

Definitions and Trends of Film Journalism in Portugal

Definições e Tendências do Jornalismo de Cinema em Portugal

Jaime Lourenço*,

*  Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa / ICNova – Instituto de Comunicação da Nova (jlourenco@autonoma.pt)

Abstract

Film Journalism is a journalistic specialization that is theoretically and conceptually framed in the field of Cultural Journalism. As cinema is one of the cultural and artistic manifestations with a greater presence in the Portuguese media, it is important to look and reflect on the journalistic coverage of which film activity is targeted. In this article, we propose to answer the questions "how can we define today's 'film journalism'?" and "which trends of this journalistic specialization we find in the main Portuguese media?". Thus, and based on the research "Film Journalism in Portugal: an analysis of the press, radio, television and online media in 2019", developed between 2018 and 2022 at Iscte, we tried to carry out a reflection on the main distinctive features of the specific journalistic practice of this specialization. We conclude that Portuguese Film Journalism is similar to the international trends of Cultural Journalism when it is largely based on the dissemination and celebration of premieres, festivals and artists, but also that it is quite fragile, abandoning the ability to reflect and question with the absence of sources of information and a fragile criticism and dominated by a light and simplistic discourse, culminating in hybrid formats such as review and belittling the interpretation and film analysis that are constituents of the distinct conceptualization of Film Journalism.

Keywords: Film Journalism; Cultural Journalism; Journalistic Coverage; Cinema; Journalism;

Resumo

O Jornalismo de Cinema constitui-se enquanto especialização jornalística enquadrado teórica e conceptualmente no âmbito do Jornalismo Cultural. Sendo o cinema uma das manifestações culturais e artísticas com maior presença nos media portugueses, importa olhar e reflectir sobre a cobertura jornalística de que a actividade cinematográfica é alvo. Neste artigo, propomos dar resposta às questões "como podemos definir, hoje, 'jornalismo de cinema'?" e "que tendências desta especialização jornalística encontramos nos principais órgãos de comunicação social portugueses?". Deste modo, e alicerçados na investigação "Jornalismo de Cinema em Portugal: uma análise à imprensa, rádio, televisão e meios online em 2019", desenvolvida entre 2018 e 2022 no Iscte, procurámos levar a cabo uma reflexão sobre os principais traços distintivos da prática jornalística específica desta especialização. Concluímos que o Jornalismo português de Cinema se encontra a par das tendências internacionais do Jornalismo Cultural quando assenta, em grande medida, na divulgação e celebração das estreias, festivais e artistas, mas também que se encontra bastante fragilizado, abandonando a capacidade de reflectir e questionar com a ausência de fontes de informação e uma crítica fragilizada e dominada por um discurso ligeiro e simplista, culminando em formatos híbridos como a review e menosprezando a interpretação e análise fílmica constituintes da conceptualização distinta do Jornalismo de Cinema.

Palavras-chave: Jornalismo de Cinema; Jornalismo Cultural; Cobertura Jornalística; Cinema; Jornalismo;

Introdução. Especialização jornalística no âmbito da cultura

Como podemos definir, hoje, “Jornalismo de Cinema”? Que tendências desta especialização jornalística encontramos nos principais órgãos de comunicação social portugueses? Neste artigo, pretendemos dar resposta a estas questões e contribuir para uma reflexão sistematizada sobre a definição de Jornalismo de Cinema, enquadrada nas recentes tendências verificadas em Portugal de modo a indagar sobre o futuro desta especialização jornalística.

O Jornalismo de Cinema pode ser um espaço central e impulsionador da Esfera Pública Cultural, ao disseminar informação e ao promover abordagens analíticas, interpretativas e reflexivas sobre a actividade e produção cinematográfica, mas também sobre questões socioculturais e sociopolíticas do nosso tempo. Constitui-se, por isso, enquanto especialização jornalística¹ no âmbito da cultura e das artes.

O jornalismo especializado apresenta-se como um veículo de universalização e democratização de saberes (Llano, 2008, p. 45) que resulta de uma maior exigência dos cidadãos (cada vez mais sectorizados), mas também como uma necessidade dos próprios órgãos de comunicação para atingir uma maior qualidade informativa e um maior aprofundamento dos temas (Moral & Ramírez, 1996; Conde, 2005). Neste sentido, a articulação do campo jornalístico em torno dos polos ‘generalista/especialista’ reflecte, por um lado, as características do público a que se dirigem os órgãos de comunicação e, por outro, as dos próprios órgãos e dos próprios jornalistas (Marchetti, 2005). A especialização jornalística reside, assim, na apetência que a sociedade tem por determinadas áreas.

No âmbito das manifestações artísticas e culturais, podemos assumir que existem especializações jornalísticas para as áreas que Francisco Rodríguez Pastoriza (2006) enuncia: Literatura, Música, Cinema, Artes Plásticas e Artes Performativas. Cada uma destas especializações jornalísticas possui códigos linguísticos, referências próprias e recorre a fontes da sua área específica. Apesar da variedade de manifestações artísticas, cada uma está inserida no quadro do Jornalismo Cultural e não deixando, por isso, de ser, acima de tudo, Jornalismo. Portanto, é partilhada uma identidade jornalística (Deuze, 2005), valores e rotinas profissionais constituintes de uma comunidade interpretativa (Zelizer, 1993) como é a jornalística. Mas no que diz respeito à cobertura de matérias culturais, o jornalismo é desempenhado com uma diferença (Forde, 2003), em que, além da componente informativa, fomenta a capacidade de reflectir sobre obras, produtos, bens, artistas ou pensamentos num processo de mediação na Esfera Pública Cultural. Esta diferenciação traduz-se numa excepcionalidade (Harries & Wahl-Jorgensen, 2007; Azevedo, 2014) em que, independentemente da sua área de especialização, os jornalistas de cultura adquirem uma identidade profissional que está vinculada à capacidade de escrever, interpretar e julgar produtos culturais (Azevedo, 2014).

Tal está intimamente relacionado com a responsabilidade cultural do jornalismo que Mário Mesquita (1998) atribui à forma como os *media* se relacionam com as actividades e manifestações culturais. É, nesse âmbito, que se destaca o papel do Jornalismo Cultural, uma especialização que pode focar-se em manifestações artísticas, no processo de cultura, em temas culturais e antropológicos, em infra-estruturas e bens culturais,

¹ A especialização jornalística pode estar associada a meios de comunicação específicos, por exemplo, o jornalismo televisivo, o jornalismo radiofónico, ciberjornalismo, etc.; a temas como jornalismo económico, ambiental, desportivo, etc.; ou pode estar associada à junção de ambos, como por exemplo, o jornalismo desportivo radiofónico, etc. (Tavares, 2009, p. 115).

em estilos e qualidade de vida, no entretenimento e lazer, na criatividade e inovação, etc., por forma a cobrir todas as dimensões da cultura (Santos Silva, 2021).

Jornalismo de Cinema: definições

Inserido conceptualmente de acordo com as lógicas e características do Jornalismo Cultural está o Jornalismo de Cinema. Esta especialização submete-se paralelamente às práticas do Jornalismo Cultural, conjugando especificidades próprias do jornalismo especializado e do geral como a democratização do conhecimento, ao dar a conhecer e tornar acessíveis determinadas obras, bens e pensamentos; o carácter reflexivo que está impresso no formato de excelência do Jornalismo de Cinema (e do cultural), a crítica; e a dimensão performativa em que o jornalismo contribui para que o cidadão desencadeie uma acção (por exemplo, ir ver um filme).

Portanto, o Jornalismo de Cinema, enquanto subgénero do Jornalismo Cultural, versa sobre o Cinema enquanto manifestação artística e indústria cultural com objectivos informativos que promovem a reflexão sobre a produção e cultura cinematográficas (independentemente da sua origem e destino), o discurso da cinefilia e o consumo de filmes (Lourenço & Centeno, 2021).

Esta especialização tem a actividade cinematográfica enquanto objecto, adoptando conceitos e códigos linguísticos próprios, relacionando fontes (realizadores, produtores, actores, distribuidoras, exibidores, instituições públicas, etc.) e exercendo um papel no campo da actividade cinematográfica. No entanto, “a informação especializada deve ser ‘divulgação contextualizada’, sem se confundir com uma ‘vulgarização’ que signifique ausência de rigor e caricatura do saber, a reboque das estratégias e dos interesses do ‘marketing’ cultural” (Mesquita, 2001). Por isso, são conferidas características ao jornalista cultural como o papel social, enquanto mediador da obra cultural, o que o obriga a ter a capacidade de compreender; o papel da responsabilidade social, veiculando a cultura a partir de uma abordagem aberta, sem paradigmas dominantes; o papel reflexivo, cumprindo simultaneamente uma função informativa e crítica (Santos Silva, 2012).

Neste âmbito, o Jornalismo de Cinema tem um papel essencial na formação do público, nomeadamente através da crítica enquanto formato jornalístico (Lourenço, 2022) exercendo em simultâneo um convite e uma provocação ao cidadão num discurso que dá sentido, extrai significações ou a partir do qual se constroem significações sobre um filme, uma obra ou um artista. Deste modo, a crítica deve “ensinar a ver, informar sobre o que se vê, contextualizar, ensinar, e pôr as questões pertinentes a propósito de um filme, fazer saber interrogá-lo” (Cardoso e Cunha, 2004, p. 88).

O Jornalismo de Cinema tem, assim, como principal finalidade informar sobre a actividade cinematográfica nacional e internacional (estreias, festivais, rodagens, atribuição de prémios, etc.) e o seu contexto envolvente (agentes, políticas públicas, cineclubes, etc.). Desta forma, esta especialização jornalística funciona como intermediário do público, dando a conhecer, através de vários meios, a informação relativa à actividade cinematográfica. No entanto, possui também uma função curatorial/*gatekeeper*, de selecção das obras e dos artistas. Esta é uma função especialmente relevante em períodos de excesso de informação, quando os editores e jornalistas têm de proceder a uma selecção rigorosa de vários produtos, eventos e *press releases* (Kristensen N. N., 2017).

É então conferido a esta especialização jornalística um papel democrático de informar a sociedade e de dar a conhecer as mais variadas obras cinematográficas e os vários pensamentos que emergem neste campo e, nesse sentido, deve ir além do objecto central e, através dele, ler aspectos e questões da actualidade. Usar, neste caso, um filme, como meio de interpretação da realidade. Por exemplo, através do filme *Brexit – The Uncivil War* (2019) de Toby Haynes, olhar para a saída do Reino Unido da União Europeia com outro foco e outro contexto. Tal vai ao encontro do que Pedro Alves refere quando diz que “o cinema pode ser um contributo importante para potenciar codificações e descodificações significativas do(s) nosso(s) mundo(s)” (Alves, 2018). O jornalista de cinema converte-se, assim, numa espécie de espectador/receptor ideal que procede a um trabalho de análise fílmica, de contextualização, interpretação ou até de tradução das obras como explicação e esclarecimento sobre o funcionamento de determinado filme e propondo-lhe uma interpretação, estabelecendo relações entre os vários elementos e significados da obra (Penafria, 2009).

Neste sentido, o Jornalismo de Cinema pode também recorrer à dimensão pedagógica do próprio cinema, agregando à sua função interpretativa e analítica, uma potencial formação do público, uma abertura do discurso da cinefilia, ou mesmo assumindo-se enquanto elemento de promoção para a literacia fílmica, seja como ferramenta privilegiada para eliminar fronteiras entre cultura e educação, seja enquanto mediador e divulgador de fenómenos provenientes da cultura popular e massificada, seja como instrumento que proporciona a democratização desta área específica da cultura (Carneiro Mendes, 2021).

Sete tendências do jornalismo português e cinema em 2019

A partir da investigação “Jornalismo de Cinema em Portugal: uma análise à imprensa, rádio, televisão e meios *online* em 2019” (Lourenço, 2022), desenvolvida entre 2018 e 2022 no Iscte, identificamos e reflectimos sobre as principais características e tendências que marcam o Jornalismo português de Cinema. Esta investigação teve como questão de partida “quais as características, no ano de 2019, da cobertura jornalística do cinema na imprensa, rádio, televisão e meios *online* portugueses?”. Para dar resposta, desenvolveu, entre outros métodos, uma análise de conteúdo extensiva aos principais jornais portugueses (*Público*, *Expresso*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã* e *Observador*) e programas informativos radiofónicos (*A Grande Ilusão* da Antena 2 e *Cinemax* da Antena 1) e televisivos portugueses (*Cartaz Cinema* da SIC Notícias, *Janela Indiscreta* da RTP e *Cinebox* da TVI24) dedicados ao cinema e respectivas páginas *online* ao longo de todo o ano de 2019, procurando compreender a expressão e prática do Jornalismo de Cinema em Portugal, atendendo à especificidade de ser uma actividade jornalística com um elevado sentido reflexivo, interpretativo e pedagógico que se dedica a divulgar e disseminar uma manifestação artística e cultural como o Cinema. Neste sentido, de acordo com as evidências apontadas por esta investigação, podemos apresentar sete tendências desta especialização jornalística no contexto português.

a. Divulgar o cinema, o papel principal

Este papel disseminador verifica-se quando o Jornalismo de Cinema divulga, promove e anuncia grande parte da actividade cinematográfica nacional e internacional, desde as estreias da semana, à participação

de artistas portugueses em festivais internacionais, os festivais nacionais (principalmente os que ocorrem em Lisboa), os prémios atribuídos, ou os *blockbusters* mais aguardados (numa lógica de antecipação) (Lourenço, 2022). Trata-se de uma abordagem celebratória destes acontecimentos ancorada no paradigma informativo (Hellman & Jaakkola, 2011), mas assente numa lógica simplista, sem ser programática ou de mediação, descurando o seu papel na construção do campo artístico e cultural sem qualquer estratégia ou intervenção cultural. De uma forma geral, com as devidas excepções (como o jornal *Público*, ou o programa radiofónico *A Grande Ilusão* da Antena2), estamos perante um Jornalismo que se apresenta transformado em cardápio que orienta o leitor/espectador/ouvinte para uma escolha em função da fruição, do lazer e do entretenimento. O reflexo mais evidente deste cenário são os guias de consumo presentes em todas as edições impressas dos principais jornais generalistas portugueses ao longo do ano².

Esta é uma divulgação do Cinema enquanto actividade norteada apenas pelo paradigma informativo, sem estratégia curatorial e esquecendo as funções de *gatekeeping* do Jornalismo. Acaba por funcionar, na larga maioria dos suportes analisados, enquanto plataforma de legitimação e confirmação de filmes, acontecimentos, personalidades, encarados enquanto produtos “consumíveis”, representando a principal face do Jornalismo português de Cinema em 2019. De certa forma, o Jornalismo tem vindo a perder, progressivamente, o seu lugar ao lado da criação cultural, enquanto se afasta das problemáticas artísticas e culturais, e em simultâneo se aproxima dos valores da indústria e do valor comercial dos conteúdos, traduzindo-se numa desvalorização do capital simbólico do próprio Jornalismo (Baptista, 2017b, p. 72).

b. O olhar celebratório das estreias

As estreias constituem-se como o acontecimento central e com maior presença na cobertura jornalística de cinema, transversal aos vários órgãos de comunicação social portugueses (Lourenço, 2022). Este é o acontecimento que orienta e determina agendas e opções editoriais por parte dos jornalistas, críticos e editores. A maioria dos filmes estreados em Portugal, ao longo de 2019, foi abordada pelo Jornalismo de Cinema com grande destaque para os *blockbusters* ou para os títulos mais aguardados (e antecipados pelos jornais e programas). De forma geral, as opções editoriais direccionam-se em dar espaço a esses filmes que, à partida, já têm sucesso garantido (*blockbusters*, sequelas, etc.), mas há também, ainda que em muito menor quantidade, espaço para o cinema de autor, títulos e artistas menos consagrados e mediáticos (por exemplo, no *Público* ou no *A Grande Ilusão* da Antena2).

Esta cobertura jornalística das estreias assenta na actualidade enquanto valor-notícia, hiperbolizando e celebrando a ideia de novidade que acabou de chegar à sala de cinema. É uma abordagem focada no anúncio da obra enquanto produto, mas que rapidamente se esquece da mesma, excepto quando o filme regista um elevado número de espectadores (prolongando a sua estadia nas salas) ou conquista algum prémio. Parece não existir qualquer abordagem posterior à estreia no sentido de reflectir sobre o que os filmes significaram para o público, tenham tido eles sucesso de bilheteira ou não. Tito Cardoso e Cunha já havia apontado que o jornalista/crítico de cinema se encontra quase sempre limitado aos filmes acabados de estrear, em que não há grande distanciamento crítico, acomodando-se à dimensão sinóptica e a fornecer algumas informações acerca das circunstâncias da produção do filme (Cardoso e Cunha, 2017a, p. 45).

² Com a excepção do *Diário de Notícias* e da revista *E do Expresso*.

O Jornalismo de Cinema acaba por se restringir à agenda de estreias, ignorando que as obras e os artistas possam ser tratados, não de forma redutora, mas aberta, relacionando realidades e as implicações da obra e os temas que aborda na sociedade. Um exemplo evidente deste cenário foi a estreia de *Brexit: The Uncivil War* numa semana decisiva para a saída do Reino Unido da União Europeia e apenas mencionado uma única vez nos órgãos de comunicação social portugueses sem qualquer reflexão ou análise.

Aquilo a que assistimos é uma prevalência da dimensão performativa do Jornalismo de Cinema, mais do que uma componente reflexiva e interpretativa robusta, em que os filmes em estreia são legitimados e valorizados ao aparecerem nos jornais ou programas de rádio e televisão, mas tratados superficialmente continuando, assim, a servir como uma montra do marketing da indústria cinematográfica. Esta tem vindo a ser uma das críticas mais frequentes ao Jornalismo Cultural e, conseqüentemente, ao Jornalismo de Cinema: a cobertura praticamente exclusiva das agendas de eventos das distribuidoras e a ausência de conteúdos fora do cartaz (Santos Silva, 2012, p. 96), uma vez que “os *media* raramente são a força condutora por trás das notícias, muitos dos conteúdos pertencem à agenda e disseminação de actividades planeadas” (Santos Silva, 2021, p. 60), neste caso da indústria cinematográfica. Tal tem por consequência o empobrecimento da agenda cultural, uma abordagem superficial dos factos, a perda de substância nas reportagens e o sucesso dos departamentos de *marketing* (Faro, 2014), o que se verifica em 2019.

Mesmo com a proliferação de plataformas de *streaming* e o aumento de espectadores e filmes produzidos directamente para estes canais, a cobertura jornalística de filmes do *streaming* circunscreve-se aos títulos da autoria de realizadores consagrados. Num momento em que as obras são sugeridas por algoritmos sem qualquer procedimento curatorial ou de mediação, as funções implícitas ao jornalista de cinema são cada vez mais exigentes e urgentes.

c. Ausência de reflexão

Apesar de parecer haver uma estratégia editorial que aposte na crítica (o principal formato nos jornais e programas de rádio em 2019) e na análise fílmica por parte dos órgãos de comunicação social portugueses através do espaço dado à crítica/*review* e ao comentário crítico, estamos perante uma dispersão dessa estratégia sem integrar o leitor, através de uma cobertura despolitizada, orientada para o lazer numa lógica de consumo (Lourenço, 2022).

É certo que estes formatos, à partida inseridos no género opinativo, pressupõem uma função pedagógica e esclarecedora, tal como Tito Cardoso e Cunha (2004) defende. No entanto, apesar de lhes ser atribuído espaço nos jornais e programas, verificou-se um empobrecimento discursivo e argumentativo, traduzido numa narrativa popular, ligeira e simplista, culminando em formatos híbridos como a *review* ou o comentário crítico, tratando-se muitas vezes de um guia para o consumo do espectador de cinema que não tem necessariamente dele uma visão como arte, mas apenas mero entretenimento próprio ao lazer das massas. Assistimos, portanto, a uma larga desvalorização da discussão, do conflito e do escrutínio promotor de uma participação cultural activa, promovendo a demissão da responsabilidade cultural de que o próprio Jornalismo deveria estar dotado, uma vez que “deixará de fazer sentido enquanto actividade autónoma se perder de vista que tem por função ‘colocar à disposição do público a informação de que este necessita para poder formar um juízo’” (Mesquita, 2003, p. 215).

d. Fragilidades da crítica de cinema

A crítica constituiu-se enquanto o formato dominante do Jornalismo português de Cinema, nomeadamente na imprensa e na rádio, enquanto na televisão e nos meios *online* a crítica (ou comentário crítico) surge como o segundo formato com maior frequência (Lourenço, 2022). É aplicado maioritariamente a propósito das estreias. Contudo, apesar de a crítica de cinema marcar presença nos órgãos de comunicação social portugueses, o espaço que lhe é atribuído tem diminuído ao longo dos últimos anos (Baptista, 2017b, p. 79) e adopta um discurso maioritariamente descritivo, ou seja, um discurso que percorre a narrativa do filme, menosprezando a interpretação e análise fílmica que a crítica deveria expor.

Estamos perante um cenário que apresenta a crítica enquanto principal formato no que diz respeito à cobertura jornalística de cinema, mas o que nos apresenta é um formato híbrido, próximo da *review*, numa fórmula que, em poucas linhas, nos apresenta a narrativa do filme e, eventualmente, uma singela opinião, despojada de argumentação, interpretação ou análise. Observamos, assim, uma rarefacção da crítica formativa e mediada, distanciada do “ensinar a ver” defendido por Tito Cardoso e Cunha (2004).

Neste sentido, o género dominante da cobertura portuguesa do cinema é o informativo (que inclui as críticas transformadas em *reviews* com o propósito de informar), deixando de lado o género opinativo e a sua função promotora de uma participação cultural ativa, que se encontra na génese do Jornalismo Cultural e consequentemente do Jornalismo de Cinema. Portanto, há um distanciamento tanto da crítica como da análise fílmica. Esta tendência vai ao encontro do que Kristensen & From já haviam indicado na realidade dinamarquesa quando afirmaram que as fronteiras entre o Jornalismo de *Lifestyle*, o Jornalismo Cultural e o Jornalismo de Serviços se estavam a esbater, tratando como equivalentes manifestações culturais distintas como a música e a gastronomia e articulando-as como expressões tanto da cultura, do *lifestyle* ou do consumo (Kristensen & From, 2012, p. 26). Se a cobertura portuguesa do cinema no ano de 2019 cumpre os objectivos informativos e promove o consumo de filmes, peca por não reflectir sobre a produção e cultura cinematográficas, o que deixa em aberto a possibilidade de uma reconfiguração deste tipo de prática jornalística.

e. Realizadores, os principais protagonistas

A cobertura jornalística do cinema tem os realizadores como principais protagonistas de forma transversal aos vários meios analisados, seguindo-se os actores (Lourenço, 2022). A figura do realizador surge associada à autoria das obras numa lógica de legitimação de artistas criadores através de uma abordagem celebratória da carreira e das obras produzidas em peças biográficas de retrospectiva, normalmente a propósito da estreia de um novo filme do realizador ou de um prémio que tenha ganhado. Ao realizador é associada a autoria da obra cinematográfica, uma vez que é “alguém que ‘realiza’, isto é que torna real, que faz advir ao real algo que porventura possa vir a ter o estatuto de obra de arte” (Cardoso e Cunha, 2017b, p. 22). Esta tendência vai ao encontro daquilo que já havia sido identificado por Kersten & Janssen (2016), em que o realizador é o principal protagonista nas peças jornalísticas dedicadas ao cinema na imprensa de referência europeia e norte-americana.

No entanto, aqueles que são destacados são, por norma, os nomes célebres e já firmados no universo cinematográfico. Salvo raras excepções (como o *Público*), o Jornalismo português de Cinema não dá a conhecer novos autores e artistas, fixando-se naqueles que são já mediatizados. Além disso, verificou-se

uma desigualdade de género dos protagonistas destacados (sejam eles realizadores, actores, ou outra actividade) com um predomínio do género masculino.

Esta centralidade na figura do realizador revela também que outras figuras do sector cinematográfico (por exemplo, produtores, argumentistas, montadores, directores de fotografia, de guarda-roupa, compositores de bandas-sonoras, etc.) são posicionados em segundo plano por parte do Jornalismo português de Cinema e com elas outras abordagens e temas possíveis de cobertura.

f. Jornalismo sem fontes

Verificou-se que a maioria das notícias referentes ao cinema publicadas na imprensa e no *online* (73,2% e 58,7%, respectivamente) não identifica nenhuma fonte para a informação que apresenta (Lourenço, 2022). Este é um panorama que se traduz num empobrecimento generalizado do Jornalismo praticado. A *praxis* jornalística implica verificar a exactidão do relatado, com padrões e procedimentos basilares como o contacto, confronto e cruzamento de fontes. Quando esses procedimentos elementares se dissipam, sobra apenas uma informação debilitada sem ter sido questionada ou aprofundada, não cumprindo os princípios primários do Jornalismo.

Este cenário é resultado evidente do predomínio alargado de um *Churnalism* (Kristensen N. N., 2017), o exercício de um Jornalismo de secretária sustentado em *press releases*, que não procura dialogar, questionar ou contestar. Aplicamos também este conceito ao contexto televisivo que se baseia em conteúdos produzidos pelo *marketing* das produtoras e distribuidoras (mesmo que venham a ser editados pelos jornalistas). Em 2019, em apenas 6,5% das peças apresentadas nos programas de televisão analisados (a maioria pelo *Cinebox* da TVI24), um jornalista questiona directamente uma personalidade do Cinema (Lourenço, 2022).

É certo que estamos perante um Jornalismo repleto de crises e que a Cultura, como bom parente pobre, é das primeiras secções a cortar recursos. Mas não se deveria descuidar o essencial da prática jornalística. Não se deveria deixar de questionar, interrogar e escrutinar para dar lugar ao que, inevitavelmente, acaba por ser uma promoção.

g. Multimédia ausente

A cobertura jornalística *online* do cinema não recorre, em grande medida, a técnicas multimédia (Lourenço, 2022). A maioria das peças publicadas em 2019 não apresenta quaisquer elementos multimédia e das poucas vezes em que apresenta são vídeos (principalmente *trailers*³) ou galerias de imagens (com fotogramas do filme). Mesmo o recurso à hipertextualidade é amplamente escasso (à excepção do *Público* e da página *online* do *Cinemax*).

Na era digital em que vivemos, com tantas possibilidades criativas e ferramentas ao dispor dos jornalistas, a inovação de géneros e formatos com diversas ferramentas de *storytelling* e opções de narrativas imersivas, interactivas e visualmente ricas para o Jornalismo, a cobertura de manifestações artísticas e culturais como o Cinema acaba por ficar remotamente distante da aplicação destas soluções. João Carlos Correia afirma

³ A utilização de *trailers*, produtos de marketing puro, nas peças jornalísticas consubstancia ainda mais a lógica de divulgação e de promoção do consumo dos filmes a que está associado o Jornalismo de Cinema.

que “deveria ser vista no *online* uma possibilidade à arte, enquanto experiência imaginativa sobre a realidade, dando origem a uma dimensão literária que, por sua vez, no ecossistema digital, também ela estaria aberta a ser reapreciada. Esta abertura é também uma abertura à complexidade e à imaginação, de que a racionalidade estético-expressiva constitui uma parte poderosa” (Correia, 2016, p. 126). Ao invés disso, estamos perante um Jornalismo *online* sem inovação, empobrecido visual e multimediaticamente, pouco imaginativo que recorre às mesmas técnicas que se convencionaram na década de 2000, como a hipertextualidade ou as galerias de imagens.

Considerações finais

Ao longo deste artigo, abordámos o enquadramento conceptual do Jornalismo de Cinema enquanto especialização inserida no âmbito do Jornalismo Cultural e identificámos as principais tendências que marcaram a prática desta especialização jornalística no ano 2019.

De forma geral, o Jornalismo português de Cinema satisfaz a função primária do paradigma jornalístico (Hellman & Jaakkola, 2011) – informar –, mas peca no paradigma estético (Hellman & Jaakkola, 2011), sem apresentar qualquer vocação para interpretar, reflectir, questionar, escrutinar ou contextualizar através do cinema da realidade que nos rodeia. Estamos perante um Jornalismo de Cinema assente na divulgação e promoção das estreias e dos festivais, abordadas enquanto produtos e acontecimentos para o lazer, alicerçadas numa lógica de consumo, com uma lacuna na abordagem interpretativa e reflexiva dos filmes e dos temas que tratam.

É um Jornalismo de Cinema que esqueceu a capacidade de reflectir e questionar as obras e os autores e de as/os contextualizar e enquadrar de acordo com o país e o mundo que vivemos. Mas o Jornalismo deixa cada vez mais de mediar, comprometendo a sua legitimidade, resultado de uma dispersão e desorientação dos jornalistas e dos *media* cravados nas suas múltiplas crises e exigindo um recentramento do Jornalismo na função essencial de serviço público (Camponez, 2021).

Este cenário já havia sido observado por Carla Baptista na sua análise ao Jornalismo Cultural português em que afirma que “[o jornalismo precisa de se] posicionar como uma actividade mais dirigida para fazer reconhecer do que para conhecer. Retira-se da função de apresentar o novo, embora hiperbolize a ideia da novidade, e reforça a legitimação do já conhecido. No curto prazo, talvez seja uma estratégia comercialmente mais apelativa (...) No longo prazo, enfraquece a capacidade de o jornalismo poder ser valorizado como um recurso discursivo central na sociedade para empreender uma ‘análítica da actualidade’” (Baptista, 2017a, p. 71).

Podemos estar assim a presenciar aquilo que T. S. Eliot (1996 [1948]) apontava com preocupação no seu ensaio *Notas para a Definição de Cultura*, quando referia que das várias especializações da cultura poderia advir a desintegração cultural, gerando nichos de debate e reflexão cultural isolados, ou seja, o debate é circunscrito a pequenos círculos e não se expande nem se relaciona com a cultura num sentido amplo e próximo de toda a sociedade dissipando-se dos órgãos de comunicação social.

Perante esta paisagem, o Jornalismo, enquanto agente socializador, precisa de se continuar a comprometer com o público, com a verdade ao seu alcance e com a democracia (Camponez, 2021), sem se demitir da

responsabilidade social e cultural intrínseca à actividade jornalística e mobilizando-se para a promoção da reflexão e de um discurso crítico que ofereça recursos argumentativos, aumente o capital cultural dos cidadãos, conteste e coloque obras, pensamentos e artistas em diálogo com a sociedade. Por isso, o Jornalismo necessita de revisitar o seu envolvimento com a sociedade, repensar as prioridades, reacender a sua relevância adormecida e questionar o *modus operandi* padrão (Zelizer, Boczkowski, & Anderson, 2022).

Financiamento

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

Referências bibliográficas

- Alves, P. (13 de Novembro de 2018). *Amplificar o real pela essência pedagógica do cinema*. Obtido em 14 de Novembro de 2018, de *Público*: <https://www.publico.pt/2018/11/13/culturaipilon/opiniao/amplificar-real-essencia-pedagogica-cinema-1850782>
- Azevedo, C. (2014). Contributos para uma Definição das Funções de Jornalista Cultura a partir de um Estudo de Caso do Jornal Diário de Notícias. Em C. Baptista (Ed.), *Cultura na Primeira Página: O Lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo - Caderno de Reflexões* (1ª ed., pp. 65-77). Mariposa Azul.
- Baptista, C. (2017a). Jornalismo Cultural em Portugal - retrato de uma década e projecções para o futuro. Em C. Baptista (Ed.), *A Cultura na Primeira Página - Uma década de jornalismo cultural na imprensa em Portugal* (1ª ed., pp. 43-86). Escritório Editora.
- Baptista, C. (2017b). Balanço de uma década de jornalismo cultural em Portugal (2000-2010). Em J. N. Matos, C. Baptista, & F. Subtil (Edits.), *A Crise do Jornalismo em Portugal* (1ª ed., pp. 72-81). Deriva Editores.
- Camponez, C. (2021). O Jornalismo Morrerá este Ano: Viva o Jornalismo! Em C. G. Riley, C. Henriques, P. M. Gomes, & T. Cardoso e Cunha (Edits.), *A Liberdade por Princípio: Estudos e Testemunhos em Homenagem a Mário Mesquita* (pp. 231-246). Tinta da China.
- Cardoso e Cunha, T. (2004). *Argumentação e Crítica* (1ª ed.). Minerva Coimbra.
- Cardoso e Cunha, T. (2017a). Particularidades da crítica de cinema. Em P. Cunha, & M. Penafria (Edits.), *Crítica do Cinema - Reflexões sobre um Discurso* (1ª ed., pp. 35-52). Labcom.IFP.
- Cardoso e Cunha, T. (2017b). Teorias dos Cineastas versus Teoria do Autor. Em M. Penafria, E. T. Baggio, A. R. Graça, & D. C. Araujo (Edits.), *Revisitar a Teoria do Cinema. Teoria dos Cineastas - Vol.3* (pp. 15-27). LabCom.IFP.
- Carneiro Mendes, E. (2021). Combates pelo Cinema: da importância de ver, ouvir e ler narrativas audiovisuais na escola. Em J. Lourenço, & P. Lopes (Edits.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural* (pp. 71-92). NIP-C@M. <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.4>

- Conde, R. B. (2005). *Periodismo Especializado*. Ediciones Internacionales Universitarias.
- Correia, J. C. (2016). Repensar o papel da literatura e do jornalismo no século XXI: a reportagem jornalística no centro das humanidades digitais. *Mediapolis*(3), 119-132. https://doi.org/10.14195/2183-6019_3_8
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Eliot, T. S. (1996 [1948]). *Notas para uma Definição de Cultura*. Século XXI.
- Faro, J. S. (2014). Jornalismo Cultural: informação e crítica, mais que entretenimento. Em J. S. Faro, *Apontamentos sobre Jornalismo e Cultura* (1ª ed., pp. 32-51). Buqui.
- Forde, E. (2003). Journalists with a difference: producing music journalism. Em S. Cottle (Ed.), *Media Organization and Production* (1ª ed., pp. 113-130). SAGE. <https://dx.doi.org/10.4135/9781446221587.n7>
- Harries, G., & Wahl-Jorgensen, K. (2007). The culture of arts journalists. *Journalism*, 8(6), 619-639. <https://doi.org/10.1177/1464884907083115>
- Hellman, H., & Jaakkola, M. (2011). From aesthetes to reporters: The paradigm shift in arts journalism in Finland. *Journalism*, 13(6), 783-801. <https://doi.org/10.1177/1464884911431382>
- Kersten, A., & Janssen, S. (2016). Trends in Cultural Journalism: The development of film coverage in cross-national perspective, 1955-2005. *Journalism Practice*, 11(7), 840-856. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1205955>
- Kristensen, N. N. (2017). Churnalism, Cultural (Inter)mediation and Sourcing in Cultural Journalism. *Journalism Studies*, 19(14), 2168-2186. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1330666>
- Kristensen, N. N., & From, U. (2012). Lifestyle Journalism: Blurring Boundaries. *Journalism Practice*, 6(1), 26-41. <https://doi.org/10.1080/17512786.2011.622898>
- Llano, R. (2008). *La Especialización Periodística*. Editorial Tecnos.
- Lourenço, J. (2022). *Jornalismo de Cinema em Portugal: uma análise à imprensa, rádio, televisão e meios online em 2019*. Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação. Iscte - Instituto Universitário de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10071/26154>
- Marchetti, D. (2005). Sub-fields of specialized journalism. Em R. Benson, & E. Neveu (Eds.), *Bourdieu and the Journalistic Field* (pp. 64-82). Polity Press.
- Mesquita, M. (1998). Mário Mesquita: "Não acredito que o serviço público possa ser adequadamente assegurado por operadores privados". *A Galáxia de Bill Gates e a responsabilidade cultural do jornalismo*, 65-91. (A. Portela, Entrevistador) Bizâncio.
- Mesquita, M. (13 de Maio de 2001). *A cultura na primeira página*. Obtido em 2 de Novembro de 2015, de *Público*. <http://www.publico.pt/espaco-publico/jornal/a-cultura-na-primeira-pagina-157678>
- Mesquita, M. (2003). *O Quarto Equívoco - O poder dos media na sociedade contemporânea*. MinervaCoimbra.
- Moral, J. F., & Ramírez, F. E. (1996). *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Editorial Síntesis.
- Pastoriza, F. R. (2006). *Periodismo Cultural* (1ª ed.). Editorial Síntesis.

- Penafria, M. (2009). Análise de Filmes - conceitos e metodologias. *Actas do VI Congresso SOPCOM*. BOCC: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>
- Santos Silva, D. (2012). *Cultura & Jornalismo Cultural: Tendências e Desafios no Contexto das Indústrias Culturais e Criativas*. Media XXI.
- Santos Silva, D. (2021). *Innovation in european journalism. The case of cultural journalism*. ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/cqut-tyr4>
- Tavares, F. d. (2009). O jornalismo especializado e a especialização periodística. *Estudos em Comunicação*, 5, 115-133. <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>
- Zelizer, B. (1993). Journalists as Interpretative Communities. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(3), 219-237. <https://doi.org/10.1080/15295039309366865>
- Zelizer, B., Boczkowski, P. J., & Anderson, C. W. (2022). *The Journalism Manifesto*. Polity Press.