes dos veículos e longe da divulgação das tradições e manifestações populares, com forte veiculação da agenda de eventos e materiais das assessorias de imprensa.

Defendida em 2016, no programa de comunicação da PUC-RS, a tese “O Conciliador e o jornalismo maranhense no início do século XIX”, apresentada por Roseane Arcanjo Pinheiro, analisa as práticas comunicacionais desenvolvidas pelo jornal O Conciliador do Maranhão, em São Luís, entre abril de 1821 e julho de 1823. A pesquisa traz reflexões sobre o

campo cultural, com informações para compreender a fase histórica do estudo proposto e está associada à dissertação “Gênese da Imprensa no Maranhão nos séculos XIX e XX”, da mesma autora, defendida na UMESP, em 2007.

No mesmo ano, destaca-se a tese “As mediações no bumba meu boi do Maranhão: uma proposta metodológica de estudo das culturas populares”, da pesquisadora Letícia Cardoso, também da PUC-RS. O estudo apresenta elementos sobre o cenário cultural maranhense, com ênfase nas representações dos brincantes do bumba meu boi, na mediação da identidade local e consumo dos produtos culturais dos rituais. Com o levantamento observa-se a pouca presença de dissertações ou teses sobre o jornalismo cultural nos diários impressos do estado. As produções concentram-se em artigos sobre a construção e representação das manifestações culturais da capital São Luís, bem como temas que dialogam com as relações entre o campo cultural e político. Esses dados reforçam a importância desta pesquisa, devido aos poucos registros de investigações enquanto objeto ou problema de estudo na academia.

3.3.2 Eixo tocantinense: caminho a ser explorado

Seguindo a mesma linha do levantamento de estudos no Maranhão, foram analisados os registros presentes na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no repositório da Universidade Federal do Tocantins. Foram escolhidas algumas palavras específicas para facilitar a busca, como jornalismo cultural, cultura tocantinense, diários regionais e cultura no Tocantins. A intenção foi observar a quantidade de pesquisas sobre jornalismo cultural nos diários impressos local. A partir dessa etapa, percebeu-se que não houve nenhuma investigação sobre o tema específico no estado nessas duas plataformas. O que se tem sobre a área cultural reflete as manifestações da cultura em algumas cidades históricas, estudos de identidades e características de tradições religiosas.

A dissertação de Ana Carolina dos Anjos, defendida em 2015, pelo programa de mestrado em Ciências do Meio Ambiente da UFT, é intitulada “Do girassol ao capim dourado: a apropriação de elementos da natureza na construção de símbolos político-identitários no Estado do Tocantins”. O estudo apontou o processo de construção da cidade de Palmas e a invenção de sua identidade cultural oficial, entre os anos de 2003 a 2011, baseada pela política estadual. A análise foi contextualizada a partir da memória, discurso, imaginário e representação na mídia local, nos impressos *Jornal do Tocantins* e *O Girassol*.

Do mesmo programa, a dissertação “História, memória e religiosidade na festa do Divino Espírito Santo em Natividade – TO”, de Poliana Macedo de Sousa, descreve a

organização e os preparativos da comunidade para a festa do Divino Espírito Santo, no município de Natividade. Nesse trabalho, a pesquisadora fez observações, interagiu com os devotos e foliões, e relacionou a religiosidade, espaço e lugar com os conceitos de folkcomunicação e história oral. Esse estudo, que se transformou em livro, fez um resgate histórico das comemorações em Portugal e sua expansão pelo continente europeu e colônias portuguesas, repassadas até hoje a cada geração.

A tese “Religiosidade e devoção: As festas do divino e do rosário em Monte do Carmo e em Natividade – TO” de Noeci Carvalho Messias, do doutorado em História, da Universidade Federal de Goiás, Goiânia, defendida em 2010, apresenta as características de algumas manifestações religiosas do estado. O trabalho mostrou a força desses eventos e as contribuições para a construção e reconstrução das identidades locais e regionais, com práticas peculiares de cada cidade.

Em sua pesquisa, ela destaca a dissertação intitulada “A apropriação de uma tradição: um estudo sobre o festival de música folclórica de Santa Rosa do Tocantins / TO”, de Eliane Castro de Souza, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás-PUC/GO; além de alguns trabalhos do Campus Universitário de Porto Nacional (UNITINS/UFT), a nível de pós-graduação, como “A festa do Divino Espírito Santo na cidade de Porto Nacional – TO”, de Altina Ferreira dos Santos (2002), “O povoado Canela e os impactos culturais após a relocação para o Plano Diretor de Palmas – ARNE 64(508 Norte), de Antônio Miranda dos Santos (2006), entre outras pesquisas com abordagem voltada para os aspectos musicais e religiosos dos municípios tocantinenses.

Em 2013, do programa de pós-graduação em Comunicação, Cidadania e Cultura, da Universidade Federal de Goiás, a dissertação de Wendy Almeida de Araújo, analisou “Os ritmos tradicionais nos tambores do Tocantins: constituições identitárias e processos culturais”. O tema se apropriou de um projeto de música percussiva que reúne sùssia, catira, tambor, congo e roda, ritmos que são referência nas manifestações culturais do Estado. simbologias, representações, identidades dos grupos foram observados.

“As festas da cidade de Porto Nacional - TO: um olhar dos ativistas culturais”, de Thalyta de Cássia da Silva Feitosa, do programa de pós-graduação em Geografia, de 2017, traz algumas reflexões sobre o município histórico, com fortes traços religiosos e celebrações cívicas e profanas, que evidenciam o âmbito cultural da comunidade. Com estes dados, observa-se que as pesquisas no Tocantins norteiam temas que discutem, principalmente, as tradições religiosas e manifestações musicais e de danças da cultura de alguns municípios, entre outras abordagens.

4. GÊNEROS JORNALÍSTICOS: DA TRADIÇÃO À REINVENÇÃO

Neste capítulo será abordada a classificação dos gêneros jornalísticos, por Luiz Beltrão (1969), e reformulado por José Marques de Melo (2010). Para melhor compreender o objeto estudado, serão utilizados os novos critérios de classificação da Lia Seixas (2009), que destaca a divisão em gêneros discursivos jornalísticos e gêneros discursivos jornalísticos, a partir da ótica do sujeito enunciador quanto à organização jornalística.

Para a produção desta pesquisa, foi importante levar em consideração as atividades de seleção dos eventos e acontecimentos culturais como ponto de partida do leitor, bem como os critérios de noticiabilidade dos jornalistas que são de interesse público, inédito e relevante, das fontes e do tempo disponíveis nas rotinas produtivas observadas ao longo do processo. Pois, o exercício da prática jornalística vai muito além de uma simples coleta e reprodução dos fenômenos para se tornarem notícias.

De acordo com Alsina (2009), a produção da notícia é um complexo que se inicia com a “leitura” de um acontecimento, que ocorre na contextualização de um fato e que existe um sujeito observador que confere o sentido desse acontecimento. Para identificá-lo, são levados em consideração critérios de noticiabilidade que perpassam as características dos fatos, a atividade do jornalista, e depende ainda do veículo que deseja publicar a informação a partir de seu perfil editorial, além do posicionamento da concorrência. Então, há acontecimentos que existem para se transformarem em notícia e é responsabilidade do jornalista ter um olhar diferenciado para selecioná-los. Contudo,

Em alguns casos, a magnitude do acontecimento faz com que a pergunta, se é que chega a ser cogitada, seja absolutamente desnecessária; mas em outros casos, o jornalista vai se questionar quais os elementos do acontecimento podem se tornar notícia. Para isso, ele levará em conta, basicamente, se isso interessa aos leitores, se interessa aos seus chefes, e se for possível, de acordo com o material que possui, se essa notícia pode ser feita (ALSINA, 2009, p. 295).

Conforme Traquina (2005, p. 37), as notícias são vistas como um “bem altamente precíval”, valorizando assim a velocidade. Ele afirma que os membros da comunidade jornalística querem as notícias tão “quentes” quanto possível, de preferência “em primeira mão”, já que notícias “frias” são notícias “velhas”, que deixaram de serem notícias. Traquina ressalta ainda que o público acolhe esse profissional como membro para interagir com os diversos agentes sociais definindo os limites do que pode ser notícia. Para tratar sobre a

classificação das notícias, é preciso destacar o pioneirismo nos estudos sobre gêneros jornalísticos no Brasil.

4.1 CLASSIFICAÇÃO INICIAL

Na década de 60, desenvolvidos por Luiz Beltrão, as pesquisas iniciais estão na trilogia das obras: A imprensa informativa (1969), Jornalismo interpretativo (1976) e Jornalismo opinativo (1980). O autor propôs uma divisão a partir das funções em que os textos são apresentados ao leitor, com o intuito de informar, explicar e orientar sobre determinados assuntos publicados. De acordo com ele, a notícia, reportagem, história de interesse humano e a informação por imagem estão inseridos no gênero informativo.

Segundo Beltrão (1969), a notícia tem a função de suprir a necessidade de informação do público e deixá-lo abastecido sobre tudo que acontece a sua volta. Por isso, notícia é “a narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade de ocorrer, em qualquer campo de atividade e que, no julgamento do jornalista, interessam ou têm importância para o público a que se dirigem” (BELTRÃO, 1969, p. 82). Dessa forma, o pesquisador assinala que a entrevista trata-se de técnicas para produção de texto por meio de perguntas, a partir das provocações do jornalista e seu olhar mais descritivo na construção das questões. O autor afirma ainda que a notícia é fruto de uma entrevista e por isso elas têm uma forte relação.

Sobre reportagem, Beltrão (1969) entende que o gênero recebe uma atenção especial para divulgar um fato de interesse coletivo e de forma mais aprofundada e ampla da informação da notícia, com o máximo de detalhes sobre o que foi apurado. Nesse quesito, participam as fontes especializadas, personagens dos acontecimentos, testemunhas, representantes de instituições oficiais, entre outros protagonistas para compor o material a ser divulgado. A partir dessa conceituação, ele oferece a seguinte classificação dos gêneros jornalísticos:

Tabela 4- Gêneros jornalísticos classificados por Luiz Beltrão

Informativo	Interpretativo	Opinativo
<p>Notícia Reportagem História de interesse humano Informação pela Imagem</p>	<p>Reportagem em profundidade</p>	<p>Editorial Artigo Crônica Opinião ilustrada Opinião do leitor</p>

Fonte: Beltrão (1969)

Além desses gêneros informativos, Beltrão (1969) destacou a história de interesse humano, com a inclusão de histórias reais de vida nos conteúdos jornalísticos, o que resulta em mais proximidade e credibilidade à informação repassada. Inclui-se também a imagem, que ele classifica em desenho e caricatura, refere-se à diagramação, caricatura/charge, ilustração, história em quadrinhos, e fotografia, com fotos do cotidiano, planejadas e voltadas para o entretenimento.

Sobre o gênero interpretativo, o autor destaca a reportagem de profundidade, como “o objetivismo multiangular da atualidade apresentado pelos agentes da informação pública para que nós próprios, os receptores, o analisemos, joguemos e possamos agir com acerto” (BELTRÃO, 1976, p. 46). Logo, o conteúdo é composto por dados mais apurados do que o jornalismo informativo, de forma a ser contextualizado e apresentando detalhes mais aprofundados sobre o fato divulgado.

Quanto ao gênero opinativo, o autor destaca o editorial, artigo, crônica, opinião ilustrada e opinião do leitor, assim o julgamento das informações e a conclusão do assunto divulgado são de liberdade do consumidor da publicação. Nessa perspectiva,

O jornal tem o dever de exercitar a opinião: ela é que valoriza e engrandece a atividade profissional, pois, quando expressa com honestidade e dignidade, com a reta intenção de orientar o leitor, sem tergiversar ou violentar a sacralidade das ocorrências, se torna fator importante na opção da comunidade pelo mais seguro caminho à obtenção do bem-estar e da harmonia social (BELTRÃO, 1980, p. 89).

Depois da classificação de Beltrão, o pesquisador José Marques de Melo (2010) apresentou nova leitura sobre os gêneros jornalísticos, após estudos sobre o universo das publicações. Melo (2010) aponta os gêneros no jornalismo, classificados em informativo – aquele que descreve e relata os fatos de maneira objetiva; opinativo – o que expõe um ponto de vista sobre determinado fato; interpretativo – que além de informar, também interpreta a notícia; diversional – no qual se busca a distração do público; utilitário – o que é voltado para a prestação de serviço.

Ele também classifica os formatos em Informativo, que inclui nota; notícia; reportagem e entrevista; Opinativo, que corresponde ao editorial, comentário, artigo, resenha ou crítica, coluna, caricatura, carta e crônica; Interpretativo, o qual se refere à análise, perfil, enquete, cronologia e dossiê; Diversional, que apresenta história de interesse humano (narrativa que destaca personagens anônimos e humanizados) e história colorida (privilegia os acontecimentos em detalhes e que demonstram outras ações e fatos); além do Utilitário, relacionado ao indicador, cotação, roteiro e serviço. Com esta divisão, os gêneros jornalísticos

possuem estruturas que permeiam várias áreas e o conteúdo pode possuir mais de uma classificação, a partir do ponto de vista do fato, do jornalista e do receptor da mensagem, além da progressão dos acontecimentos.

Tabela 5- Formatos jornalísticos classificados por Melo (2010)

Informativo	Interpretativo	Opinativo	Diversional	Utilitário
Nota	Análise	Editorial	História de interesse humano	Indicador
Notícia	Perfil	Comentário		Cotação
Reportagem	Enquete,	Artigo	História colorida	Roteiro
Entrevista	Cronologia	Resenha ou crítica		Serviço
	Dossiê	Coluna		
		Caricatura		
		Carta		
		Crônica		

Fonte: Melo (2010)

Sobre o gênero interpretativo, inicialmente, Melo (2003, p. 29) afirma que o gênero representava uma “categoria carente de configuração estrutural, cuja expressão narrativa oscila entre o informativo e o opinativo (...) e que ainda não adquiriu fisionomia própria no lugar onde surgiu”. Partindo da classificação pioneira no Brasil, de Beltrão (1969), e da nova ótica de Melo (2010), Assis (2010), reforça que as propostas dos gêneros que conferem identidade ao jornalismo foram criadas com base em diferentes olhares. Dessa forma,

Já para Medina (2001), os gêneros jornalísticos são subdivididos em quatro grupos, que engloba o Informativo, aquele que apresenta relatos dos fatos de forma objetiva; Interpretativo, que além da informação, há a interpretação dos fatos; Opinativo, que expõe um ponto de vista dos fatos; e o Entretenimento, que busca informar com foco na distração. Para o autor, a classificação é resultado das necessidades e exigências dos leitores, além de seguir a organização e desenvolvimento das instituições jornalísticas.

É importante citar a contribuição de outros autores para as discussões sobre a classificação, tipos, formatos e gêneros do jornalismo, como Bakhtin (1986), Chaparro (2008), Cremilda Medina (1973), Mário Erbolato (2006), entre outros. Porém, para a composição do presente trabalho, foi utilizada como base a nova proposta de critérios para os gêneros a partir da tese da pesquisadora Lia Seixas (2009). Em seu estudo, as mídias inovam

os formatos, com a hibridização e reformulam os gêneros, o que coloca o conceito à prova, com a inclusão, permanência ou exclusão em sua classificação, além de se transformarem com a prática jornalística.

4.2. NOVOS CRITÉRIOS

Lia Seixas (2009), propõe uma reformulação nos gêneros jornalísticos, fundamentada no gênero discursivo e seus critérios de definição, pois é preciso levar em consideração o tipo de mídia em que é veiculado, como a televisão, jornal impresso, rádio ou digital. Quanto à informação e opinião, ela reforça que a classificação dos gêneros é resultado de alguns fenômenos a serem observados, como a concepção moderna do jornalismo, sendo atualmente mais hegemônica; a presença da tradição norte-americana nas empresas brasileiras; a noção opinativa na academia jornalística; a forte pressão do mercado empresarial, que precisa se reinventar para se manter diante da concorrência; da finalidade para definir os gêneros jornalísticos.

A autora afirma que além da divisão dos gêneros jornalísticos, há também a forma como o jornalismo é produzido nesses gêneros. “Informativo, interpretativo, de aprofundamento, investigativo, opinativo, diversional e de precisão seriam gêneros de jornalismo. Existiriam, assim, ‘jornalisms’” (SEIXAS, 2009, p. 156).

Em sua tese, ela sinaliza que os saberes utilizados na prática da organização jornalística partem do sujeito comunicante, a partir do seu cargo e isso indica o ato de linguagem que pode ser realizado e que demonstra a intenção da instituição. Para escolher o que é notícia, por exemplo, é necessário que reconhecê-la como tal, apesar de todo seu processo de apuração e objetivo de informar.

Conforme Seixas (2009), a instituição jornalística é, ao mesmo tempo, o único enunciador e locutor no editorial, por exemplo, independente do sujeito comunicante, pois este representa a própria instituição. Nesse aspecto, a autora revela que o único gênero discursivo jornalístico que pode ser considerado opinativo é o editorial. E autora ainda ressalta que

Um colunista político, que reconheceu o valor-notícia de uma dada ocorrência, apurou, contrapôs declarações no texto, decidiu o título e descobriu um dado desconhecido, não necessariamente realizará apenas opinativos, pelo contrário, realizará assertivos. No entanto, as conexões entre os objetos de realidade podem ter alto nível de interpretação. Isto porque entra em jogo também sua autoridade, por cargo e conhecimento (SEIXAS, 2009, p. 330).

Por isso, todas as composições na divulgação da informação têm a organização jornalística como sujeito anunciante. Para proporcionar uma diferenciação pelas competências, Seixas (2009, p. 332) sugere a divisão em gêneros discursivos jornalísticos e gêneros discursivos jornalísticos.

O primeiro tem como enunciador, no ato da troca comunicativa, a instituição jornalística; além da competência de sujeito comunicante; atende uma ou mais finalidades institucionais; além de apresentar uma lógica enunciativa formada pelo compromisso de adequação do enunciado à realidade, fundamentado em tópicos jornalísticos (Ver tabela 6).

O segundo é baseado numa instituição jornalística que não faz parte da dimensão do enunciador; nele a competência empregada não pertence a nenhum sujeito comunicante da organização jornalística, e sim a outra formação discursiva; bem como a lógica enunciativa não atua, exclusivamente, como objetos de acordo, podendo ser construída a partir da adequação do enunciado à realidade. O quadro a seguir demonstra a sugestão da pesquisadora que será usada para a análise desta dissertação:

Tabela 6- Divisão dos gêneros discursivos por Seixas (2009)

Gêneros Discursivos Jornalísticos	Gêneros Discursivos Jornalísticos
Notícia	Artigo
Nota	Crônica (brasileira)
Reportagem	Carta
Entrevista	Fórum
Infográfico	Caricatura
Editorial	Boletim de agência (francês)
Coluna	Tribuna livre (francesa)
Comentário	Les Bonnes Feuilles (francesa)
Análise (francesa)	
Crônica (espanhola)	
Síntese (francesa)	
Perfil (francês)	
Revista de Imprensa (francesa)	
Chat	

Fonte: Lia Seixas (2009, p. 333)

Com essa configuração, a autora buscou identificar quando a instituição jornalística é o enunciador, já que essa relação representa o objetivo da organização, além de definir as competências geradas por sujeitos comunicantes que fazem parte da instituição, colocando em discussão os formatos dos gêneros para classificar a prática discursiva. Nessa perspectiva, Seixas (2009), esclarece que a mídia é a primeira que define os critérios para a classificação dos gêneros em relação às outras mídias.

5 CAMINHOS DA PESQUISA

Neste capítulo 4 será apresentado o percurso metodológico, que adotou o método de análise de conteúdo com base em Bardin (2011), a partir do levantamento quantitativo do material cultural jornalístico e tratamento dos dados da coleta para análise. Por isso, foi construído um modelo de análise com o uso de categorias, em que foram criadas unidades de registro para compreender a tipologia identificada nos jornais, que serviu para investigar os temas divulgados.

Para o estudo, foi analisado o conteúdo da editoria de cultura do *Jornal do Tocantins* e do *O Estado do Maranhão*, seguindo as etapas propostas por Bardin (2011): 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Ressalta-se que também foram adotadas as técnicas da pesquisa de campo documental.

Para compreender os espaços de cultura que permeiam a editoria dos jornais, o corpus foi composto pelas edições correspondentes aos três meses de cada periódico, no Caderno Alternativo, do *O Estado do Maranhão*, e na editoria Magazine, do *Jornal do Tocantins*. Os dois impressos foram observados e analisados do dia 1º de março a 31 de maio de 2017. Isso porque de acordo com Gadini (2008, p. 10), “a escolha de um determinado período (mês, semana, dias ou horário, dependendo do produto/serviço) pode influenciar diretamente na caracterização do estudo”. Assim, para a pesquisa, o recorte iniciou em datas que não possuem destaques de eventos festivos, presentes no calendário cultural nas capitais, e segue com a aproximação de agendamento midiático com a realização de eventos tradicionais que marcam cada lugar. Dessa forma, o corpus da análise demonstra o comportamento dos jornais quanto à publicação das notícias sobre a cultura nos estados, em diferentes situações sociais.

As edições impressas observadas foram analisadas, nas versões on line, a partir da assinatura paga para o acesso da pesquisa. O armazenamento de forma digital possibilitou desenvolver o estudo pela disposição contínua dos conteúdos, no período proposto.

Com o objetivo de compreender os espaços voltados para a cultura, o presente trabalho usou do recurso da análise documental, método que serve de base ou apoio para a construção da pesquisa científica em diversas áreas. Pois, “a análise documental, muito mais que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, som e imagens, funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos” (MOREIRA, 2006, p. 276). Para pesquisas em comunicação, a técnica é usada como um resgate histórico com a utilização dos acervos impressos, como jornais, revistas, almanaques, catálogos, entre outros, além de

documentos oficiais, técnicos e pessoais. Por meio dessa análise, a intenção foi compreender a formação das publicações de cultura dos jornais pesquisados.

De acordo com Bardin (2011), a análise documental busca atingir o armazenamento por uma forma variável e facilitar o acesso ao pesquisador, para que ele tenha o máximo de informações no aspecto quantitativo e qualitativo, servindo como fase preliminar para constituir um banco de dados.

Com o propósito de identificar os principais temas ligados à cultura veiculados nos jornais, com a análise de conteúdo (AC), foram apontadas categorias com base nas palavras ou frases do texto que se repetem, o que resultou nas expressões culturais que as representam. Esse método é usado para analisar um grande volume de informações e que pode ser reduzido em categorias, a partir de elementos que possibilitam construir uma interpretação sobre o corpus pesquisado.

Os pesquisadores que utilizam a análise de conteúdo são como detetives em busca de pistas que desvendem os significados aparentes e/ou implícitos dos signos e das narrativas jornalísticas, expondo tendências, conflitos, interesses, ambiguidades ou ideologias presentes nos materiais examinados (HERSCOVITZ, 2007, p.127).

Para Bardin (2011), a análise de conteúdo é um método de caráter empírico, em que é preciso definir o campo de estudo para compreender “quem fala” e o que se pretende comunicar. O pesquisador é visto como um arqueólogo, na busca por vestígios, que são os documentos a serem desvendados e usa técnicas da etnografia para interpretar as mensagens, tornando-se ainda um detetive, em que analisa minuciosamente os procedimentos para descrever o conteúdo analisado.

Na fase de organização conhecida também como pré-análise, foi feita uma leitura inicial do objeto, assim como a escolha dos documentos que seriam analisados, a formulação das hipóteses e dos objetivos, bem como a elaboração de indicadores que fundamentaram a interpretação final. Esse momento correspondeu a um período de intuições, mas que buscava operacionalizar e sistematizar o que foi proposto inicialmente. Conforme Bardin (2011), a pré-análise é composta por atividades não estruturadas para possibilitar a escolha dos documentos que fornecem as informações necessárias sobre o problema levantado.

A primeira atividade consiste em estabelecer contato com os documentos a analisar e em conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações. Esta fase é chamada de leitura flutuante, por analogia com a atitude do psicanalista. Pouco a pouco, a leitura vai-se tornando mais precisa, em função de hipóteses emergentes, da projeção de teorias adaptadas sobre o material e da possível aplicação de técnicas utilizadas sobre materiais análogos (BARDIN, 2011, p. 126).

Antes de iniciar a análise, o material foi organizado e colocado à disposição para o estudo. Esse foi o momento para administrar as decisões tomadas na fase anterior e assim os resultados foram tratados e passaram a ter maior validade e rigor, após interpretados e analisados. “O analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos – ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas” (BARDIN, 2011, p. 131).

Depois de realizar uma leitura prévia do material e organizar o que seria analisado, as informações foram expostas por meio de categorias. De acordo com Bardin (2011), a categorização possui alguns critérios, como o semântico (divididos por temas), o sintático (verbos e adjetivos), o léxico (classificação de palavras pelo sentido) e expressivo (perturbações da linguagem). Por isso, fazer a classificação de elementos por categorias é uma forma de investigar o que cada um tem em comum com o outro e isso permite o agrupamento entre eles.

A partir do momento em que a análise de conteúdo decide codificar o seu material, deve produzir um sistema de categorias. A categorização tem como primeiro objetivo (da mesma maneira que a análise documental) fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos (BARDIN, 2011, p. 148 – 149).

Nesse percurso, as técnicas metodológicas propostas possibilitaram um mapeamento no sentido de entender e contribuir para a construção de um campo que possa contemplar o jornalismo cultural praticado a partir de suas peculiaridades. Para a análise dos textos da amostra, foi criada uma tabela com dados básicos de data, tema, gênero, destaque na capa, abrangência e espaços, onde as informações sobre cultura eram publicadas, além das páginas específicas. Os resultados da pesquisa foram obtidos por meio do estudo dos jornais e a coleta possibilitou a análise de conteúdo, com a categorização dos dados observados. E os gráficos foram elaborados a partir dos números obtidos e auxiliaram na compreensão do objeto pesquisado.

A partir do momento em que a análise de conteúdo decide codificar o seu material, deve produzir um sistema de categorias. A categorização tem como primeiro objeto (da mesma maneira que a análise documental) fornecer, por condensação, uma representação, simplificada dos dados brutos (BARDIN, 2011, p. 149).

Com a interpretação da análise foi possível compreender os impressos e os desdobramentos que norteiam a cultura do *Jornal do Tocantins* e do *Jornal O Estado do Maranhão*.

5.1 CATEGORIZAÇÃO

Para desenvolver o caminho metodológico, com propósito de atingir o principal objetivo da pesquisa, foi produzido um levantamento quantitativo do produto cultural jornalístico dos periódicos observados, com a intenção de responder ao questionamento inicial do estudo. Isso foi possível graças a elaboração das categorias pré-estabelecidas nos códigos e categorias escolhidas (APÊNDICE A), que possibilitou um olhar mais apurado sobre a pesquisa. Os espaços específicos destinados à cultura foram observados, com exceção de colunas ou espaços de serviços fixos nos dois jornais e que permanecem sem alterações ao longo do período avaliado, como resumo de novelas, horóscopo, e programação de televisão e cinema, assim como os suplementos com circulação somente aos finais de semana não fizeram parte do estudo. Para a análise de conteúdo foram utilizadas as seguintes categorias:

a) Tema

Nesta categoria foram dispostos temas referentes às publicações de cultura encontradas nos jornais. A lista possibilita analisar os principais tipos de assuntos que são veiculados nos jornais, como parte integrante do campo cultural divulgado. Para compreender de que cultura está se pretendendo falar foram criados os temas de música, teatro e dança, artes visuais, literatura, cinema, patrimônios históricos, manifestações culturais, televisão, colonismo social, esportes, comportamento /moda ou entretenimento/ agenda cultural, religião e outros tipos de temas. Com a abordagem foi possível compreender a composição dos espaços de cultura e a divulgação de determinados assuntos.

b) Destaque na Capa

Para observar se as notícias sobre cultura possuem destaque na capa dos jornais, foi criada a categoria para analisar se na página inicial têm manchete, chamada e a presença de fotos na edição do dia. A capa reflete os objetivos dos impressos e a maneira como se posicionam diante do cenário social, político e cultural, expondo os assuntos considerados mais importantes pelos editores.

c) Abrangência

A produção das notícias segue uma delimitação territorial que se relaciona com a proximidade dos fatos com a comunidade, pois, geralmente, os veículos buscam informação sobre assuntos que fazem parte do cotidiano dos leitores. Para compreender a abrangência dessas temáticas, foram criadas as categorias local, regional, estadual, nacional e

internacional. Nessa distribuição foi levada em consideração a origem da publicação quanto à localidade a que se refere e seus personagens. Essa classificação é importante pela relação que o jornalismo tem com os públicos específicos de cada localidade a partir da percepção do jornal quanto à publicação divulgada.

d) Gêneros

Com o propósito de analisar as informações dos jornais a partir de uma visão menos tradicional, utiliza-se nesta categoria a classificação dos novos gêneros jornalísticos pela perspectiva da Lia Seixas (2009). A pesquisadora propõe que as composições sejam diferenciadas quando a organização jornalística é o sujeito enunciador. Por meio das competências, ela sugere a divisão em gêneros discursivos jornalísticos, em que o enunciador é a instituição jornalística, e agrega a notícia, nota, reportagem, entrevista, infográfico, editorial, coluna, comentário, análise (francesa), crônica (espanhola), síntese (francesa), perfil (francês), revista de imprensa (francesa) e chat; e em gêneros discursivos jornalísticos, onde a instituição jornalística não faz parte da dimensão do enunciador e sim de outra formação discursiva, por meio de artigo, crônica (brasileira), carta, fórum, caricatura, boletim de agência (francês), tribuna livre (francesa) e Les Bonnes Feuilles (francesa).

e) Espaços onde são publicados

Para identificar o local em que as informações sobre cultura são veiculadas, além do caderno ou editoria específicos, foi criada a categoria espaços. Dessa forma, compreende-se onde estão publicadas as informações culturais nos dois jornais e se ocupam espaços diferentes dos seus de origem.

6 ANÁLISE DOS JORNAIS

Este capítulo apresenta os dados quantitativos analisados nos meses de março, abril e maio de 2017, que reuniu um total de 157 edições dos jornais pesquisados: *Jornal do Tocantins* e *Jornal O Estado do Maranhão*. Com isso, as discussões giram em torno de como a cultura é tematizada, a abrangência da informação, gêneros jornalísticos, destaques nas capas e os espaços onde foram encontradas a produção cultural nos periódicos. Além disso, são abordadas as principais características históricas dos jornais, assim como informações acerca de sua publicação voltada para a divulgação da cultura regional. A análise é demonstrada por gráficos que revela os números obtidos com a categorização dos elementos da pesquisa.

6.1 JORNAL DO TOCANTINS

O *Jornal do Tocantins* surgiu em 18 de maio de 1979, na cidade de Araguaína, em formato tabloide como uma produção da Organização Jaime Câmara, composta por emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo, além de rádios, sites e outros impressos. As primeiras edições eram quinzenais. No ano seguinte, o JTO era distribuído gratuitamente em órgãos públicos, mas, devido às mudanças na política de editorial, o periódico começou a ser comercializado por meio de assinaturas, em bancas de revistas, e passou a circular semanalmente.

Somente em 1991, os leitores passaram a ter acesso ao jornal duas vezes por semana, e em 1998, a equipe que produzia o jornal foi transferida para a capital do estado, Palmas, o que possibilitou produzir o jornal para ser distribuído de terça a domingo. Nessa época, o JTO era editado em Palmas e impresso em Goiânia, o que causava certas dificuldades para a edição e circulação. Por isso, em 2002, o jornal passou a ser impresso na capital tocantinense e, em 2005, o Parque Gráfico da Organização Jaime Câmara, em Palmas, foi responsável pela impressão.

Atualmente, é o maior jornal impresso do estado, em páginas, tiragem e edições, com circulação de terça a domingo. É composto pelas editorias de Política, Economia e Mundo incluídas no tema Notícias, enquanto segurança pública, transporte, saúde, educação, meio ambiente e urbanismo fazem parte do tema Vida Urbana. Com a última mudança no projeto gráfico em agosto de 2016, o espaço relacionado à cultura e comportamento foi o que mais sofreu alterações, conhecido como Arte & Vida, passou a se chamar Magazine, que engloba

mais temas como saúde, qualidade de vida, comportamento, gastronomia, turismo, saúde, bem-estar, seguindo padrão da matriz em Goiânia.

6.1.1 A padronização da Magazine

No *Jornal do Tocantins*, o espaço destinado para divulgação da cultura se chamava “2” (dois) e teve sua primeira edição em 1992 (conforme figura 1). O caderno composto de seis páginas possuía o projeto gráfico no formato *standard*⁵, com uma ou duas matéria(s) na capa, notas, matérias, box sobre eventos ou filmes, seções com o horóscopo, passatempo (palavra-cruzada) e quadrinhos, bem como informações sobre literatura, teatro, música, entre outros.

Figura 1 – Capa do Caderno 2



Fonte: Jornal do Tocantins (1997)

Com a primeira mudança gráfica, quase 20 anos depois da fundação do jornal, o caderno passa a ser conhecido como *Arte & Vida 2* e inicia sua trajetória em 1998, com espaços fixos para a agenda cultural e colunismo social no espaço denominado BIP. Dois anos depois o número é retirado e o nome fica apenas *Arte & Vida*, permanecendo com quatro páginas. De 2001 a 2015 apenas a logomarca passou por algumas transformações de cor,

⁵ A medida *standard* é largamente utilizada pelos jornais de maior circulação nacional. Sua mancha gráfica mede, em geral, 52,5 x 29,7 centímetros. Sua área total é de 56 x 32 cm.

tamanho e fonte. O Arte & Vida mantinha espaços para reportagens e textos de cunho regional, em que valorizava a cultura local, com informações sobre diversidade artística de Palmas e das demais cidades do estado, divulgação de espetáculos teatrais, musicais e manifestações culturais variadas, além da ênfase nas artes plásticas, literatura e poesia.

Figura 2 – Última capa da editoria Arte & Vida



Fonte: Jornal do Tocantins (2016)

Em janeiro de 2016, o caderno se torna uma editoria com apenas duas páginas e os espaços ficam bastante reduzidos, permanecendo assim até agosto do mesmo ano, quando o jornal reformula novamente o projeto gráfico. O tamanho foi alterado para o *berliner*⁶ e o nome da editoria de Arte & Vida passou a se chamar Magazine, o mesmo do jornal O Popular (em Goiânia-GO), que faz parte do grupo empresarial do *Jornal do Tocantins*.

⁶ Também conhecida como Berliner ou midi, é um formato usado em vários diários europeus com páginas que normalmente medem 470 × 315 milímetros, ou seja, ligeiramente maior do que o formato tabloide/compacto.

Figura 3 – Primeira capa da nova editoria Magazine



Fonte: Jornal do Tocantins (2016)

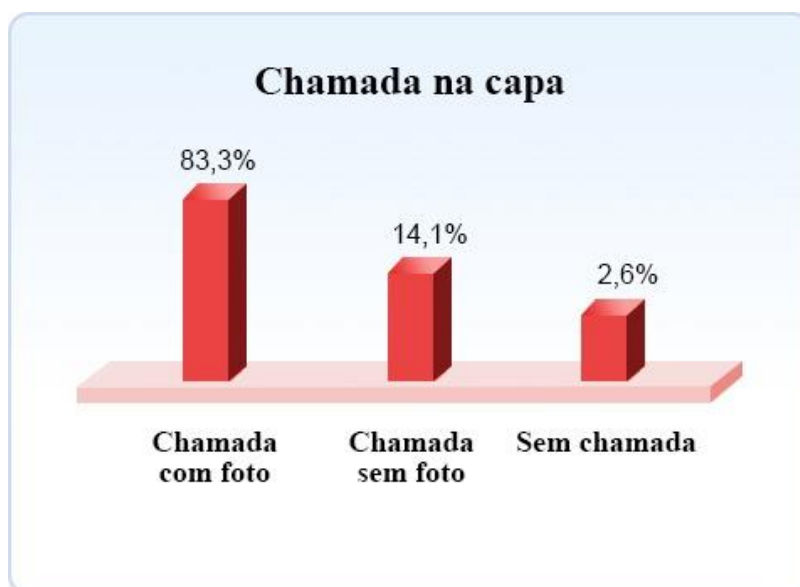
Nesse novo formato, os espaços são divididos em três páginas, com uma reportagem especial na capa e, na parte interna, com textos e notas diversas, a presença da coluna social BIP, além da seção Horizonte, que retrata a vida da sociedade palmense em aniversários, casamentos, viagens, formaturas, inauguração de empreendimentos e demais assuntos. Há também a página voltada para o horóscopo, resumo de novelas, passatempo, charge, quadrinhos e a coluna Crônicas e Causos (veiculada somente na terça-feira, quando a editoria excepcionalmente tem quatro páginas). Também presente a coluna Lazer e CIA, com roteiros e agenda cultural, responsável pela divulgação de eventos em notas curtas com programação de shows e festas na cidade e região.

6.1.2 A cultura nas entrelinhas do colonismo social

Do dia 1º de março a 31 de maio de 2017 foram levantadas 78 edições da editoria Magazine. Na capa do *Jornal do Tocantins*, diariamente são publicados destaques que compõe a manchete das páginas de cultura do impresso. Com o levantamento, foram observadas 65 chamadas com foto (83,3%); 11 sem foto (14,1%) e 2 sem chamada (2,6%). O

gráfico a seguir demonstra que o JTO valoriza a divulgação principal de sua editoria, por meio de uma publicação na capa.

Gráfico 1 – Destaques da cultura nas capas do JTO



Fonte: O autor (2018)

Os destaques nas capas dos jornais demonstram as escolhas dos editores sobre o que é considerado mais importante no dia, com fotos, notas, ilustrações, elementos intertextuais e de publicidade. No JTO, as chamadas do espaço de cultura destacam, principalmente, informações locais e nacionais, com ênfase na divulgação de shows musicais, programas de televisão, celebridades e estreia de filmes.

Para compreender sobre quais assuntos o jornal tematiza nesse espaço, a pesquisa categorizou os temas que abrangem vários aspectos culturais e abordagens relacionadas, com 577 ocorrências analisadas. Os destaques foram 74 sobre música (12,8%), com exemplos de títulos como “Capital da Fé reúne multidão” (edição de 02/03/2017), “Tocantins Sertanejo” (edição de 03/03/2017), “Festival de Metal reúne bandas regionais” (edição de 08/04/2017), “Fundação Cultural apresenta espetáculos musicais e eruditos” (edição de 25/04/2017), “Semana da Cultura em Porto Nacional” (edição 16/05/2017), entre outros.

Em seguida, 44 sobre teatro e dança (7,6%); 34 literatura (5,9%) e 38 artes visuais (6,6%), com divulgação de espetáculos, festivais, exposições de obras, cursos, oficinas, eventos, apresentações no interior do estado e mostras. Além disso, houve 72 registros de televisão (12,5%), com detalhes sobre a vida de celebridades, novelas e programas; 99 cinema

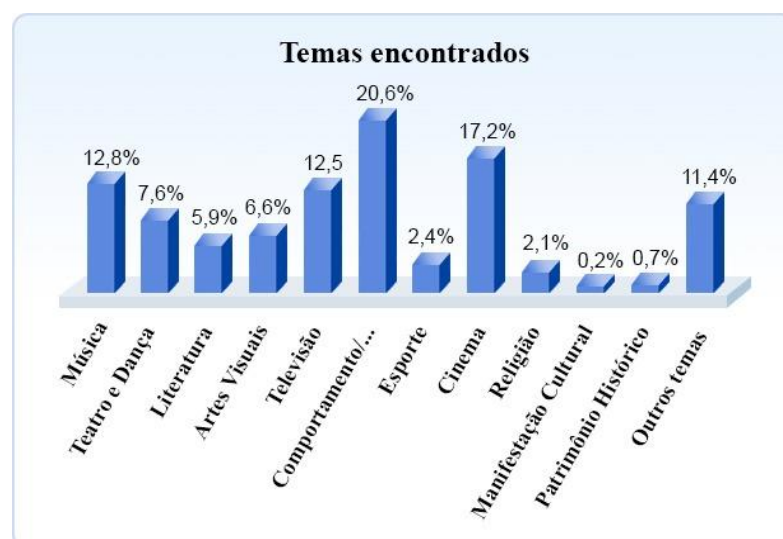
(17,2%), sobre estreia de filmes, bastidores da telona e exibição de documentários; e 12 religião (2,1%).

Figura 4 – Página 2 da editoria Magazine



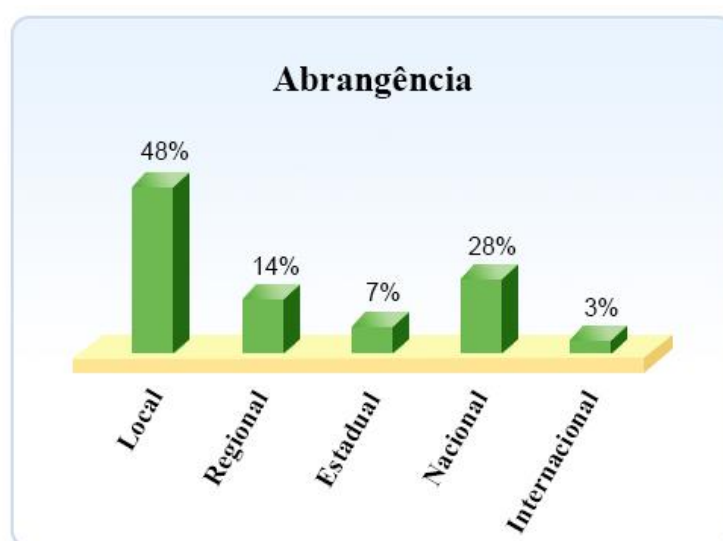
Fonte: Jornal do Tocantins (2017)

Na coleta de dados, tem a ocorrência de uma reportagem que se relaciona com uma manifestação cultural (0,2%). Com o título “Tradição preservada” (edição de 09/04/2017), o texto apresenta a manutenção das aldeias Karajá da Ilha do Bananal, com destaque para sua principal festa, a “Hetohoky”, ritual que celebra a passagem dos jovens para a vida adulta naquela etnia indígena. A festa fortalece os laços culturais e as tradições dos indígenas, povos importantes na construção histórica do Tocantins. Na editoria, também houve quatro informações sobre patrimônio histórico (0,7%), com exemplos em “Edital premia ações de proteção aos bens culturais” (edição de 23/05/2017) e “Casa de Patrimônio” (edição de 11/03/2017), com a reforma da Casa Abrigo João XXIII, em Porto Nacional. Outros 66 temas (11,4%) foram mapeados e abordaram assuntos sobre meio ambiente, tecnologia, agronegócio, turismo e mundo animal.

Gráfico 2 – Temáticas das informações relacionados à editoria de cultura

Fonte: O autor (2018)

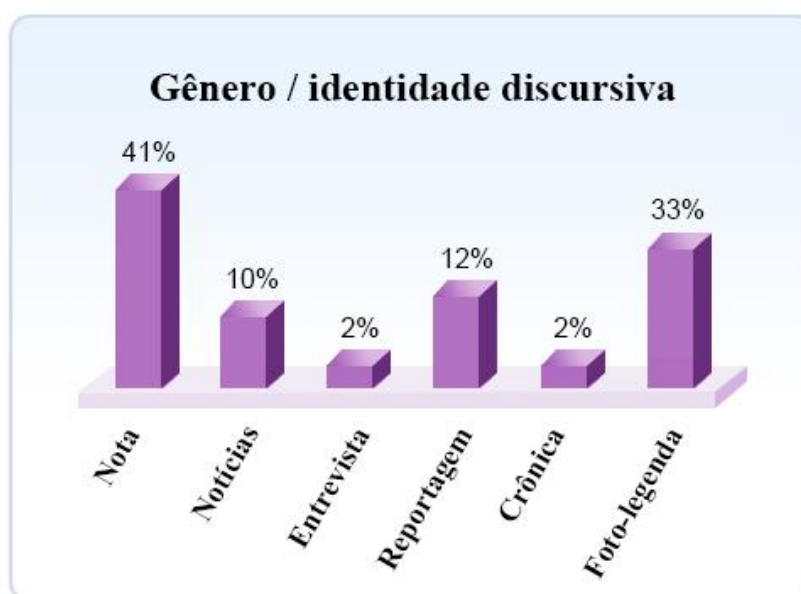
Para compreender a abrangência das informações divulgadas e identificar de onde está se falando, foram relacionadas 275 categorias local (48%); 83 regional (14%); 41 estadual (7%), 161 nacional (28%) e 17 internacional (3%). Esses dados revelam que a produção cultural tem expressividade, com divulgação de informações locais referentes à cidade de Palmas. Dessa maneira, o levantamento apresentou que as ocorrências nacionais superam a regional, estadual e internacional, provavelmente pela publicação de materiais enviados por assessorias ou agências de notícias. Foram observados textos de fontes da Folha Press, Globo Imprensa, Globo e Agência Estado.

Gráfico 3 – Abrangência do conteúdo a partir dos textos divulgados

Fonte: O autor (2018)

Quanto ao gênero/identidade discursiva, os dados revelaram a predominância de 234 notas (41%); 58 notícias (10%); 12 entrevistas (2%); 71 reportagens (12%); 13 crônicas (2%) e 189 foto-legendas (33%). Vale ressaltar que não foi registrado nenhum artigo ou crítica assinada durante o período pesquisado. É importante ponderar que as notas e notícias veiculadas na editoria mostram um enunciado discursivo de “agenda cultural”, pois não apresenta uma produção interpretativa dos temas e serve apenas para divulgar os eventos, shows e programações festivas que irão acontecer na cidade.

Gráfico 4 – Relacionado ao gênero/identidade discursiva na editoria



Fonte: O autor (2018)

As reportagens abordam assuntos do cotidiano, como exemplo “Afiml o que é ser saudável?” (edição de 04/03/2017), “Do quarto para o escritório: terapia sexual” (edição de 05/03/2017), “Novo mundo e o Brasil Imperial” (edição de 10/03/2017), “Incentivadores de leitura” (edição de 11/03/2017), “Vivendo um sonho nas passarelas” (01/04/2017), “Arte circense em Taquaruçu” (edição de 05/04/2017), “Exposição exhibe obras da artista Graça Arnús” (edição de 04/05/2017), entre outros.

Na primeira página, os temas são compostos principalmente, por textos que retratam comportamento, dicas de beleza, moda, roteiros de viagens, culinária, estreia de filmes e novelas. A coluna Crônicas e Causos, veiculada apenas na terça-feira (conforme figura 5), é escrita por diversos profissionais, tendo uma rotatividade a cada edição. Foram diagnosticadas a presença de advogados, escritores, jornalistas, administradores, e retratam no espaço textos sobre a infância, lembranças familiares e variados aspectos da vida urbana.

Figura 5 – Página 3 da editoria Magazine

Projeto *Leia Mulheres* incentiva leitura

HÁBITO Ideia impulsiona o consumo de obras escritas por mulheres que estão em números menores no mercado

Mônica Barros
mbarros@jornal.com.br

Com o Dia da Mulher em 8 de março, o projeto *Leia Mulheres* incentiva o consumo de obras escritas por mulheres que estão em números menores no mercado. O projeto, organizado pela Fundação Cultural de Palmas, tem como objetivo promover a leitura de obras de autoras locais e nacionais, além de incentivar a produção de novos textos por mulheres.



Depois de ler, as participantes do projeto *Leia Mulheres* trocam ideias e opiniões.

LEIA MULHERES: SURTIU EM 2014 COM O OBJETIVO DE PROMOVER A LEITURA DE OBRAS DE AUTORES LOCAIS E NACIONAIS. O PROJETO É ORGANIZADO PELA FUNDAÇÃO CULTURAL DE PALMAS.

PROGRAMAÇÃO Fundação Cultural apresenta espetáculos musicais eruditos

Três dias de apresentações e quatro espetáculos musicais eruditos serão realizados pela Fundação Cultural de Palmas (FUCP) durante o mês de março no Teatro Formosa. O programa inclui concertos de música clássica e erudita, com o objetivo de promover a cultura e a arte na cidade.



Depois de ler, as participantes do projeto *Leia Mulheres* trocam ideias e opiniões.

CRÔNICAS CAUSOS Batman, Alfred e Educação



Paulo Martins

Sentir um gosto à leitura é um desafio. Não é porque não se gosta de ler, mas porque não se sabe ler. A leitura é uma atividade que exige concentração e atenção. É importante escolher bons livros e ler em um ambiente adequado.

“Viverem sociedade tem obrigação de ajudar o colega carente”

Quando se fala em sociedade, muitas vezes pensamos em um grupo de pessoas que vivem juntas. Mas a sociedade é muito mais do que isso. É um conjunto de normas, valores e costumes que regem a vida em comum.

Fonte: Jornal do Tocantins (2017)

Durante a coleta de dados, foram identificados temas de cultura nas páginas internas e, principalmente, no colunismo social do JTO. Há uma notícia presente na editoria Vida Urbana (0,2%), intitulada de “Patrimônio está esquecido” (edição de 14/03/2017), referente ao abandono da primeira sede da Assembleia Legislativa do Tocantins, prédio tombado como patrimônio cultural do Estado. Nesta mesma edição, a seção BIP, divulga entre as informações, nota sobre a restauração da Casa Abrigo João XXIII, em Porto Nacional, em que será implantada a Casa de Patrimônio no local. Os registros apresentam, ainda, 179 publicações na capa e na última página da editoria Magazine (31%), superadas pela coluna social BIP, com 265 ocorrências (45,9%); 39 na sessão Horizonte (6,8%); e 93 no espaço de roteiro e agenda cultural Lazer e Cia (16,1%). O levantamento revela que as notas sobre teatro, exposição de obras artísticas, apresentações musicais e de dança, eventos literários, cinema, dentre outros assuntos do campo da cultura são fortemente presentes no colunismo social. O espaço dedica-se, também, à divulgação de informações que abordam a programação voltada para a arte na cidade, como feiras, oficinas, música e artesanato tocantinense.

Gráfico 5 – Relacionado aos locais onde os assuntos de cultura são publicados

Fonte: O autor (2018)

Pelos dados apresentado no gráfico, percebe-se que temas sobre cultura são publicados, principalmente, em espaços ou sessões em que os assuntos concentram em colonismo social e agenda cultural. A editoria, por ser o local dedicado ao conteúdo, capa e última página, apresentam número menor de veiculações sobre cultura. As informações privilegiam uma parcela de leitores que consome as colunas sociais e demonstra ser um espaço da minoria, por ser elitizado e específico para uma camada da sociedade.

6.2 Jornal O Estado do Maranhão

De caráter político, o impresso nasce sob a denominação de *Jornal do Dia* – *um órgão a serviço da comunidade*, e circulou pela primeira vez em 1º de maio de 1959⁷. No início das publicações, o jornal possuía oito páginas. Após alguns políticos passarem pela direção do periódico, em 1973, a empresa reestrutura o jornal com a ideia de criar um sistema de comunicações e muda o seu nome para *O Estado do Maranhão*, que passou a integrar depois o Sistema Mirante de Comunicação. O OEMA tem formato *standard*, é diário e circula atualmente com as editorias de Opinião, Política, Cidades, Esportes, Geral, Mundo, Polícia, Economia, Alternativo e Vida, divididos nos cadernos chamados de “Primeiro Caderno”, “Cidades” e “Alternativo”. O impresso possui ainda duas páginas especiais aos finais de semana, a “Dom” e “A gente conta”, juntamente com dois suplementos, a “PH Revista” e a “Revista da TV” e um caderno de classificados, o “Classificação”.

⁷ Disponível em: <<http://imirante.com/oestadoma/historico/>>. Acessado em: 05 dez. 2017.

No jornal, há também a coluna Passaporte e circula toda segunda-feira, assinada por Marcos Davi Carvalho com temas sobre o turismo no estado e roteiros nacionais. Aos finais de semana, o impresso contém o espaço Dom, com informações sobre beleza, comportamento, moda, entre outros, além do A gente conta, que traça perfis da comunidade de São Luís. Também aos sábados e domingos, circula o PH Revista, que é uma extensão do colunista social Pergentino Holanda (PH), do caderno Alternativo.

6.2.1 Ascensão do Caderno Alternativo

O jornal foi pioneiro no estado a trabalhar com a divisão de editorias, sendo um dos primeiros do Norte e Nordeste a utilizar as cores. Passou por reformulações, incluindo o espaço para divulgação de cultura. Os primeiros passos para publicação do segmento surgiram na década de 70. Ainda chamado de Jornal do Dia, começou sua produção com uma publicação dominical denominada como “Caderno Especial”, sendo um dos pioneiros a prosperar naquela década. Depois passou a ser conhecido como o Caderno Sete Dias, ambos elaborados pelo colunista social Pergentino Holanda, nome inspirado no título da página da revista O Cruzeiro, que também se chamava Sete Dias, e abordava assuntos da vida social e cultural maranhense, além de críticas políticas. Essa época, que foi marcada por efervescência cultural na capital São Luís, possibilitou a valorização cultural nas páginas dos jornais locais.

Após a reformulação com o nome *O Estado do Maranhão*, o jornal lançou “O Guarnicê”, em 1983, com destaque para os cartuns e poesias, além da presença de contos, informações sobre música, teatro e cinema. A circulação durou três anos, com 44 edições publicadas. A partir disso, foi lançado o caderno “Alternativo”, com o nome “Caderno A”, sendo o primeiro diário dedicado à cultura do Maranhão. A inovação é fruto da conquista do espaço editorial em que a cultura e temas relacionados conquistaram no jornal.

Figura 6 – Capa do Caderno Alternativo



Fonte: Jornal O Estado do Maranhão (2017)

Hoje, o Alternativo é veiculado em formato *standard*, com seis páginas coloridas, compostos por notícias, reportagens, entrevistas, notas, e com informações mais ampliadas nas edições do final de semana, além da seção roteiro, intitulada de “Agenda”, com divulgação da programação cultural e de festas na cidade. Exista, também, um espaço para o cinema, com publicação dos resumos dos filmes em cartaz, bem como resumo de novelas, programas de televisão, horóscopo, palavras cruzadas, caça-palavras e quadrinhos

Há ainda, a presença das colunas sociais de Pergentino Holanda (PH), um das mais tradicionais e antigas do jornal, com circulação diária, e de Nedilson Machado (Em Cena), com detalhes sobre eventos que acontecem na cidade, principalmente em locais particulares, além de comentários sobre as celebridades, mundo da televisão, comentários sobre aniversários, casamentos e confraternizações. De segunda-feira a domingo, tem o espaço Controle Remoto, que veicula os horários e dias dos programas da TV aberta. Nos finais de semana, a edição é única e traz informações referentes ao sábado e domingo.

Figura 7 – Capa do final de semana



Fonte: Jornal O Estado do Maranhão (2017)

Nota-se, então, a presença da coluna “Roda Viva”, de Benedito Buzar, em que se observa a publicação no estilo interpretativo de temas do dia a dia do estado, em formato de crônicas e comentários, além da página de Oton Lima, com divulgação de fotos dos eventos voltados para o jornalismo social.

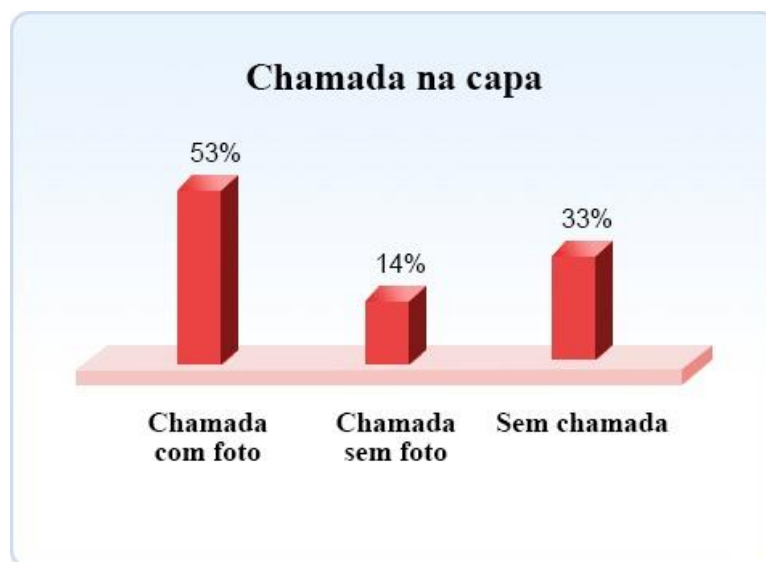
6.2.2 A programação cultural como parte da agenda de eventos

No levantamento do jornal *O Estado do Maranhão*, foram analisadas 79 edições do Alternativo, além da leitura de todo o periódico para identificar os conteúdos em seus diferentes espaços. Na capa do impresso, de domingo a segunda-feira, muitos destaques de cultura são publicados nas páginas iniciais, como forma de privilegiar os assuntos do caderno, com mais visibilidade. De acordo com os dados, foram observadas 42 chamadas com foto (53%); 11 sem foto (14%); e 26 sem chamada (33%). O gráfico a seguir demonstra que o OEMA valoriza a divulgação que abre o caderno, por meio da publicação na capa. O campo cultural tem destaque, em especial, nas edições do final de semana.

O número de chamadas apresenta notas e foto-legendas dos mais variados assuntos, como eventos relacionados ao carnaval, lançamentos de livros e cd’s, personagens de novelas e filmes, homenagens a artistas e shows musicais. Podem ser encontrados exemplos como “A

Mancha Roxa’ será encenada pelo grupo maranhense Etra em Portugal” (edição de 07/03/2017); “CPM 22 apresenta show hoje à noite, na capital” (edição de 28/04/2017) e “Exposição ‘Ocupação Trapiche #02’ será aberta hoje em São Luís” (edição de 17/05/2017).

Gráfico 6 – Destaques da cultura nas capas do jornal



Fonte: O autor (2018)

Sobre os temas observados no caderno de cultura, os dados revelaram 320 ocorrências. Os destaques foram 64 para música (20%), com publicações intituladas como “Sonoridade do rock na veia” (edição de 07/03/2017), “Chorões se reúnem para celebrar o dia do choro” (edição de 20/04/2017) e “Um disco sem rótulo e cheio de entrega” (edição de 23/05/2017). Neste item, as matérias publicadas são veiculadas na capa e/ou na última página do caderno, com foco voltado para apresentação de bandas e músicos em geral, lançamento de discos, concursos e festivais, entre outros. Outro registro observado foi a presença de 34 informações sobre teatro e dança (10,6%), com destaques para espetáculos, shows teatrais e eventos diversos. “Arte de mãos dadas com a natureza” (edição de 9/03/2017), “Via sacra pelas ruas do Anjo da Guarda” (edição 13/04/2017) e “Dança e debates no palco giratório” (edição 30/05/2017) são algumas das ocorrências encontradas. É importante mencionar que na agenda cultural há itens que se repetem a cada edição como as notas “A Terra Chora”, “Carne de carnaval”, “Cora Coralina dentro de mim” e “Latejantes”, este último continuou na seção mesmo após a realização do evento.

Figura 8 – Capa com destaque para literatura



Fonte: Jornal O Estado do Maranhão (2017)

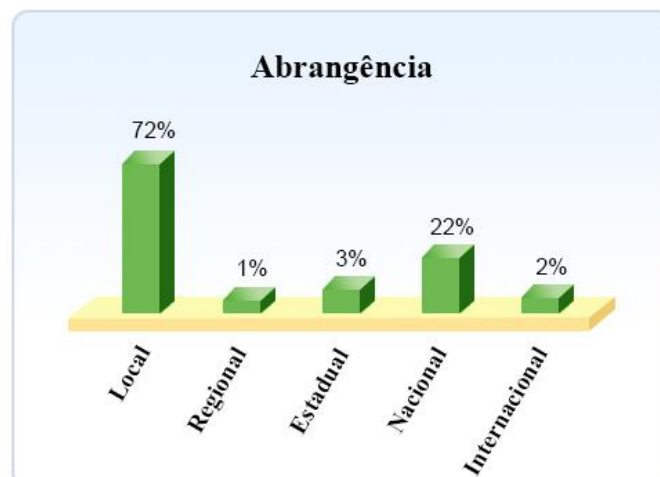
O tema literatura teve 40 registros (12,5%) e apareceu com diversas matérias de capa do caderno e na última página, na divulgação de atividades literárias, lançamento de obras, festivais, reflexões poéticas, homenagens a escritores e projetos de leitura. Entre os títulos, destacam-se a “Academia Maranhense de letras elege novo imortal” (edição de 09/03/2017), “Mário de Andrade em quadrinhos” (edição de 17/04/2017) e “Cláudio lança Rosa dos Ventos” (edição de 27 e 28/05). Também foram observados 66 temas como artes visuais (20,6%), com maior frequência na agenda cultural, sobre exposições de artistas plásticos, além de 63 registros sobre televisão (19,7%) e 26 sobre cinema (8,1%).

“Na quarta-feira de cinzas o carnaval dá espaço ao bumba meu boi” (edição de 02/03/2017), “Nos bastidores do São João” (edição de 6/04/2017), “Para animar e encantar arraiais” (edição de 27 e 28/05), estão entre os 13 registros de manifestação cultural (4,1%) do caderno. Foram quatro ocorrências sobre patrimônio histórico (1,3%) em textos sobre reformas de capelas e ações no centro histórico. Outros 10 temas (3,1%) englobaram, ainda, informações sobre festivais gastronômicos, comunicação e tecnologia.

Gráfico 7 – Temáticas das informações relacionadas à editoria de cultura

Fonte: O autor (2018)

O levantamento demonstrou de onde as veiculações do OEMA se referem. A abrangência das informações apresentam 231 ocorrências de cunho local (72%); 4 regional (1%); 8 estadual (3%); 70 nacional (22%); e 7 internacional (2%). Os dados revelam que a produção cultural de São Luís tem bastante espaço com divulgação no caderno Alternativo, seguida pela publicação com teor nacional e mostra baixa expressividade de ocorrências regionais, estaduais e internacionais. Isso sugere que a cobertura jornalística do veículo se limita, principalmente, aos fatos ocorridos na capital, com poucas divulgações de assuntos pertinentes a outras cidades do estado.

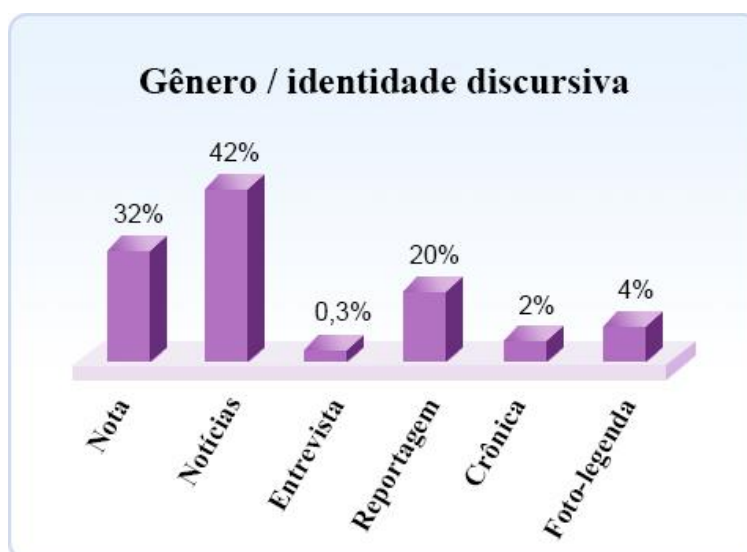
Gráfico 8 – Abrangência do conteúdo a partir dos textos divulgados

Fonte: O autor (2018)

Em relação ao gênero o estudo demonstra a presença de 101 nota (32%), principalmente na agenda cultural e colunismo social, com ênfase em programação de shows, espetáculos e apresentações musicais em shoppings e demais eventos festivos, além de 135 notícias (42%); 1 entrevista (0,3%); 65 reportagens (20%). Foram registrados, também, 6 crônicas (2%) e 12 e foto-legenda (4%). No período analisado não foi observado nenhum artigo ou crítica assinada. O material publicado possui uma visibilidade de cor marcante, com fotos amplas e diagramadas de forma harmoniosa, quando publicadas, especificamente nas capas do Alternativo. As notícias foram predominantes na última página do caderno, com informações que abordaram os mais variados assuntos. Pode-se destacar os títulos “Um olhar de um poeta” e “Obra revela horrores de um campo nazista” (ambas da edição 29/03/2017), “Sétima arte para público infantil” (edição de 01 e 02/04/2017) e “Maranhense Tião concorre a prêmio em SP” (edição de 09/05/2017).

Nas reportagens, veiculadas na capa do Alternativo e muitas vezes acompanhadas pelas chamadas também na capa do OEMA, é visível a presença de coberturas literárias e relacionadas à música. A frequência é observada em publicações denominadas em “Academia Maranhense de Letras elege hoje novo Imortal” e “Coletiva reúne trabalhos de artistas locais e nacionais” (edição de 09 e 22/03/2017, respectivamente), além de “‘O torrão maranhense’ em terceira edição” (edição de 29 e 30/04/2017), entre outros. Ressalta-se também que, no recorte escolhido para a análise, houve apenas o registro de uma entrevista no caderno, publicada na última página, com a atriz maranhense Lilia Diniz sobre o espetáculo cênico-poético-musical que aborda os pensamentos da escritora Cora Coralina.

Gráfico 9 – Relacionado ao gênero/identidade discursiva na editoria



Fonte: O autor (2018)

O estudo apresentou também os espaços onde os assuntos relacionados à cultura são divulgados, além do Caderno Alternativo. Conforme o gráfico a seguir, os números revelam duas publicações nas seções geral (0,6%), como o “Iphan entrega hoje a Capela das Laranjeiras” e “Catálogo reúne peças de artesãos de São Luís” (edição de 15 e 23/03/2017, respectivamente). Os textos divulgam informações sobre a reforma da arquitetura religiosa de um patrimônio histórico tombado na capital e a publicação de um catálogo com 79 peças produzidas por 27 artesãos, com fotos e descrição técnica, que servirá de ferramenta de marketing da produção maranhense.

Também foi observada presença de elementos da cultura em uma ocorrência no editorial (0,3%) do OEMA, em que discorre sobre a falta de manutenção do centro histórico de São Luís, ressaltando a importância da preservação do local, como memória viva da cidade.

No caderno, foram 221 registros (69,1%), com uma frequência notável devido ao espaço destinado à divulgação da produção cultural. Os registros apresentam publicações na capa, nas páginas internas e principalmente na última página com programação da televisão, atividades literárias, concursos, comportamento, tecnologia, cinema, shows, homenagens a artistas, entre outros.

Gráfico 10 – Relacionado aos locais onde os assuntos de cultura são publicados



Fonte: O autor (2018)

As festas particulares, eventos musicais, exposições de arte e apresentação teatral também eram destaques com 79 ocorrências na agenda (24,7%) e que algumas se repetiam mesmo após a data divulgada. Na seção “Em Cena” foram 16 registros (5%), com notas sobre

traços culturais, como nos exemplos “Clássico do russo Liv Tolstói é reeditado” e “Inscrições para homenagear artista maranhense” (edição de 03 e 10/03/2017, respectivamente). A análise do gráfico mostra que os temas prevaleceram no Caderno Alternativo. Foram registradas presenças nas colunas sociais e sessões, além de quatro ocorrências em outros espaços do jornal.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho, com a análise do *Jornal do Tocantins* e do *Jornal O Estado do Maranhão*, observou-se que as publicações se resumem principalmente às notas de eventos, exposições, programação para o fim de semana, colunismo social e agenda cultural, além de seções de entretenimento e diversão. Não presença de crítica de filme, peça teatral ou outro produto de arte, para incentivar o leitor a refletir sobre os conteúdos que foram publicados.

Os dados revelaram que nos dois impressos não houve registro de um embate de ideias, com poucas ocorrências da divulgação de valores culturais que demonstrassem processos de construção de uma identidade ou representações da cidade ou do estado. O que se constata com isso é que os temas abordados possuem pouca abordagem de notícias que destacam temáticas mais amplas sobre a arte. Sendo que nos dois é perceptível a utilização de recursos visuais para tornar os conteúdos mais atrativos, em particular, os que destacam a cultura, por meio de imagens diagramadas e que, algumas vezes, ocupam bastante espaço junto ao texto para, possivelmente, proporcionar uma experiência emocional, informativa e de leitura dinâmica ao público consumidor.

Na capa, compreende-se a publicação de chamadas com ou sem fotos para divulgar as informações desses espaços relacionados à cultura. No JTO, foram destacados no período analisado, 76 assuntos que direcionavam para as páginas internas do impresso, enquanto o OEMA, foram registrados 56. Os dados revelam que o JTO prioriza a editoria como parte fundamental para publicação de chamada na capa, seja com fotos, notas, ilustrações, elementos intertextuais e de publicidade. Deste âmbito, foram ressaltados sobre divulgação de shows musicais, programas de televisão, celebridades e estreia de filmes. No Maranhão, o jornal demonstrou também ter a divulgação periódica sobre cultura, principalmente, aos finais de semana.

Dentre os temas investigados, no Tocantins, predominou-se o cinema, a música, televisão, artes visuais, teatro e dança, literatura e religião. Foram publicados informações sobre divulgação de espetáculos, festivais, exposições de obras, cursos, oficinas, eventos, apresentações no interior do estado e mostras, além de abordagens sobre meio ambiente, tecnologia, agronegócio, turismo e mundo animal. No OEMA, as veiculações referentes à cultura eram mais frequentes na capa e na última página do caderno, com foco voltado para apresentação de bandas e músicos em geral, lançamento de discos, concursos e festivais, entre outros. Peças de teatro e show de bandas nacionais predominam entre as publicações, e

principalmente, há forte presença da literatura no jornal, sobre lançamento de obras, festivais, reflexões poéticas, homenagens a escritores e projetos de leitura. É importante ressaltar que as notas sobre artes visuais foram encontradas na agenda cultural e se repetiam diariamente. Nessa análise, percebe-se a presença do entretenimento como fator que diverte, distrai e promove o lazer dos leitores. Os textos informam e entretém em um universo de assuntos variados.

No JTO, as referências de abrangência mostraram que a produção cultural possui bastante expressividade, com informações referentes à cidade de Palmas, e que as ocorrências nacionais superaram a regional, estadual e internacional. Esse dado pode ser explicado pelo material enviado por assessorias ou agências de notícias da capital. Dados semelhantes ao OEMA, em que as publicações se referem a textos de cunho local, mas, com baixa exposição de regional, sem divulgação de eventos cidade próximas, além de São Luís. Esse resultado revela forte influência da comunicação regional, em que objetiva aproximar a população dos acontecimentos e do território em que vive.

Quanto ao gênero/identidade discursiva, os dados revelam a predominância da fala que representa a instituição jornalística, pelo intenso registro de nota, notícias, reportagens e foto-legendas, no *Jornal do Tocantins*. No período analisado não foi registrado nenhum artigo ou crítica assinada, além do espaço de Crônicas e Causos, veiculado toda terça-feira, com participação de diversos profissionais das mais variadas áreas. As notas sobre eventos culturais são comumente encontradas no colunismo social, aspecto diferente do *Jornal O Estado do Maranhão*, em que os mesmos assuntos têm espaço na agenda cultural. No OEMA, houve apenas uma entrevista publicada no período analisado, que abordou a apresentação de um espetáculo cênico-poético-musical.

O estudo avaliou ainda os espaços em que os assuntos relacionados à cultura foram publicados e no JTO, as veiculações se resumiram à editoria correspondente, mas, no OEMA, é possível identificar temas na seção Geral, sobre abordagem de patrimônio histórico, além de ocorrência no editorial. No Caderno Alternativo estão concentrados os maiores registros sobre a área, com publicações na capa, páginas internas e principalmente na última página.

Nessa perspectiva, apesar das suas peculiaridades, a cultura é vista como um mero utensílio de consumo com a divulgação de shows, colunas sociais e assuntos sem significativa importância cultural para reflexão, senso crítico, resenhas e poucos registros de matérias especiais sobre o universo artístico dos estados.

A partir dos dados da pesquisa é possível verificar que há necessidade de se repensar a ótica e o papel da cultura no jornalismo impresso, para que esses espaços sejam

comprometidos com a divulgação das manifestações culturais locais e regionais, através da divulgação das tradições folclóricas e valorização de agentes que elevem a cultura como formadora de uma sociedade.

A editoria e caderno de cultura dos jornais carregam consigo a intensa divulgação de eventos e de produtos da indústria cultural, que se apropriam dos espaços diários e não fomentam uma posição mais crítica para uma reflexão analítica dos fatos sociais ligados à cultura. Por isso, acredita-se que esses impressos não fogem da crise do jornalismo cultural e que o usa como jornalismo de serviço, recheado de agenda, textos curtos, notas e pouco espaço para as artes. Além de destaques para assuntos que envolvem celebridades, sejam nacionais ou internacionais, personagens de novelas, programas de televisão e lançamento de filmes. Dessa forma, pode se questionar se as publicações realmente têm espaço para o jornalismo cultural ou somente tratam a cultura como um tema e não como um conteúdo, uma especialidade? Mesmo o estudo do tema cultura não ser inovador, o presente trabalho registra a atuação desses espaços no jornalismo cultural, que fortalece as pesquisas do segmento, tanto no Tocantins, quanto no Maranhão. A compreensão sobre os aspectos culturais, nos impressos analisados, reforça a memória coletiva de cada lugar, principalmente nas capitais onde são sediados os periódicos.

Ao iniciar a leitura do material jornalístico e mapear sua construção como fonte de estudo, foram elaboradas duas hipóteses sobre o problema apresentado, e entende-se que foram confirmadas pelo olhar da pesquisa. Com a análise percebeu-se que os dois jornais possuem conteúdos de cultura mais com ênfase em temas de comportamento, agenda, televisão, cinema, devido aos produtos mercadológicos impulsionados pela indústria cultural. Além disso, são os modelos mais tradicionais de cada estado, pertencentes a grupos de comunicação, e isso aproxima a produção nacional e, de certa forma, na análise desta pesquisa, pode ser um dos motivos do não aprofundamento de publicações relacionadas à cultura local, mesmo com o grande volume de informações, as veiculações se referiam mais a notas e eventos de cada cidade. Reportagens e notícias em destaque possuíram mais destaque em se tratando de publicações nacionais. Por isso, as notícias veiculadas nos jornais não refletem a cultura dos dois estados nos seus espaços impressos, com base nas manifestações citadas neste trabalho, apesar da forte presença de elementos na divulgação de agenda cultural e colunismo social. Logo, a pesquisa abre possibilidades para novos olhares sobre a prática do jornalismo cultural do Maranhão e Tocantins, além de despertar o interesse para pesquisa sobre a força do entretenimento, jornalismo de serviço e o infotenimento.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Martha. **O Império do Divino: festas religiosas e cultura popular no Rio de Janeiro, 1830-1900.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira; São Paulo: Fapesp, 1999.
- ANJOS, Ana Carolina Costa dos Anjos. **Do Girassol ao Capim Dourado: a apropriação de elementos da natureza na construção de símbolos político-identitários no Estado do Tocantins.** 2015. (330p). Dissertação. (Mestrado em Ciências do Ambiente) – Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2015.
- ALSINA, Rodrigo MIQUEL. **A construção da notícia.** Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.
- ASSIS, Francisco. **Jornalismo Cultural Brasileiro: aspectos e tendências.** Rev. Estud. Comun., Curitiba, v. 9, n. 20, p. 183-192, set./dez. 2008
- _____, Francisco de. **Gênero diversional.** in **Gêneros jornalísticos no Brasil.** MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. São Bernardo do Campo. Umesp, 2010.
- REIS, Thays Assunção. **A Cultura nos Diários Maranhenses: uma análise editoria dos jornais O Estado do Maranhão, O Imparcial, Pequeno e O Progresso.** Ponta Grossa, 2007. 143f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais.** São Paula: HUCITEC; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2008.
- BALLERINI, Frantiesco. **Jornalismo cultural no século 21: literatura, artes visuais, teatro, cinema e música: a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática.** São Paulo, Summus: 2015.
- BARRETO, I. **As realidades do Jornalismo Cultural no Brasil.** Contemporânea, nº 7, 2006.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.
- BELTRÃO, Luiz. **A imprensa informativa.** São Paulo: Folco Masucci, 1969. Coleção Mass-Media, vol.1.
- _____, Luiz. **Jornalismo interpretativo.** Porto Alegre: Sulina, 1976.
- _____, Luiz. **Jornalismo opinativo.** Porto Alegre: Sulina, ARI, 1980.
- BONINI, Adair. **Os gêneros do jornal: questões de pesquisa e ensino.** In. GAYDECZKA, Beatriz; KARWOSKI, Acir Mário; BRITO, Karim Siebeneicher (Orgs.) **Gêneros textuais: reflexões e ensino.** 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006. p. 57-71.
- _____, Adair. **Os gêneros do jornal: o que aponta a literatura da área de comunicação no Brasil? Linguagem em (Dis)curso,** Tubarão, v. 4, n. 1, p. 205-231, jul/ dez. 2003.
- _____. Adair. **Veículo de comunicação e gênero textual: noções conflitantes.** D.e.l.t.a. 19, vol 1, 2003b. p. 65-89.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. 432 p.

_____, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____, P. **A economia das trocas simbólicas** (5a ed.). São Paulo: Perspectiva, 2007.

BURKE, Peter. **Cultura popular na Idade Moderna**. São Paulo: Cia da Letras, 1989.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade: Rituais de comunicação na imprensa regional**. Coimbra: Minerva, 2002.

_____, Carlos. **Jornalismo regional: proximidade e distanciamos**. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos. **Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Portugal, Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2012.

CARDOSO, E. **Enciclopédia para formar leitores: a cultura na gênese do Caderno de Sábado do Correio do Povo** (Porto Alegre, 1967-1969). 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009.

CUCHE, Denys. **A Noção de Cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

EAGLETON, Terry. **A Idéia de Cultura**. São Paulo: Editora Unesp. 2005.

FARO, José Salvador. **Jornalismo Cultural: Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural**. Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo, Metodista, Ano 28, nº 46, 2006.

_____, J.S. **O performativo no jornalismo cultural: uma organização discursiva diferenciada** Revista FAMECOS. Porto Alegre. Nº 38. Abril. 2009. Quadrimestral.

GADINI, Sérgio Luiz. **A cultura como notícia no jornalismo brasileiro**. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2003.

_____. Sérgio Luiz. **Dilemas da Pesquisa no Jornalismo Contemporâneo**. Da abrangência midiática à ausência de métodos específicos de investigação. In: III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Federal de Santa Catarina, novembro de 2005. **Anais... III Sbpjor**, 2005, p.1-11.

_____. Sérgio Luiz. **Breves sugestões e estratégias (metodológicas e contextuais) para compreender os processos editoriais no campo cultural**. In: VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Metodista de São Paulo, novembro de 2008. **Anais...11º Sbpjor**, p. 1- 14.

_____. Sérgio Luiz. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009 – Coleção Comunicação.

_____. Sérgio Luiz. **Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais:** Principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros. Revista Fronteiras: estudos midiáticos. VIII(3): 233-240, set/dez 2006.

GOMES, F. **Jornalismo Cultural.** Brasileirinhos Produções, 2009. Disponível em: <www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf>. Acesso em: 8 dez. 2017

GUATARRI, Felix & ROLNIK, Suely. **Micropolítica** – cartografias do desejo. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.

HALL, Stuart. **Quem precisa da identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu da. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 103-133.

_____. Stuart. **Da diáspora:** identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

HERSCOVITZ HG. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: Lago C, Benetti M. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo.** Petrópolis: Vozes; 2007

HOORNAERT, Eduardo. **História da Igreja no Brasil.** 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1979.

_____, Eduardo. **Formação do catolicismo brasileiro (1550-1800).** 3ª edição. Petrópolis: Vozes, 1991.

MAGALHÃES, Marina. **Polarizações do jornalismo cultural.** João Pessoa: Marca de Fantasia, 2008.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Análise documental como método e como técnica.** In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2006. p. 269-279.

ORTIZ, Renato. **A Consciência fragmentada.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

_____, Renato. **Cultura Popular:** Românticos e folcloristas. São Paulo: Olho d'Água, s/d.

SOUZA, Marcelo José Lopes de. **O território:** sobre espaço e poder. Autonomia e desenvolvimento. In CASTRO, I. E. de; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.). Geografia: conceitos e temas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001, p.7- 116.

SILVEIRA, Maria Inez Matoso. **Análise de Gênero Textual:** concepção sócio-retórica. Maceió: Edufal, 2005.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira; SIQUEIRA, Euler David de Siqueira. **A cultura no jornalismo cultural.** Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF. Vol.1, nº1, Junho 2007. Disponível em: <www.ppgcomufjf.bem-vindo.net/lumina>. Acesso em: 08 nov. 2017.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro.** 3ª.Ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MELO, José Wilson Rodrigues de. **A diversidade cultural na cidade de Palmas, TO: análise do discurso docente.** Revista Espaço do Currículo, v.3, n.1, pp.431-439, março de 2010 a setembro de 2010. Disponível em <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/rec>. Acesso em: 05 jan. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Comunicação e mediações culturais.** (Entrevista concedida a Claudia Barcellos). Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. Diálogos Midiológicos. vol 6. ano XXIII. n. 1, janeiro/junho de 2000. p. 151-163.

MEDEIROS, Flavia Natércia da Silva; RAMALHO, Marina; MASSARANI, Luisa. **A ciência na primeira página: análise das capas de três jornais brasileiros.** História, Ciências, Saúde –Manguinhos, Rio de Janeiro, v.17, n.2, abr.-jun. 2010, p.439-454.

MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. **Gêneros jornalísticos: repensando a questão.** Revista Symposium, Pernambuco, 2001, p.45-55.

MESSIAS, NOECI CARVALHO. **Religiosidade e devoção:** As festas do divino e do rosário Em Monte do Carmo e em Natividade – TO. 2010 (352p). Tese. (Doutorado em História). Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2010.

OLIVEIRA, Roberto Reis de. **Espaço, território, região: Pistas para um debate sobre comunicação regional.** *Space, territory, region: Lanes for a discussion on regional communication.* Revista Ciberlegenda, p. 108 – 118. 2013.

PINTO, Pâmela Araújo. **Mídia regional brasileira:** características dos subsistemas midiáticos das regiões Norte e Sul / Pâmela Araújo Pinto. – 2015. 336 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2015.

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

_____, Daniel. **Jornalismo cultural.** 3.ed. São Paulo: Contexto, 2008.

PERUZZO, C. **Mídia local, uma mídia de proximidade.** Veredas/Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação; Universidade de Marília. N. 02. Marília: Unimar, 2003.

_____, C. **Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil.** Anuário Internacional de Comunicação Lusófona. São Paulo: LUSOCOM, n.4, p.141-162, 2006.

SEIXAS, Lia . **Redefinindo os gêneros jornalísticos:** Proposta de novos critérios de classificação. 1. ed. Covilhã: Labcom, 2009

SOUSA, Jorge Pedro. **Comunicação Regional e local na Europa Ocidental:** os casos português e galego. Anuário UNESCO/UMESP de Comunicação, São Bernardo do Campo: UESP, ano 7, n. 07, p. 83-127, 2004.

TEIXEIRA. Irenildes. **O Jornal do Tocantins de 1988 a 1991:** o texto, o contexto e a imagem fotojornalística na formação do Estado do Tocantins. 2003. 113f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Mercado) Programa de Mestrado em Comunicação e Mercado da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, São Paulo, 2003. Disponível em:

<<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp080341.pdf>>. Acesso em 29 dez. 2017.

TEIXEIRA, Nísio. **Impacto da internet sobre a natureza do Jornalismo Cultural**. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/teixeira-nisio-impacto-da-internet.pdf>>. Acesso em: 29 dez. 2017.

TEIXEIRA, Luís Fernando Cruvinel. **A formação de Palmas**. In: dossiê Cidades Planejadas na Hinterlândia, **Revista UFG**, ano XI, n. 6, jun., 2009. Disponível em: < http://www.proec.ufg.br/revista_ufg/junho2009/Palmas.pdf>. Acesso em 29 dez. 2017.

THOMPSON, E. P. **Costumes em comum**: estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

THOMPSON, Paul. **A voz do Passado História Oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

THOMSON, Alistair. *Recompondo a memória*: questões sobre a relação entre a História Oral e as memórias. In: Revista Projeto História. São Paulo: EDUSC, n. 15, 1997.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** - Porque as Notícias São Como São V. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

WILLIAMS, R. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

_____. **Cultura e Sociedade**. 1780-1950. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.

_____. **Os usos da teoria da cultura**. In Política do Modernismo. São Paulo: Editora Unesp, 2011b.

WHITE, L. A., DILLINGHAM, B. **O conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009. (Originalmente publicado em 1975).

APÊNDICE A – Códigos para coleta de dados

Códigos aplicados no mapeamento quantitativo

1. CAPA

1.1. DATA – Data da publicação

1.2. TÍTULO – Transcrever o título da chamada ou manchete relacionada à cultura

1.3. FORMATO

CÓDIGO	TIPO
1	Manchete com Foto
2	Manchete sem foto
3	Chamada com foto
4	Chamada sem foto
5	Foto-legenda
6	Sem destaque

2. TEMA DAS PUBLICAÇÕES

2.1. DATA – Data da publicação

2.2. TÍTULO – Transcrever o título do texto

2.3. EDITORIA – Espaço em que a matéria foi publicada

CÓD	TIPO	EXPLICAÇÃO
1	Música	Notícias que citam artistas, composições e shows, ou assuntos semelhantes.
2	Teatro e dança	Apresentações diversas no estado ou relacionados a apresentações de peças teatrais ou musicais em eventos ou locais específicos, festivais, concursos, oficinas ou cursos sobre a temática.
3	Artes Visuais	Exposições e obras relacionadas, com qualquer técnica, além de tratar de desenhos, fotografias, infográficos, imagens diversas e esculturas.
4	Literatura	Relacionada a qualquer assunto com retrata sobre livros, lançamento de obras, feiras, concursos, premiações, saraus, congresso e encontros da área, incentivo a leitura e escritores.
5	Cinema	Relacionado documentários, curta ou metragem, produções tocantinsenses, estreia de filmes.
6	Patrimônios Históricos	Relacionada às instituições, símbolos ou imagens ligados a representação.
7	Manifestações culturais	Festas tradicionais ou rituais ligados a um grupo social, que retrate traços locais folclóricos ou que demonstre a manutenção de uma cultura.
8	Televisão	Texto sobre programação da TV, resumos de novelas assuntos relacionados à televisão.

9	Esportes	Qualquer abordagem sobre esporte ou competição.
10	Comportamento / Moda ou Entretenimento	Aqui entram as informações sobre artistas, educação, moda, decoração, beleza, alimentação, gastronomia, relacionamento, tendências, viagens, informática e tecnologia.
11	Agenda cultural	Divulgação de eventos em notas curtas com programação de shows e festas.
12	Religião	Relacionado às manifestações, eventos religiosos e crenças populares.
13	Outros tipos de temas	Temas que não se enquadram em nenhuma das categorias listadas ou não foi possível identificar.

2.4. GÊNERO – identidade discursiva

CÓD	TIPO/JORNALÍSTICOS	CÓD	Tipo/JORNÁLICOS
1	Notícia	13	Artigo
2	Nota	14	Crônica
3	Reportagem	15	Carta
4	Entrevista	16	Fórum
5	Infográfico	17	Caricatura
6	Editorial	18	Boletim de agência
7	Coluna		
8	Comentário		
9	Análise		
10	Crônica		
11	Síntese		
12	Perfil		

2.5. ABRANGÊNCIA DA INFORMAÇÃO - Origem de referência do texto

CÓD	TIPO	EXPLICAÇÃO
1	Local	Textos que dizem respeito a capital Palmas. O tema pode até ser nacional, mas quando o repórter regionaliza, trazendo dados e informações da cidade/capital, já considera-se local ou quando o personagem torna-se notícia por estar fora do estado.
2	Regional	Quando citar o nome de cidades do estado, além de Palmas.
3	Estadual	Tem abrangência estadual e trata de assuntos no âmbito regional. Aqui se deve considerar menções as notícias sobre outras localidades do estado, que não fica claro qual cidade específica está falando, ou engloba mais de uma cidade.
4	Nacional	Fala de assuntos nacionais, como espetáculos, shows, cinema, notícias sobre cultura que englobe outros estados e não somente o de circulação principal do jornal.
5	Internacional	Acontecimentos culturais ou notícias que ocorrem em outros países.
6	Não identificado	Não é possível identificar a abrangência, pois não citou nenhuma localidade.

ANEXO A – Páginas internos dos jornais

Páginas internas da editoria do Jornal do Tocantins

BIP

Maria Roberta
maria@jornaldotocantins.com.br

Casamentos

Em uma cerimônia realizada no salão de festas do Hotel... (text continues)



Foto: Roberto Reis/Agência de Notícias

Madrado

Com a presença de familiares e amigos... (text continues)

Missões em CH

Um grupo de missionários... (text continues)



Foto: Roberto Reis/Agência de Notícias

Network

Um encontro de networking... (text continues)



Foto: Roberto Reis/Agência de Notícias



Foto: Roberto Reis/Agência de Notícias

NOVELAS / RESUMOS DO DIA

Agente Especial

Em uma cena emocionante... (text continues)

Amor e Ódio

Um momento de tensão... (text continues)

Amor e Ódio

Um momento de tensão... (text continues)

Amor e Ódio

Um momento de tensão... (text continues)

CRÔNICAS E CAUSOS

Calendário do vendaval



Daniel Castagnoli

Um momento de tensão... (text continues)

LAZER E CIA / PROGRAMAÇÃO DA SEMANA

Espectáculo cênico-musical

Um momento de tensão... (text continues)



Foto: Roberto Reis/Agência de Notícias

Artes e Cultura

Um momento de tensão... (text continues)



Foto: Roberto Reis/Agência de Notícias

Apresentações

Um momento de tensão... (text continues)



Foto: Roberto Reis/Agência de Notícias

MEGASEMANA DE OFERTAS CVC

COMPRA A SUA VIAGEM

SALVADOR Roteiro de 10 dias, com 10 noites em hotéis 3 e 4 estrelas, com 10 voos domésticos e 10 voos internacionais. Preço: R\$ 1.990,00.	PORTO SEGURO Seguro de viagem para 10 dias, com cobertura de até R\$ 100.000,00. Preço: R\$ 199,00.	COSTA DO SAUÍPE Roteiro de 10 dias, com 10 noites em hotéis 3 e 4 estrelas, com 10 voos domésticos e 10 voos internacionais. Preço: R\$ 2.000,00.
--	---	---

CVC

Páginas internas da editoria do Jornal do Tocantins

M / JORNAL DO TOCANTINS - PALMARA, quarta-feira, 6 de abril de 2017

HORÓSCOPO

ÁRIES (21/03 a 20/04)
 A brevidade dos dias e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

TÓRMO (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

BOVINO (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

CRÂNICOS (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

LEÃO (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

VIRGO (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

LIBRA (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

SCORPIÃO (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

SAGITÁRIO (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

CAPRICÓRNIO (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

AQUÁRIO (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

PEIXES (21/03 a 20/04)
 O calor do verão e o calor do verão são fatores que podem influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. O calor pode ser um fator que pode influenciar o seu humor. Fique atento às atividades físicas e ao bem-estar físico. *de acordo com Márcia M.*

Atrizes protestam em apoio à figurinista

Funcionária acusou ator José Mayer de assédio

Muitas atrizes e figurinistas protestaram ontem em apoio à figurinista Suelen Vasconcelos, que acusou o ator José Mayer de assédio sexual. A manifestação ocorreu no bairro de Palmas, em Brasília, onde as atrizes e figurinistas se reuniram para apoiar a colega de profissão. Suelen Vasconcelos alegou que sofreu assédio sexual por parte de José Mayer, ator e apresentador de televisão. Ela afirmou que foi forçada a ter relações sexuais com ele sob ameaça de perder o emprego. A manifestação contou com a presença de atrizes como Camilla Pitanga, Renata Lima, Andréia Fátima e Cláudia Gerardo. As atrizes também exigiram a abertura de uma investigação sobre o caso e a punição do ator. A manifestação terminou com um discurso de encerramento e a distribuição de folhetos informativos sobre assédio sexual.



PASSATEMPO

Respostas para o jogo de palavras cruzadas publicado na página 100 do jornal. O jogo contém palavras cruzadas horizontais e verticais com suas respectivas respostas.

Sudoku

Seu passatempo favorito maior

Max, Lucas e o grupo

LAZER & CIA/PROGRAMAÇÃO DE HOJE

NOTÍCIA

Museu de Arte Moderna (MAM) - 10h
 Exposição: "Arte e Cultura do Brasil" - Galeria de Arte Moderna

Teatro - 19h
 "O Rei Lear" - Teatro Nacional de Brasília

Concertos - 20h
 "Concerto para Violino" - Sala de Concertos do Teatro Nacional de Brasília

CINEMA/FILMES EM CARTAZ

Legião Urbana - 19h
 "Legião Urbana - Ao Vivo" - Sala de Concertos do Teatro Nacional de Brasília

Alô, Alô - 19h
 "Alô, Alô" - Sala de Cinema do Teatro Nacional de Brasília

Os Dez Mandamentos - 19h
 "Os Dez Mandamentos" - Sala de Cinema do Teatro Nacional de Brasília

Os Dez Mandamentos - 21h
 "Os Dez Mandamentos" - Sala de Cinema do Teatro Nacional de Brasília

Os Dez Mandamentos - 23h
 "Os Dez Mandamentos" - Sala de Cinema do Teatro Nacional de Brasília

QUADRINHOS

MAURICIO DE SOUSA

BIDU

Quadrinhos de Maurício de Sousa e Bidu.

Páginas internas do caderno Alternativo

Roda Viva **Eu e o Teatro Arthur Azevedo**

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo. O encontro ocorreu no Teatro Arthur Azevedo, em São Paulo, e foi uma oportunidade para o ator discutir sua carreira e o teatro brasileiro.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo. O encontro ocorreu no Teatro Arthur Azevedo, em São Paulo, e foi uma oportunidade para o ator discutir sua carreira e o teatro brasileiro.

Um espaço para as ARTES

Exposição Cultural Artes - Associação Maranhense de Expositores Independentes, abre neste sabado, 15, celebrando o Dia Mundial do Desenhista.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo. O encontro ocorreu no Teatro Arthur Azevedo, em São Paulo, e foi uma oportunidade para o ator discutir sua carreira e o teatro brasileiro.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo. O encontro ocorreu no Teatro Arthur Azevedo, em São Paulo, e foi uma oportunidade para o ator discutir sua carreira e o teatro brasileiro.

CINEMA **Um dia de vida**

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo. O encontro ocorreu no Teatro Arthur Azevedo, em São Paulo, e foi uma oportunidade para o ator discutir sua carreira e o teatro brasileiro.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo. O encontro ocorreu no Teatro Arthur Azevedo, em São Paulo, e foi uma oportunidade para o ator discutir sua carreira e o teatro brasileiro.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo.

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo. O encontro ocorreu no Teatro Arthur Azevedo, em São Paulo, e foi uma oportunidade para o ator discutir sua carreira e o teatro brasileiro.

NA COMPRA DE QUALQUER COMBO

+ R\$ 6,00

LEVE UM COPO OFICIAL DO FILME QUE BRILHA NO ESCURO!

Separado de combo, o preço do copo  R\$ 6,00

RIO ANIL CINESYSTEM

Um encontro com o grande ator brasileiro Arthur Azevedo em 1994, com o texto de Arthur Azevedo e o roteiro de Arthur Azevedo, dirigido por Arthur Azevedo. O encontro ocorreu no Teatro Arthur Azevedo, em São Paulo, e foi uma oportunidade para o ator discutir sua carreira e o teatro brasileiro.