

## A cobertura jornalística da Cultura na primeira década do século XXI - um estudo sobre a primeira página dos jornais portugueses

Carla Batista

FCSH/CIMJ

### Abstract

Esta comunicação apresenta resultados do projeto de investigação “A Cultura na Primeira Página – um estudo dos jornais portugueses na primeira década do século XXI (2000–2010)” (PTDC/CCI-COM/122309/2010). Através de dados recolhidos mediante a análise de conteúdo de todas as notícias sobre temas culturais publicadas na primeira página de seis publicações portuguesas ao longo da primeira década do século XXI (2000–2010), nomeadamente *Público*, *Diário de Notícias*, *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias*, *Expresso* e *Visão*, procuraremos traçar as grandes tendências de cobertura jornalística cultural e as transformações registadas neste campo particular do jornalismo.

A análise quantitativa é complementada com entrevistas em profundidade realizadas a jornalistas culturais, artistas e outros agentes culturais, visando apurar as percepções destes atores sobre as mudanças ocorridas na profissão e os recursos canalizados para a cobertura jornalística na área da Cultura.

Os conteúdos jornalísticos são vistos como recursos essenciais para os processos de selecção de informação, deliberação e acção (Fenton, 2010). Ao mesmo tempo, o modelo tradicional de negócio das notícias encontra-se em crise. A leitura de jornais nacionais está a diminuir em todos os países e esta tendência levou a várias previsões sobre o “fim do jornalismo”. O ambiente multicanal emergente e a Internet com as suas opções infinitas e fontes directas, combinados com as estratégias de redução de custos adoptadas pelos jornais para enfrentar o binómio “menos leitores/menos publicidade” (Freedman, 2010), atingem o jornalismo cultural com particular severidade.

Os bloggers independentes e os twitters têm um impacto enorme na difusão de eventos culturais, desde um blockbuster de Hollywood a uma peça de teatro local, desafiando o papel tradicional dos jornalistas culturais como primeiros leitores, espectadores, ouvintes e críticos das produções

artísticas. Com a sustentabilidade económica dos media tradicionais sob constante ameaça, o espaço destinado ao jornalismo e crítica culturais é cada vez menor.

Sujeitos a formas contemporâneas de burocratização e à mercantilização promovida pelas novas tecnologias, aumentado a pressão do tempo e mudando os padrões de consumo das notícias, os jornalistas culturais são obrigados a preencher as necessidades da agenda cultural *mainstream*. Como as críticas e os comentários culturais desempenham tradicionalmente um papel muito mais extenso do que o de simples promoção e marketing das artes, o jornalismo cultural encontra-se em perigo.