

Cida Golim

É jornalista, doutora em Letras, Professora da FABICO/UFRGS e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS

Everton Cardoso

É jornalista, mestre em Comunicação e Informação pelo PPGCOM/UFRGS, docente nos cursos de jornalismo da Unisinos e do Centro Universitário Metodista – IPA

Sara Keller

É jornalista, mestranda do PPGCOM/UFRGS

Priscila Muzykant

É bolsista PIBIC-CNPq – UFRGS.

Jornalismo e sistema cultural: a identidade das fontes na cobertura de cultura do jornal *Diário do Sul* (Porto Alegre, 1986-1988)

Journalism and cultural system: The sources' identity in the cultural coverage of *Diário do Sul* (Porto Alegre, 1986-1988)

Periodismo y sistema cultural: la identidad de las fuentes en los reportajes de cultura del periódico *Diário do Sul* (Porto Alegre, 1986-1988)

RESUMO*

Este artigo busca aferir um retrato do sistema de cultura por meio de um estudo sobre a identidade das fontes e o tratamento dado a elas em um objeto histórico, o jornal *Diário do Sul* (Porto Alegre, 1986-1988), do grupo Gazeta Mercantil, referência na cobertura cultural em meados dos anos 1980. Por meio de análise de conteúdo qualitativa e de história oral temática, percebeu-se que o DS priorizou a criação, análise e crítica, contemplando, em menor grau, o consumo e a organização (política) do sistema cultural. Os agentes principais são os sujeitos da criação; em segundo lugar estão as instâncias de validação – críticos, especialistas e a recorrente citação da imprensa especializada. Vislumbra-se uma perspectiva sobre como o jornalismo participa da formação de valor no campo da produção cultural.

Palavras-chave: Jornalismo cultural; *Diário do Sul*; fontes; jornalismo e sistema de produção cultural.

ABSTRACT

This paper aimed at making a portrait of the cultural system by means of a study on the identity of sources and how they were treated in a historical object, the newspaper *Diário do Sul* (Porto Alegre, 1986-1988), which belonged to the Gazeta Mercantil media group, a reference in terms of cultural coverage in the 1980's. Through qualitative content analysis and thematic oral history, one noticed that DS gave priority to creation, analysis, and critics, also approaching, with less emphasis, the consumption and (political) organization of the cultural system. The main agents are the subjects of creation and, second, the validation instances – critics, specialists, and the recurrent quotation of the specialized press. One glimpses how journalism participates in the value formation in the field of cultural production.

Keywords: Cultural journalism; *Diário do Sul*; sources; journalism and cultural production system.

RESUMEN

Este artículo busca evaluar un retrato del sistema de cultura a través de un estudio sobre la identidad de las fuentes y el tratamiento que se les da en un objeto histórico, el periódico *Diário do Sul* (Porto Alegre, 1986-1988), del grupo Gazeta Mercantil, una referencia en los reportajes culturales en los años 1980. A través del análisis cualitativo del contenido y la historia oral temática, se percibe que el DS ha dado prioridad a la creación, análisis y crítica, contemplando, en menor medida, el consumo y la organización (política) del sistema cultural. Los principales actores son los sujetos de la creación; en segundo lugar están las instancias de validación – críticos, especialistas y la cita recorrente de la prensa especializada. Se vislumbra una perspectiva sobre como el periodismo participa en la formación de valor en el campo de la producción cultural.

Palabras clave: Periodismo cultural; *Diário do Su*; fuentes; periodismo y el sistema de producción cultural.

Data de submissão – 3/9/2010

Data de aceite - 7/12/2010

* Esta é uma versão revista do texto selecionado para apresentação no VIII Congresso da SBPJor 2010.

1. Introdução

O jornalismo cultural ocupa um lugar privilegiado de mediação entre a produção cultural e o público. Converte códigos artísticos e literários – herméticos e esotéricos – em linguagem mais ampla, adequada a um auditório maior, e torna-se espaço de visibilidade para autores e artistas, que veem ali a possibilidade de fazer circular suas obras e produtos. Assentado no reforço do cânone ou trazendo à luz expressões que ainda lutam por consagração, a cobertura cultural dos jornais diários oferece ao público parâmetros para compreender e aferir os produtos que lhe são apresentados, seja por meio da crítica especializada, pela seleção das pautas ou pela hierarquização dos assuntos no jornal (GOLIN; CARDOSO, 2010).

O campo jornalístico e o da produção cultural estabelecem, então, uma relação simbiótica da qual ambos se beneficiam. O jornalismo abre espaço para a fala de especialistas e, por meio do uso de aspas – ritual estratégico que, segundo Tuchman (1993), lhe confere certa objetividade –, adota pontos de vista que não são seus, mas que servem para afiançar o discurso ali apresentado. Assim, toma emprestado o prestígio da autoridade artística para conferir “efeito de verdade” a seu discurso (CHARAUDEAU, 2006). Sob o ponto de vista dos agentes culturais, ter decla-

rações reproduzidas no espaço jornalístico é alcançar legitimidade por meio de uma instância intermediária no sistema de cultura.

Em Porto Alegre, no contexto dos anos 1980, surgiu um periódico que se tornou referência na cobertura cultural, atraindo o interesse do sistema artístico local, que constituiu parte significativa de seus leitores e fontes: o *Diário do Sul* (DS), *quality-paper* do grupo Gazeta Mercantil (GzM) que circulou entre novembro de 1986 e setembro de 1988. Voltado para um público segmentado de classes A/B, o projeto editorial elegeu a cultura como elemento de distinção editorial. A cultura tinha presença garantida na capa do jornal, não raro disputando a atenção visual com a manchete de política e economia. As matérias de fundo analítico, ancoradas na pesquisa e na profusão de fontes, fizeram com que o veículo formasse uma rede de contatos envolvendo agentes do campo da produção cultural local e nacional. Estabeleceu-se uma dinâmica que dava ao DS um acesso facilitado aos sujeitos envolvidos nos processos de produção, circulação e consumo da cultura ao mesmo tempo em que se construía um espaço privilegiado – e, por isso, desejado – para divulgação e circulação de ideias e produtos.

O objetivo deste artigo é aferir um retrato do sistema cultural por meio de um estudo sobre a identidade das fontes e o tratamento dado a elas no *Diário do Sul*. Pretende-se também refletir sobre como o jornal se inseria na zona de confluência dos campos jornalístico e cultural. Para iluminar as condições de produção do periódico – tendo em vista que este é um objeto histórico – serão utilizadas informações obtidas com profissionais vinculados ao

jornal por meio de técnicas de história oral temática, assim como dados de análise de conteúdo qualitativa. Este trabalho é um recorte da pesquisa *Jornalismo e representação do sistema artístico-cultural nos anos 80: um estudo do jornal Diário do Sul (Porto Alegre, 1986–1988)*¹.

2. Jornalismo cultural: acontecimentos previsíveis e fontes interessadas

Entre as tipologias de acontecimentos (BERGER; TAVARES, 2009) existem aqueles que são previsíveis e podem ser programados ou suscitados por sujeitos interessados, como é o caso dos eventos da área da produção cultural – lançamentos, aberturas, *premières* e outros. Segundo Rodrigues (1993), trata-se de meta-acontecimentos, cuja gênese está diretamente ligada à existência do discurso jornalístico e regida pelas regras do mundo da enunciação. Gomis (1991) os define como “pseudoeventos”: previstos, provocados e que produzem efeitos no mundo real, objetivam-se. Ao se tornarem notícias, dão visibilidade à instituição ou ao agente que os produziu. É por essa razão que o tempo do jornalismo, expresso no ciclo produtivo das publicações, em certa medida determina a vinda das obras artísticas a público.

Os eventos de promoção cultural conferem pregnância e saliência à obra, valores fundamentais para que um acontecimento se torne visível (CHARAUDE-

¹ A investigação, com recursos do CNPq, FAPERGS e UFRGS, estruturou-se a partir de análise de conteúdo, revelando uma panorâmica quantitativa e qualitativa da cobertura cultural. Por meio de técnicas de história oral, entrevistas com doze membros da equipe editorial permitiram uma perspectiva sobre os processos editoriais peculiares à história desse periódico. Conferir equipe em: <www.ufrgs.br/lead/jornalcult.htm>.

AU, 2006) e, portanto, objeto do jornalismo, já que este atua como intermediário no ciclo de existência de um produto. Ainda que não representem o fim do processo de produção artística – visto que esta terá continuidade nas ressignificações que emergem no contato com o público –, eles expressam características intrínsecas ao campo da produção cultural. São momentos pontuais para alcançar visibilidade dentro de um mercado de oferta, e não de demanda, que caracteriza a lógica da economia da cultura (BENHAMOU, 2007).

O sistema cultural produz fatos em fluxo contínuo, cuja difusão serve como parâmetro de êxito. Para tanto, entram em ação estratégias dos agentes interessados e produtores das notícias. Pode-se afirmar que as fontes preocupam-se em criar informações periódicas e positivas, editando e censurando o material que fornecem à imprensa. Este desejo de legibilidade e notabilidade, no entanto, sofre um enquadramento a partir dos critérios de noticiabilidade próprios das organizações. O tempo e o espaço disponíveis são determinantes para aquilo que vem à tona na cobertura cultural (SANTOS, 1997).

No caso do *Diário do Sul*, as análises quantitativa e qualitativa² indicaram que os parâmetros de representação do sistema cultural no jornal *Diário do Sul* seguiram critérios usuais de noticiabilidade, como atualidade, proximidade, relevância e notoriedade dos sujeitos envolvidos. Percebeu-se a linguagem da

² A amostra quantitativa indexou três meses alternados do primeiro semestre de existência do jornal (nov. 1986, jan. e mar. de 1987) e três meses do último (maio, jul. e set. de 1988). Aplicou-se uma tabela para indexação e tabulação de 1.469 matérias em 150 edições. A amostra qualitativa analisou seis semanas, uma de cada mês da amostra quantitativa.

antecipação típica do jornalismo cultural, refletindo a articulação das fontes interessadas. No conjunto, o sistema cultural é representado pelo já citado movimento em fluxo contínuo, uma sequência linear de exibição de eventos e dos produtos mais recentes disponíveis no mercado. O DS deu especial realce ao serviço, privilegiando roteiros de programação. Nota-se, porém, que o jornal está atento aos processos culturais (rotinas criativas, economia e política da cultura), oferecendo, com regularidade, pautas fora do agendamento.

A quantificação dos segmentos culturais, na amostra analisada, demonstrou que o cinema foi o tema predominante, seguido por música, literatura, agenda cultural, artes plásticas, teatro e televisão. O jornal enfatizou a cultura elitizada, referendou o consenso e o cânone estabelecidos no próprio campo da cultura, ainda que na prática abrisse eventuais brechas para manifestações de teor experimental. Sua principal contribuição foi o registro minucioso do sistema de cultura local, cenário descrito a partir de critérios como memória, contexto e valor econômico.

No próximo item, vamos percorrer indícios sobre o uso e tratamento das fontes no *Diário do Sul*, resgatando excertos das entrevistas realizadas com profissionais da equipe. Mesmo com a distância temporal e a reconstrução lacunar da memória, os depoimentos lançam luz às relações estabelecidas entre o periódico e o sistema de cultura – fonte e audiência do jornal.

3. Biblioteca, manual de redação e o sistema cultural como fonte e audiência

A gênese do *Diário do Sul* (DS) encontra-se na experiência bem-sucedida de inserção regional do

jornal *Gazeta Mercantil* (GzM), principal diário brasileiro especializado em economia na segunda metade do século XX. O sucesso comercial da sucursal da GzM (1984-1986) em Porto Alegre, o fechamento do tradicional jornal sulino *Correio do Povo* em 1984 e a possibilidade de utilizar seu parque gráfico – posteriormente não efetivada – fortaleceram os argumentos para aprovação do projeto do novo veículo que começou a circular em 4 de novembro de 1986.

Seguindo o paradigma editorial da GzM, o DS nasceu com uma biblioteca e um banco de dados estruturados no centro da redação. A coordenadora do Centro de Pesquisa, Helen Rozados, participava das reuniões diárias de pauta, buscando subsidiar a construção das principais matérias por meio de levantamento de dados e do material de pesquisa. “O espírito era colaborativo, criamos um cadastro de fontes disponível para toda a redação” (ROZADOS, 2009).

O Manual de Redação explicitava princípios e rotinas, sublinhando a preocupação do periódico com a credibilidade, valor perseguido pelo DS que, ao estar comprometido principalmente com assinantes, não priorizava o furo nem a disputa de leitores na banca. Evidências disso são encontradas na extensa orientação sobre uso das fontes e na recomendação da checagem obsessiva de dados. Subtrair a origem da informação por meio do *off* era uma prática a ser evitada a todo custo.

“Para fazer as matérias tínhamos nossas próprias bibliotecas” (WEISS, 2009). A memória dos repórteres sobre o seu processo de trabalho associa a produção da matéria à pesquisa bibliográfica em busca do domínio do assunto para balizar o depoimento dos entrevistados em um período sem internet. Os textos,

a princípio, deveriam apresentar perfil analítico, explicitando contexto, causas e consequências. As análises de conteúdo realizadas demonstraram a predominância de narrativas que situavam o fato sob perspectiva histórica, recorrendo à memória.

Era preciso que o ontem, o hoje e as consequências dos fatos estivessem narrados na matéria. [...] Era preciso desconfiar da fonte, então tem que ser uma, duas, três fontes. Às vezes a gente se arrebatava para cumprir isso, às vezes não conseguia cumprir, mas uma boa parte das vezes a gente conseguia. [...] o Hélio [diretor] sempre exigia um cercamento da matéria com dados econômicos, com uma localização daquele fenômeno no mundo vil, no mundo concreto, no mundo do dinheiro. [...] Às vezes os artistas ficavam chateados com a citação de sua obra no jornal [...] a gente sempre dava a dimensão da mercadoria. (BARBOSA, 2008).

Como se depreende na citação acima sobre o eventual desagrado dos artistas, as relações estabelecidas entre os produtores culturais e o campo jornalístico nem sempre são tranquilas. Fontes, meios e público dependem um do outro, mas com certa dose de desconfiança em suas relações, cada um buscando seu próprio interesse (GOMIS, 1991). Se as fontes determinam a qualidade da informação produzida, percebe-se o esforço empreendido pelos jornalistas de cultura do DS em diversificar a origem de suas informações. Visando ao material exclusivo, havia a orientação de evitar dados baseados somente em *releases* ou entrevistas coletivas.

Segundo Gomis (1991), fontes, jornalistas e audiência coexistem em um mesmo sistema, em que

a organização determina a fonte adequada para seu público. Conforme Gama (2008), o DS buscava atingir um segmento de leitores formados na sua origem por executivos, expandindo-se para camadas médias de formadores de opinião, trabalhadores intelectuais e pesquisadores. O investimento na editoria de cultura foi estratégico para a fidelização desse público-alvo, afinal o consumo cultural expressa hierarquias, hábitos e distinções sociais de alguma maneira homólogos à estrutura social (BOURDIEU, 2008). Como relembram o diretor do jornal, Hélio Gama, e o crítico de teatro e literatura, Antônio Hohlfeldt:

O jornal tinha qualidade, era bonito, e começou a haver uma adesão. Os jornalistas que cobriam [...] começaram a perceber a aceitação que tinham, a facilidade em pegar as pessoas para dar entrevista. As pessoas adoravam o jornal, uma coisa surpreendente, uma coisa maluca [...]. Nesse aspecto, ele penetrou de uma forma brutal; em poucos meses, nós éramos o jornal da *intelligentsia* do Rio Grande do Sul. (GAMA, 2008).

A elite do RS lia o *Diário do Sul*. O *Diário* tinha uma pauta técnica, [...] quando trazia dados de denúncia, denunciava, mas não trazia denúncia por denunciar. Você tinha várias matérias de cobertura de acontecimentos, de avaliação de fundo, comparação de dados e tudo mais. (HOHLFELDT, 2009).

Os agentes do campo cultural que participavam das matérias também eram leitores do jornal. Esse segmento ampliava o perfil do leitor hipotético do veículo, conforme os editores de cultura:

Embora o Hélio dissesse que nós éramos um jornal liberal conservador, para um público da faixa dos 30 anos para cima, com poder aquisitivo, acho que a área da cultura falava muito para o jovem e para um público, de certa forma, alternativo. Eu suspeito isso porque as pessoas que eu encontrava na Feira do Livro, os artistas que eu entrevistava, eles não eram, digamos assim, o melhor exemplo de integração ao sistema de poder, ao *status quo*. Talvez muitos deles pudessem ser filhos de empresários, de políticos, mas a maioria era classe média, filho de profissional liberal, jovens [...]. Eu sempre fiquei com a suspeita que a gente falava para um público que não era bem aquele idealizado pelo empreendimento editorial. (BARBOSA, 2008).

A gente tinha um *feedback* interessante da comunidade cultural. [...] O artista que faz alguma coisa, quer passar alguma coisa para o público, ele tem que ter intermediação que é informação em cima da obra, que é cultura de imprensa. (PINTO, 2009).

O DS posicionava-se como agente de formação do valor na medida em que contribuía para a visibilidade e o conseqüente acúmulo de poder simbólico dos sujeitos criadores ao dar-lhes voz. Instância de validação no circuito, o periódico conquistou um lugar em que os sujeitos seriam vistos pela elite cultural, política e econômica do Rio Grande do Sul, seu público suposto. A raridade desse espaço se deve, de alguma forma, ao contexto do jornalismo sul-riograndense daquele momento: a grande referência do estado, o *Correio do Povo*, deixara de circular temporariamente por dificuldades financeiras e vol-

tava com nova administração e, posteriormente, em formato tablóide; *Zero Hora*, do conglomerado RBS, carregava ainda o histórico de feitiço popular e buscava tornar-se o jornal de referência na cidade – lugar que veio a assumir alguns anos depois. No biênio em que circulou, o DS passou da tiragem inicial de 10 mil exemplares para 39.700 exemplares na última edição de 30 de setembro de 1988. A continuidade do projeto foi comprometida por dificuldades financeiras, dissensões internas no grupo GZM, problemas com logísticas de impressão e a concorrência no mercado sulino sob domínio do grupo RBS, este apoiado fortemente na televisão e no rádio.

4. Identidade das fontes: a prevalência do sujeito criador

As fontes fornecem informações como membros e representantes de grupos de interesse da sociedade (GANS, 1979 apud WOLF, 2008), assumindo papel fundamental na promoção da maioria das pautas. Tal como discutimos, muitos dos acontecimentos do campo artístico que ganham visibilidade no jornalismo são planejados, previstos e anunciados por esses agentes. Caracterizam-se, portanto, pela confluência de produtores e audiência – deslocamentos, segundo Gomis (1991) – e de destaque para o agente criador – aparições.

Pode-se dizer que, em linhas gerais, o campo cultural apresenta zonas de competência, instituições e atores distribuídos em movimentos e momentos articulados. Segundo Albino Rubim (2008), eles podem ser identificados em: a) criação, invenção e inovação; b) divulgação, transmissão e difusão; c) troca, intercâmbio e cooperação; d) preservação e conservação;

e) análise, crítica, estudo, investigação, pesquisa e reflexão; f) consumo; g) organização. Tendo em vista esses papéis desempenhados pelos agentes, torna-se crucial perceber quem recebe espaço no texto jornalístico e, afinal, é visível nesse espaço privilegiado. Para apreender essa tendência, elaborou-se um mapeamento das identidades dos sujeitos que aparecem como fontes nos textos do DS.

O levantamento foi organizado a partir do registro dos nomes e funções/profissões daqueles citados nominalmente em cada texto – seja pelo uso de aspas, seja por meio de expressões como “segundo”, “de acordo com” e “conforme”. Foram consideradas 330 matérias da amostra qualitativa, computando um total de 559 fontes.

A seguir, as fontes foram agrupadas de acordo com o papel por elas desempenhado nos campos cultural e jornalístico: autor/artista, veículos, público, produtor cultural, críticos, especialistas, proprietários e políticos. Além disso, foram tomadas notas a respeito das citações das fontes a fim de perceber tendências a respeito do que diziam. Não houve a pretensão de um mapeamento detalhado dos sentidos, visto que para o presente estudo, mais do que os significados que aí transparecem, interessava entrever a representação panorâmica do sistema artístico-cultural no DS.

O levantamento revelou que o grupo *autor/artista*, englobando as pessoas diretamente envolvidas no processo de criação, aparece com maior frequência, atingindo 37% do total. Essa presença recorrente reitera, no discurso jornalístico, um critério caro ao campo cultural: a crença coletiva no valor do criador, ênfase também percebida nas fotografias e ilustrações

que valorizavam o retrato do artista (GRUSZYNSKI; GOLIN, 2010). A narrativa jornalística mimetiza a própria lógica da economia da cultura ao amplificar a singularidade e a personalização como elementos vitais para a formação do valor do bem cultural, seja ele único ou múltiplo.

Autores e artistas geralmente assumem a condição de explicar e opinar. A explicação é frequente em textos que tratem de exposições de arte, peças de teatro e espetáculos musicais em cartaz. Ao explicar, o autor busca dar sentido ao que apresenta ao público, oferece pistas para que o leitor perceba em sua obra traços que a ele, criador, interessa destacar, mesmo que a escolha e a ênfase daquilo que será publicado seja de responsabilidade do jornalista narrador. Os autores também são chamados a opinar, seja em questões específicas do circuito cultural, seja sobre seu próprio trabalho. No recorte analisado, aparecem com primazia os músicos, seguidos pelos escritores, diretores e artistas plásticos.

Uma voz que se aproxima do autor/artista como fonte altamente interessada na divulgação da obra é a dos *produtores culturais* (8%), responsáveis pela produção e organização de eventos (produtores, programadores, gestores de instituições e promotores). Apesar de pertencerem a setores distintos, os discursos dos autores e produtores andam lado a lado. Ambos estão envolvidos diretamente na criação e divulgação de acontecimentos e somam 45% do total. Essa proporção pode subir para metade da amostra (50%) se acrescentarmos a categoria *proprietários* (5%), que corresponde aos empresários, donos de galerias, editoras e produtoras – e que também apostam diretamente na promoção de produtos. Eles

opinam não apenas sobre as obras ou artistas, mas também sobre o mercado cultural, o que acentua o viés econômico e a prospecção de tendências na cobertura do jornal. Esses grupos, por seu envolvimento direto com a instância de produção, são as principais fontes geradoras de evento.

5. Publicações como fonte: consenso e legitimação

A categoria *veículos* – jornais e revistas citados nos textos – alcança a segunda posição: 26%. Esses números, situados no contexto dos anos 1980, aproximam o DS dos procedimentos de um *quality paper*. Eram publicações reconhecidas pela qualidade de edição, com artigos assinados por especialistas, e que faziam referência frequente a outras publicações de perfil similar. A opção por uma cobertura aberta ao mundo e não dedicada somente à cena local levou o jornal a disponibilizar conteúdos – alguns com direitos de publicação exclusivos no Brasil – de *Business Week*, *Foreign Affairs*, *The Guardian*, *New York Times*, *Los Angeles Times*, *Washington Post*, *El País*, *Rolling Stone*, *Asahi Shimbun* e *Le Monde*.

Além da pesquisa que fazia parte da rotina dos repórteres, o crítico de cinema Luiz Carlos Merten incentivava sistematicamente o diálogo com outros críticos e publicações especializadas:

Na época, eu achava interessante fazer um diálogo no sentido de legitimação, validação daquilo que estávamos querendo vender como ideia. Eu procurava dialogar, citar outras fontes, retomar e ampliar análises, muito no sentido de criar um consenso. Pensava-se naquele momento na importância de formar público. (MERTEN, 2009).

Ao utilizar citações de outros jornais, o DS exerceu um papel de observador do campo cultural e também do próprio jornalismo cultural. A publicação assumia uma posição exterior, distanciava-se e acompanhava atentamente o que era publicado por outros veículos – desde a opinião de críticos e jornalistas até entrevistas concedidas por artistas, provocando um efeito de eco, uma realimentação do circuito jornalístico (RODRIGO ALSINA, 1989). O jornal valorizava a apreciação e o conteúdo produzidos pelos demais meios, sem deixar de utilizá-los por questões de mercado.

Sendo o DS um jornal então recém-criado, é possível perceber o intento de apoiar-se na posição adotada por seus pares tradicionais, legitimando o discurso veiculado. Tal como as palavras pronunciadas pelos agentes artísticos em suas aparições, o que diziam outros veículos repercutia como fato. Por meio da fala de veículos de renome, percebe-se novamente a tendência em explicar e dar notoriedade à obra e ao autor.

6. O viés analítico e o público representado

Os *críticos* (7%) tinham papel relevante nas matérias do *Diário do Sul*. Na amostra quantitativa, constatou-se a predominância do formato de notícia com tratamento analítico, dado referendado pela análise qualitativa. Os *especialistas* representavam aproximadamente 4% do total das ocorrências. Ambos os grupos se parecem e podem, inclusive, se confundir entre si. Contudo, o crítico normalmente fala de um lugar autorizado dentro do campo cultural, conquistado por sua legitimidade e ancoragem (permanência) temporal, emitindo uma opinião, avaliando um evento ou obra.

O especialista, por sua vez, ocupa função esporádica dentro do mesmo sistema. No jornal, ele aparece como curador de uma exposição, acadêmico ou estudioso, ou seja, alguém que pode opinar de forma eventual, explicar algum acontecimento, contexto ou os motivos que levaram à execução de determinada obra, por exemplo. Se acrescentarmos os *veículos* dentro do grupo de fontes analíticas, já que eles também cumprem a função de validação e análise, obteremos 37% do total. Logo, a análise e a opinião de críticos, especialistas e veículos acabaram por exercer um papel fundamental na criação de valor da cultura presente nas páginas do DS. Nesse processo, tais fontes também adquiriam capital simbólico, pois circulavam em um veículo prestigiado.

O *público*, que representa a audiência de um determinado evento ou produto e que reúne pessoas das mais variadas profissões, compunha aproximadamente 11% do total. Os números devem ser relativizados, pois são poucas as matérias que abrem espaço para a instância da recepção. Quando o fazem, são utilizadas muitas fontes em um único texto. Em apenas cinco matérias, aparecem 46 das 61 fontes inseridas nesse grupo. Ao falar, essa categoria trata principalmente de eventos que já ocorreram e constituem as chamadas fontes ocasionais (SANTOS, 1997). Demonstra interesse em aferir dados de consumo cultural, raramente apurados, ainda mais no contexto brasileiro dos anos 1980, e que são de suma relevância para a economia da cultura, perspectiva essa que conduziu boa parte da cobertura do DS.

A presença dos *políticos* (2%), ligados ou não ao governo vigente, indica a busca do jornal por cobrir as tensões e o diálogo entre o campo artístico

e a política. Em pleno processo de redemocratização, o jornal registrou uma etapa histórica de institucionalização da cultura, momento em que se desvinculou dos órgãos de educação. Os agentes ligados à gestão eram convocados a explicar e opinar sobre questões de organização institucional, políticas culturais e impasses específicos do período.

7. Considerações finais

A rede de fontes estabilizada pelos meios reflete a estrutura social e de poder existente e se organiza na base das exigências estabelecidas pelos procedimentos de produção (WOLF, 2008). No caso dos agentes do campo da produção cultural, percebemos que eles procuram criar informações periódicas e positivas – pseudoeventos, meta-acontecimentos – que, submetidos ao enquadramento jornalístico, ganharão espaço nas páginas dos jornais. Por suas características editoriais, o DS tornou-se espaço privilegiado de publicização dos eventos culturais. Para os interessados, significava um lugar de visibilidade, de posicionamento como autoridade artística. Afinal, após seis meses de circulação, o próprio jornal indexou todo o seu conteúdo em um índice para consulta, sinalizando seu ideal de formação do leitor e de se tornar uma referência editorial no longo prazo.

Por meio do levantamento da identidade das fontes que receberam espaço no periódico, foi possível entrever um retrato do sistema artístico porto-alegrense em meados dos anos 1980. Percebeu-se que o DS deu especial relevo às zonas de competência da criação, análise e crítica, buscando contemplar, em menor grau, o consumo e a organização (política) do circuito. Nesse retrato, o jornal não fugiu da

lógica intrínseca ao campo cultural em que os criadores ocupam um espaço central. Os agentes com maior força são os autores, os sujeitos da criação, buscando, por intermédio da visibilidade jornalística, falar a um suposto público consumidor dos produtos. Em segundo lugar, e isto constituiu a particularidade editorial do DS, encontramos as instâncias de validação do discurso, críticos e especialistas, assim como a recorrente citação da imprensa especializada. São os intermediários privilegiados que apostam no valor dos produtos e que cumprem a função de orientação em um mercado da incerteza, característica básica da economia da cultura (BENHAMOU, 2007). A prevalência da opinião e análise referendou a personalidade analítica do jornal da GzM, que elegeu a pesquisa bibliográfica como ferramenta indispensável na construção de suas matérias. O conjunto das falas tende à explicação, corroborando a função mediadora do jornalismo cultural, que aproxima de um auditório mais amplo conteúdos herméticos e específicos.

O jornalismo é um campo de poder que gera efeitos e submete, muitas vezes, os outros campos à sua lógica de visibilidade dos agentes (FERREIRA, 2002). Neste percurso, abriu-se uma perspectiva (entre várias) sobre como o discurso jornalístico participa da formação do valor no campo da produção cultural. O DS não apenas dinamizava a circulação de produtos, mas também contribuía, por seu prestígio, para o processo de legitimação das obras e dos sujeitos. Como é típico da área, o veículo se aproveitava da credibilidade de suas fontes para valorizar seu discurso. Constituíam-se, a partir dessas relações, uma rede social em que as diversas instâncias ligadas tanto à produção cultural quanto ao jornalismo se benefi-

ciavam mutuamente, acumulando capital simbólico, apoiadas umas nas outras.

Referências

BARBOSA, L. C. Entrevista concedida ao grupo de pesquisa. Porto Alegre, 24 nov. 2008.

BERGER, C.; TAVARES, F. Tipologias do acontecimento jornalístico. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 7., 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: SBPJor, 2009. CD-ROM.

BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre/São Paulo: Zouk/USP, 2008.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FERREIRA, G. Apontamentos sobre as propriedades do campo de produção jornalístico, **Pauta Geral**, Salvador, v. 4, p. 243-258, 2002.

GAMA, H. Entrevista concedida ao grupo de pesquisa. Porto Alegre, 08 dez. 2008.

GOLIN, C.; GRUZYSKI, A. Cultura e processos editoriais: a representação do sistema artístico-cultural no *Diário do Sul* (1986-1988). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 22., 2009, Curitiba. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2009.

_____; CARDOSO, E. Jornalismo e a representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In: BOLAÑO, C.; GOLIN, C.; BRITTO, V. (Orgs.). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural, 2010. p. 184-203.

GOMIS, L. **Teoría del periodismo**. Barcelona: Paidós, 1991.

GRUZYSKI, A.; GOLIN, C. O projeto gráfico e a visibilidade da cultura no jornal *Diário do Sul* (1986-1988). In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 19., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Compós, 2010.

HOHLFELDT, A. Entrevista concedida ao grupo de pesquisa. Porto Alegre, 01 abr. 2009.

MERTEN, L. C. Entrevista concedida ao grupo de pesquisa. Porto Alegre, 21 jul. 2009.

PINTO, A. B.; DALTO, R. Entrevista concedida ao grupo de pesquisa. Porto Alegre, 18 mar. 2009.

RODRIGO ALSINA, M. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1989.

RODRIGUES, A. O acontecimento. In: TRAQUINA, N. (Org). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. p. 27-33.

ROZADOS, H. Entrevista concedida ao grupo de pesquisa. Porto Alegre, 29 abr. 2009.

RUBIM, A. Formação em organização da cultura no Brasil. **Observatório Itaú Cultural**, São Paulo, n. 6, p. 47-55, jul./set., 2008.

SANTOS, R. **A negociação entre jornalistas e fontes**. Coimbra: Minerva, 1997.

TUCHMAN, G. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. p. 74-90.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

WEISS, J. Entrevista concedida ao grupo de pesquisa. Porto Alegre, 20 mai. 2009.