

MÍDIA LOCAL, MERCADO E SERVIÇO: A Crítica de cinema como diferenciação
LOCAL JOURNALISM, MARKET AND SERVICE: The filme criticism as differentiation

Marcos José Vieira Curvello¹ Jacqueline da Silva Deolindo²

RESUMO

A partir do conceito de diferenciação, oriundo da economia de mídia, este artigo como objetivo discutir o papel da crítica enquanto serviço da atividade jornalística especializada em cultura e apresentar um estudo da apreciação cinematográfica do jornal Folha da Manhã, diário editado no interior fluminense. Foram analisados 27 textos, considerando sua estrutura e conteúdo, bem como o perfil e a qualificação dos autores. Diante da escassez de referências sobre a crítica em contextos regionais, destaca-se, aqui, a importância de se conhecer e compreender esse tipo de produção, usada como estratégia de mercado que reflete na performance da mídia local para atender um público interessado em informações e interpretações sobre o universo da sétima arte.

Palavras-chave: Jornalismo cultural. Crítica de cinema. Serviço. Jornais do interior.

ABSTRACT

Based on the concept of differentiation, originated from the media economy, this article aims to discuss the role of film criticism as a service of journalistic activity specialized in culture and present a study of the cinematographic appreciation of the newspaper Folha da Manhã, edited in the countryside of Rio de Janeiro state. Were analyzed 27 texts, considering their textual structure and content, as well as the profile and the qualification of the authors. Given the scarcity of references to film criticism in regional contexts, we emphasize the importance of acknowledge and comprehend this kind of production, used as a market strategy that reflects on the performance of the local media to serve a public interested in information, and interpretations about the universe of the seventh art.

Key words: Cultural journalism. Film criticism. Market strategy. Newspaper at countryside.

¹ Jornalista pelo Centro Universitário Fluminense (UNIFLU), em Campos dos Goytacazes (RJ) e pesquisador colaborador vinculado ao Núcleo de Iniciação à Pesquisa em Comunicação Professor Orávio de Campos Soares (NIPEC/UNIFLU/CNPq), na mesma cidade. Aluno especial do Programa de Mestrado em Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). E-mail: mjvcurvello@gmail.com

² Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCom/UERJ). Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Fluminense (UNIFLU), onde lidera o Núcleo de Iniciação à Pesquisa em Comunicação Professor Orávio de Campos Soares (NIPEC/UNIFLU/CNPq), desenvolvendo trabalhos na linha Jornalismo e Práticas Regionais. Professora do curso de Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense em Campos dos Goytacazes (RJ). Email.

Enderço para correspondência: mjvcurvello@gmail.com, jacquelineolindo@gmail.com

1. ACESSO AO CINEMA NO BRASIL: UM PANORAMA

Segundo o Observatório do Cinema e Audiovisual, ligado à Ancine (Agência Nacional de Cinema), em abril de 2018 o Brasil atingiu o índice 3.279 salas de cinema comerciais em funcionamento em todo o país. Considerado um “acontecimento histórico” (ANCINE, 2018b, on-line), esse recorde ultrapassa o registrado em 1975, quando o número de salas havia chegado a 3.276, 80% delas em cidades do interior, ou seja, em centros urbanos fora das regiões metropolitanas. Nesse intervalo de 43 anos, o cinema brasileiro viveu uma verdadeira crise, motivada, entre outros fatores, pela “urbanização acelerada, a falta de investimentos em infraestrutura urbana, a baixa capitalização das empresas exibidoras [e] as mudanças tecnológicas”. (ANCINE, 2018a, on-line)³. Flávio Cândido (2002), demarca, ainda, que

O substancial aumento do preço do ingresso para compensar a fuga do público nos anos 80 e a paulatina migração dos cinemas para os shoppings até a definitiva implantação dos multiplex afastaram das poltronas as camadas mais pobres da população, que desde os anos 50 sustentaram o filme brasileiro nas bilheterias.

Tal fato jogou o cinema no colo na classe média. [...] É importante lembrar que, atualmente, a classe média é quem basicamente compra os cerca de 90 milhões de ingressos vendidos anualmente no Brasil. (CANDIDO, 2002, p. 39)

Isso se refletiu, por exemplo, na redução do número de espaços exibidores, que caiu para 1 mil em 1997, quase todos concentrados nas capitais dos estados, com destaque para o eixo Rio-São Paulo. (ANCINE, 2018a, on-line). Desde então, diversas iniciativas governamentais e privadas aplicaram-se à retomada, não apenas para ampliação do número, modernização e interiorização das salas de cinema, mas também para o fomento da produção audiovisual no país de modo a atender os diversos públicos em suas demandas por essa atividade cultural.

Ainda que se façam diversas críticas ao modo como esse avanço acontece, como veremos adiante, o fato é que hoje o Brasil contabiliza 64.431 habitantes por sala, um número ainda longe do ideal, mas bem superior ao de 2002, por exemplo, cenário a partir do qual nos falou Cândido (2002, op. cit), quando o país somava 1.635 espaços de exibição e 109.037 habitantes por sala de cinema. Apesar de o preço médio dos ingressos já ter ultrapassado R\$ 15, obviamente acompanhando a infla-

³ No link <https://public.tableau.com/profile/oca8662#!/vizhome/SalaldeCinemanoBrasil_0/Painel1>. Ver referências completas ao final do artigo.

ção, o público também tem crescido: passou de 90.865.988 em 2002 para mais de 181.200.000, percentual acima do de crescimento da população em geral. As unidades federativas com maior número de salas, atualmente, continuam sendo São Paulo, com 1.038, e Rio de Janeiro, com 368, mas tem ocorrido um novo avanço do cinema para o interior brasileiro com a abertura de salas fora das capitais e regiões metropolitanas (ANCINE, 2018b, *online*). Na figura abaixo, temos a atual geografia do cinema brasileiro, que aponta a presença do cinema em cidades do interior através dos pontos em menor escala.

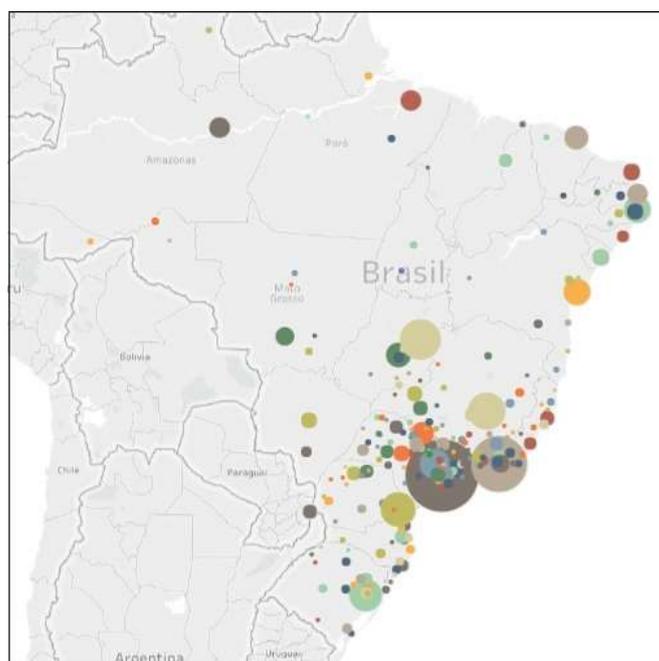


Figura 1 – Distribuição das salas de cinema no Brasil – 2018. Fonte: Reprodução ANCINE, 2018b, *online*.

Hoje a principal política pública voltada para a interiorização das salas de cinema no Brasil é o programa integrado de expansão do parque exibidor “O cinema perto de você”, instituído pela Lei 12.599/2012 e desenvolvido pela ANCINE com dois parceiros: o BNDES, que gerencia as linhas de crédito para as propostas comerciais cadastradas, e a Caixa Econômica Federal, que gerencia as propostas enviadas pelas prefeituras para projeto Cinema da Cidade, visando à instalação de complexos cinematográficos em municípios com mais de 20 mil e menos de 100 mil habitantes. Com foco na classe C, o programa, segundo os idealizadores, foi concebido para enfrentar desequilíbrios como a concentração geográfica das salas (em geral localizadas nos shoppings centers de centros urbanos de maior porte, em detrimento das áreas periféricas desses mesmos centros), estimular a instalação de mais cinemas no Norte e Nordeste do Brasil e nas cidades do interior brasileiro não atendidas ou mal

atendidas por salas de cinema. Visa-se também, ainda segundo as mesmas fontes, a uma maior atenção à distribuição de filmes, digitalização, medidas regulatórias para evitar práticas comerciais abusivas e recolhimento de informações que subsidiem o planejamento das entidades regulatórias e agentes privados. (ANCINE, 2018a, on-line).

Registre-se que pesa sobre a iniciativa uma crítica relevante feita por Carvalho e Geraldes (2016), que apontam que, “por enxergar o cinema como prática de consumo, e não como direito à cultura, o programa não contribui significativamente para a diminuição das desigualdades de acesso.” (CARVALHO; GERALDES, 2016, p. 122). Para as autoras, que exploram em seu artigo os conceitos de oferta e acesso e debatem sobre a ausência de uma política de preços que opere na redução do valor dos ingressos, em geral determinado pelo objetivo de lucro dos grandes conglomerados do ramo, seria necessário uma ação mais conjuntural para, de fato, se modificar o cenário do cinema brasileiro. Em suas palavras,

É possível perceber que em outros momentos históricos houve uma conjuntura que favorecia a prática de ingressos a preços populares e a existência de salas não apenas nos bairros centrais das grandes cidades, mas também no interior e nas periferias. As condições para ampliação do acesso ao cinema certamente não são as mesmas dos anos 1970, especialmente quando se leva em consideração a capacidade de alcance da televisão e da internet hoje, porém o foco de atuação da política, além de se concentrar no modelo tradicional de exibição, o faz sob uma perspectiva majoritariamente comercial, atuando de forma muito restrita diante das possibilidades de acesso. Uma política pública não está livre das pressões e considerações do mercado, mas deve ser constituída de processos que privilegiem a igualdade, a diversidade e a participação diante da hegemonia do mercado. (CARVALHO; GERALDES, 2016, p. 119).

Embora não seja nosso objetivo discorrer mais detidamente sobre as políticas públicas voltadas para o acesso ao cinema⁴, consideramos importante registrar que não deixamos de reconhecer todos os problemas referentes ao acesso à cultura e ao lazer por extensas camadas da sociedade brasileira. São relevantes e necessárias as discussões que dizem respeito ao fomento das produções audiovisuais, à cota de tela para o cinema nacional, às questões estéticas e narrativas dos filmes e ao poderio dos grandes conglomerados. No entanto, também não podemos desconsiderar a relevância das iniciativas de levar o cinema a mais e mais pessoas, garantindo que um público cada vez mais amplo tenha, de fato, a oportunidade dessa experiência cultural. Como também coloca Cândido (2002)

⁴ Para outras leituras sobre o Programa Cinema Perto de Você e sobre o papel do Estado no incentivo à produção e consumo de audiovisuais no Brasil, ver, por exemplo, Gonçalves (2018), Alves (2017) e Moraes (2016) nas referências.

[...] não custa lembrar que mesmo que o cinema tenha sido utilizado como propaganda ou ensaio político, alcançado o mais alto nível intelectual ou arranhado o fundo do poço da expressão artística, ou, ainda, que um filme tenha sido feito apenas para o entretenimento descompromissado, desde o seu nascedouro, o cinema, como expressão artística ou como comunicação social, nasceu como espetáculo e para a diversão. Em momento algum se deve perder de vista essa dimensão ontológica. (CANDIDO, 2002, p. 39).

Ainda que a interiorização e o crescimento do público sejam processos de médio e longo prazos, fato é que a existência de políticas públicas favoráveis à democratização do acesso ao cinema bem como o rearranjo do mercado diante da presença/intervenção de novos agentes e empresas, sejam públicos ou privados, têm apresentado resultados, e muitas das cidades representadas no mapa acima estão sendo atendidas por esse serviço de cultura e lazer pela primeira vez.

É nesse cenário que está inserido nosso objeto de estudo: a crítica de cinema feita em cidades do interior. Em termos acadêmicos, tomar a avaliação cinematográfica no contexto dessa (re) expansão do cinema, constitui, a nosso ver, uma oportunidade de estudo porque, em geral, contempla-se apenas o trabalho feito pelos grandes veículos de comunicação, ou seja, jornais, revistas e *sites* de notícias, entre outras plataformas de alcance nacional — ou pelo menos que atinjam grandes audiências. Pouco se sabe sobre esse tipo de serviço nos jornais do cidades não metropolitanas, ou cidades do interior, onde há, como vimos, um crescente público consumidor. Pelo menos no Estado do Rio, em nível de pós-graduação, são poucos os estudos tanto sobre a crítica de cinema e inexistentes os estudos sobre a crítica na mídia no interior. Uma pesquisa exploratória nos bancos de dissertações e teses dos programas de pós-graduação em Comunicação oferecidos por instituições localizadas no Estado do Rio (UFRJ, UFF, UERJ e PUC-Rio) aponta que apenas duas pesquisas, em um universo de 800, aproximadamente, disponíveis desde 2004, são sobre crítica de cinema: a tese “Passado, presente: crítica cinematográfica e questões historiográficas do cinema da retomada (1990-2003)”, de Maurício de Medeiros Caleiro, defendida em 2013 na Universidade Federal Fluminense, e a dissertação “Cinema em revista: Alex Viany na Senhor 1959 a 1963”, de Maria Emília Borba Cremona, defendida em 2005 na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Nesses bancos de dados, localizamos 18 trabalhos cujos temas relacionam-se de algum modo com os estudos de comunicação/jornalismo local ou regional. Desses, cinco têm como objeto de estudo específico os fenômenos de comunicação/jornalismo no interior fluminense, mas nenhuma contempla a crítica de cinema.

Entendemos que nosso recorte pode ter excluído outros estudos sobre o tema realizados em programas de pós-graduação em Comunicação de IES de outros estados brasileiros, estudos sobre o

tema em outros programas de pós-graduação (vide a dissertação em História, de Thaís Campelo Lucas, citada adiante), bem como também reconhecemos que esse levantamento não contempla trabalhos de conclusão de curso em nível de graduação e pós-graduação *latu sensu*. No entanto, consideramos que se trata de um indicativo importante da novidade e da relevância da discussão a que se propõe, figurando, então, como uma oportunidade de contribuir com a literatura sobre mídia em escala regional.

Este texto, especificamente, resulta de pesquisa sobre a crítica de cinema da Folha da Manhã, jornal diário editado em Campos dos Goytacazes, localizada a 300 km da capital Rio de Janeiro. Com aproximadamente 600 mil habitantes e um histórico importante de relacionamento com a sétima arte, a cidade conta hoje com dois cinemas. O referido jornal, fundado em 1978, é uma referência regional e único na cidade a publicar críticas de cinema, feita por jornalistas e colaboradores locais, regularmente, há pelo menos 30 anos. Ainda que não estejamos falando de uma cidade de interior cuja demografia está dentro da faixa contemplada pelo programa Cinema Perto de Você, citado acima, nem mesmo de uma cidade que está recebendo cinema pela primeira vez graças à inauguração de algum complexo pelos investimentos exclusivos da iniciativa privada, nossa intenção com a pesquisa é verificar a natureza da apreciação cinematográfica nela produzida e veiculada por um jornal local, o perfil dos críticos e sua qualificação, bem como propor uma discussão sobre a crítica cinematográfica — forma como comumente são tratados dois gêneros distintos, a crítica, propriamente dita, e a resenha, cujas aproximações e distanciamentos serão discutidos mais abaixo — enquanto especialização, serviço e estratégia do mercado de mídia local e regional. Especialização na medida em que demanda bagagem teórica e/ou prática específica; serviço pois atende demandas do público por notícias, informação e interpretação de fatos determinados e estratégia porque, enquanto exclusividade de uma determinada mídia entre todas as outras que disputam o mesmo mercado, dota essa mesma mídia de um valor diferenciado, principalmente quando, como no caso aqui em questão, a crítica cinematográfica feita pelo jornal do interior não é “importada” dos grandes veículos ou oferecida por uma agência, mas produzida exclusivamente para o público frequentador das salas de cinema da cidade. A análise tem o potencial de nos ajudar a entender como tal serviço seria estruturado em cidades do interior e jornais que nelas operam, independente do porte.

Para abordar essa temática, então, o texto é dividido em seis seções. A primeira parte é esta introdução; a segunda, fala sobre o jornalismo como serviço, sua influência na formação da opinião pública e sobre especialização jornalística; a terceira, fala da apreciação de produtos culturais propriamente dita, sua origem, evolução e funções; quarta parte apresenta nosso estudo de caso; a quinta parte traz nossas reflexões sobre mercado de mídia, valor e diferenciação dos produtos jornalísticos e a última seção é a conclusão.

2. JORNALISMO: INFORMAÇÃO E OPINIÃO COMO SERVIÇO

Luiz Beltrão (1960, p. 61) afirma que “jornalismo é, antes de tudo, informação”, definição que compreende o que há de essencial à atividade. Tessitura da sociedade contemporânea, a informação goza de mercado próprio, uma indústria que movimentava cifras incalculáveis e conta com pontos de venda e distribuição espalhados por todo o mundo físico e, hoje, virtual. Tudo isso faz da informação, provavelmente, o bem mais requisitado e consumido pela sociedade contemporânea. As atribuições do jornalismo, porém, não se esgotam em tão somente dar a saber. Ao longo de seu processo de profissionalização, o jornalismo historicamente também assume para si os papéis de ensinar e orientar o cidadão (HOLHFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2001). Ainda hoje, atesta Felipe Pena (2005), “o jornalismo é um serviço público” (p. 107), que tem, entre outras, a função de “melhorar o debate público” (p. 171) e fazer com que o cidadão tenha “compreensão do contexto dos acontecimentos” (p. 160).

A informação, contudo, divide espaço e importância com a opinião, objeto de interesse do presente estudo. Discípulo de Beltrão, José Marques de Melo deu sequência ao trabalho de estudos dos gêneros jornalísticos e constituiu parâmetros de classificação do conteúdo, baseando-se em sua intenção: o jornalismo informativo como reprodução do real e o opinativo como leitura dessa mesma realidade. (MELO, 2003). Compõem o gênero opinativo o editorial, o comentário, o artigo, a resenha ou a crítica, a coluna, a crônica, a caricatura e a carta do leitor, que teriam como característica mais relevantes a intenção, se não a capacidade, de influenciar a opinião pública.

E seja em sua natureza informativa ou em sua natureza opinativa, a segmentação é outra característica do jornalismo que convém destacar. Podemos falar de um jornalismo segmentado a partir do século XIX, se pensarmos nos periódicos políticos que circularam pelos Estados Unidos e pela Europa a partir daquele período histórico, ou nas revistas dedicadas à literatura ou ao público feminino, mais ou menos na mesma época, circulando repletas de informações sobre moda, culinária, artes e conselhos de comportamento.

No Brasil, jornais pioneiros como A Gazeta do Rio de Janeiro, O Patriota e Minerva Brasiliense, já traziam, na primeira metade do século XIX, artigos relacionados à ciência e à tecnologia, lembra Bueno (2015, p. 281). Mas, é no século XX, com a pujança da indústria cultural, que a segmentação jornalística se intensifica e leva à mais alta divisão do trabalho. O jornalismo cultural é uma dessas especializações.

De origem irrastrável, como atesta Piza (2007, p. 11), o jornalismo cultural é um produto de grande influência iluminista e tem um marco importante no surgimento, em Londres, da revista diária

The Spectator. Editada pelos ensaístas Richard Steele e Joseph Addison, tornava mais acessíveis assuntos que iam da arte à política, dos costumes à filosofia — como ressalta o autor, um produto que nasceu na cidade e com a cidade para o homem da cidade. E foi nesse clima efervescente para o jornalismo europeu que, devido “ao poder multiplicador da imprensa”, nasceu uma era de ouro para a atividade, “tão influente na modernidade quanto as revoluções políticas, as descobertas científicas, a educação liberal ou o romance realista”. (PIZA, 2007, p. 13).

Este contexto possibilitou a Samuel Johnson, desenvolver a obra que o credenciaria como o primeiro grande crítico cultural e o tornaria “o pai de todos os críticos europeus, americanos ou brasileiros cujas opiniões sobre um livro ou outro tema, nos séculos seguintes, eram esperadas com fôlego preso por uma pequena, mas decisiva plateia”. (PIZA, p. 13-14).

Também é notável a contribuição de Sainte-Beuve, cujas análises nos jornais *Le Globe* e *Le Constitutionnel* reestruturaram o jornalismo cultural praticado até então e conferiram ao crítico “sua própria dignidade”, “independente de academias ou de uma obra ficcional”. (PIZA, p. 15).

Nos anos 1800, o jornalismo cultural cruzou o Oceano Atlântico. Popularizou-se primeiro nos Estados Unidos, onde se destacaram como críticos o escritor Edgar Allan Poe — a atividade lhe valia o sustento, mais que a literatura pela qual seria lembrado — e o romancista Henry James, apenas para citar dois precursores.

Sérgio Luiz Gadini (2003, p.17) aponta “o Jornal do Commercio do Rio de Janeiro (através do suplemento Folhetim, em 1838) como um dos primeiros periódicos do país que tematizam questões culturais”. Mas, o jornalismo cultural só tomaria vulto no país a partir do final do século XIX, com o trabalho de Machado de Assis (PIZA, 2007, p. 16), e outros escritores, a exemplo de seu amigo José Veríssimo.

A chegada do XX, todavia, trouxe mudanças ao jornalismo e, conseqüentemente, à crítica cultural. Na Inglaterra, Bernard Shaw polemizava a política, observava a sociedade e analisava a estética. Criou “um novo modelo de jornalismo cultural” e impôs ao crítico a necessidade de se ocupar da realidade que o cercava.

O austríaco Kal Krauss, por sua vez, discutiu a cena cultural de seu país através da revista *A Tocha*, que fundou em 1899 e, durante muito tempo, editou sozinho. Fechada pelos nazistas em 1936, a publicação, a exemplo de Shaw, conjugava sátira política e comentário estético. Nascia, então, um jornalismo cultural atento ao seu objeto e ao mundo ao redor, que “descobriu a reportagem e a entrevista, além de uma crítica de arte mais breve e participante”. (PIZA, p. 18-19).

É justamente na passagem do século XIX para o XX que o jornalismo começa a se organizar no Brasil. As redações se profissionalizam, a administração ganha caráter empresarial, o jornalista

passa a ser o sujeito graduado e a contribuição de escritores, poetas, profissionais e políticos recebe destino específico dentro da estrutura editorial. Em meio a essas mudanças, diversos jornais contribuíram para o reconhecimento da cultura como notícia nos periódicos brasileiros. O Correio da Manhã, que circulou entre 1901 e 1974, trazia, desde seu lançamento, divulgava literatura, cinema, teatro e música. A partir de 1906, esses assuntos passaram a preencher um suplemento semanal. (GADINI, 2003).

Na passagem da década de 1920 para a de 1930 acontece a estruturação de uma indústria da diversão, das artes e do lazer como bens de consumo. Encorajado pelo crescimento urbano, notadamente em São Paulo, a hoje chamada classe média começa a se distinguir e aumentar o seu poder de compra. O surgimento do rádio, primeiro meio de comunicação de massa, ajudou a divulgar a música nacional e internacional, movimento reforçado pela chegada dos discos de vinil. O desenvolvimento do mercado de consumo e a invasão de produtos importados — a exemplo de ritmos musicais como o bolero, o *be-bop* e o *rock'n'roll* —, depois da Segunda Guerra Mundial, trouxeram uma nova e importante mudança no âmbito da cultura.

E é nesse contexto que surgem, nos anos 1950, a maioria dos cadernos culturais⁵, impulsionados por diversos fatores, como fortalecimento das bases da indústria cultural, das condições técnicas e tecnológicas de produção dos bens culturais e simbólicos, ampliação e melhoramento dos sistemas de transporte, aumento da população, do poder aquisitivo em geral e da faixa de público consumidor, fortalecimento da esfera cultural, entre outros. (GADINI, 2003, p. 81).

Em 6 de outubro de 1956 O Estado de S. Paulo lança o Suplemento Literário, que se constitui como um “marco de algumas transformações da cobertura jornalística da cultura” que marcariam as décadas de 1960 e 1970. Suas seis páginas continham seções fixas e incluía resenhas, artigos, contos, poemas, ilustrações e entrevistas. Além, da literatura, contemplava as artes plásticas, o cinema, a música e o teatro.

Contudo, foi apenas nos anos 1980 que a Folha de S. Paulo, popularizada pelo movimento das Diretas-já, e O Estado de S. Paulo “consolidaram seus cadernos culturais diários, a Ilustrada e o Caderno 2”, respectivamente. Piza (2007) também cita a atuação de Paulo Francis como crítico de teatro no Diário Carioca e no jornalismo cultural no jornal Última Hora, nas revistas Senhor e Diners, no tabloide O Pasquim e no semanário Opinião, apenas para citar alguns.

⁵ Entre os jornais que, nos anos 1950, possuíam suplementos, páginas ou sessões culturais, destacam-se: Jornal do Comércio, A Manhã, Diário de Notícias, O Jornal, O Estado de Minas, Correio da Manhã, O Estado de S. Paulo, Diário Carioca, Jornal do Brasil, Folha da Manhã e O Globo. A Ilustrada, da Folha de S. Paulo e o B, do Jornal do Brasil, ambos lançados em 1959, estão entre os primeiros a circular diariamente.

Uma das características que marcaram a chegada da década de 1990 foi a crescente abertura a assuntos além das chamadas “belas-artes” — arquitetura, pintura, escultura, música, dança e teatro, literatura e cinema. “Moda, gastronomia e *design*” começaram a ter espaço nas páginas dos cadernos de cultura e ganharam, desde então, companhia de outros temas, como tecnologia, *games* e quadri-nhos.

Com a popularização dos meios digitais, a partir dos anos 2000, a crítica cultural encontrou, na internet, novo espaço e alcance. São *blogs* e *sites* especializados, portais de conteúdo colaborativo, agregadores de críticas, redes sociais temáticas, canais no *Youtube*, *podcasts* e *videocasts*. Esses canais são mantidos por jornalistas de entretenimento, críticos de formação ou vocação, profissionais e entusiastas cujas áreas de interesse orbitam ou são parte da indústria cultural, fenômenos da *web* e até consumidores regulares de bens culturais que tecem comentários a partir das próprias experiências. O que não significou o fim da crítica nos meios impressos.

3. A CRÍTICA COMO SERVIÇO DO JORNALISMO CULTURAL - CASO BRASILEIRO

Segundo Melo (2003), a análise especializada dos produtos culturais teve início na imprensa brasileira pelas “belas-artes”, publicadas em veículos direcionados a um público exigente e dotado de certo conhecimento sobre o assunto. Portanto, “era natural que os editores cedessem espaço para a publicação de matérias bem elaboradas, cujo cerne é a análise da própria obra-de-arte e não a orientação para o seu consumo”. (MELO, 2003, p. 130-131).

Crítico de teatro, Arthur Azevedo foi quem primeiro se ocupou do cinema no Brasil. No jornal “O Paiz”, comentou, a partir de 1897, filmes exibidos em casas teatrais do Rio de Janeiro. O trabalho persistente nesta nova trincheira cultural rendeu a Azevedo o reconhecimento como crítico cinematográfico brasileiro, segundo cronologia organizada por Ruy Gardnier e Juliano Tosi para o *site* da Revista Contracampo⁶.

Em 1913, a revista Cinema tornou-se a primeira publicação brasileira a trazer comentários sobre filmes. Sua trajetória foi curta — apenas um ano —, mas abriu caminho para uma série de outros periódicos, como “A Fita (1913), Revista dos Cinemas (1917), Palcos e Telas (1918), Cine Revista (1919), A Tela e Artes e Artistas (1920), Telas e Ribaltas e Scena Muda (1921) e Foto-Film (1922)”. (LUCAS, 2005, p. 57).

Paralelamente, a crítica de cinema começa a surgir, também, em publicações não especializadas, como Klaxon, Fon-Fon! e a Revista do Brasil, por exemplo. Em 1924, Pedro Lima passa assinar

⁶ Sem data. Ver referências.

a coluna O Cinema no Brasil, na revista *Selecta*, estabelecendo-se como primeiro jornalista especializado na cobertura diária do cinema nacional. Nos anos posteriores, Lima seria responsável pela popularização da imagem do crítico como alguém cujo juízo era igualmente capaz de despertar medo e admiração.

Quando a industrialização finalmente atingiu o jornalismo brasileiro, na década de 1930, os jornais e revistas deixaram de circular exclusivamente entre as elites econômicas e a Academia e ganharam as ruas. A classe média e o operariado qualificado eram consumidores potenciais dos novos bens culturais, e na medida em que os intelectuais foram dando lugar aos jornalistas remunerados, que escreviam não para o conhecedor, mas para a massa, criou-se um racha. De um lado, os grandes intelectuais se refugiaram-se nas publicações especializadas e nas revistas acadêmicas; de outro, os editores, que investiram na avaliação utilitária de produtos culturais de modo ampliar o alcance da crítica de arte. (MELO, 2003, p. 130).

O surgimento dos *releases* produzidos pelas assessorias de imprensa, nas décadas de 1970 e 1980, tornou mais fácil “para o bem ou para o mal o trabalho dos jornalistas-críticos”. (NINA, 2007, p. 26) “O jornalismo cultural no Brasil passou a ser pautado pela agenda da indústria cultural. Antes norteado por relevância e impacto social, o jornalismo se tornou refém dos produtos”. (RIZZO, 2017, p. 47)

A consequência foi a gradual substituição da crítica — de rígidos padrões estéticos, que têm nas obras de arte seu objeto — pela resenha — menos compromissada academicamente, que faz dos novos bens produzidos em larga escala pela indústria cultural seu campo de interesse. “Assim, não é a literatura que se aprecia, mas o livro colocado no mercado”, descreve Melo (2003, p. 130).

Castello (1959, p. 9) afirma que a crítica busca a apreensão do “sentido social e de pensamento filosófico e estético da obra criticada”, que deve ser colocada em perspectiva diante da carreira do autor, sem que sejam negligenciadas a técnica e a forma, os pensamentos e as discussões presentes no trabalho, que o tenham influenciado ou que surjam dele. Piza (2007) alerta, ainda, que uma grande crítica tem o dever de “ir além do objeto analisado, de usá-lo para uma leitura de algum aspecto da realidade”.

Já a resenha tem como função orientar o público para o consumo. “O consumidor quer dispor de informações e juízos de valor que o ajudem a tomar a decisão de compra”, afirma Melo (2003, p. 132). O autor se vale de Todd Hunt para enumerar algumas das funções do gênero, incluindo informar a respeito daquilo que circula no mercado cultural, a natureza e a qualidade do produto, despertar o senso crítico para a fruição e estabelecer o que é novo, distinguindo-o do antigo.

De todo modo, se não é um acadêmico, o resenhista, em oposição ao crítico, tampouco é um

desinformado. Como lembra Bueno (2015, p. 284), “a prática do jornalismo especializado exige dos profissionais, formados ou não em jornalismo, o conhecimento, mais do que trivial, de conceitos e processos que tipificam as áreas de cobertura”, e isso inclui a apreciação cinematográfica, que hoje, no Brasil, não tem no impresso — seja jornal ou revista — seu único canal, mas se dá em múltiplas plataformas.

4. A CRÍTICA DE CINEMA NO INTERIOR — UM ESTUDO DE CASO

Campos dos Goytacazes guarda um histórico de relevância política e econômica. Na cidade, instalada como vila em 1677, emancipada em 1844 e cuja economia passaria da cana-açúcar ao petróleo, a partir da década de 1970, a edição de jornais data do início do período imperial. Fundado em 1834, o jornal *O Campista*, mais tarde *Monitor Campista*, foi o terceiro mais antigo do país em funcionamento até 2009, quando teve suas atividades encerradas pelos *Diários Associados*, grupo ao qual pertencia.

As primeiras salas de cinema comerciais foram inauguradas a partir da década de 1920. Em diferentes momentos das décadas seguintes, funcionaram, na cidade, espaços como *Cine São José*, *Cine Orion*, *Cine Teatro Trianon*, *Colyseu dos Recreios*, *Cine Goitacá*, *Cine São Salvador* e *Cine Capitólio*, entre outros. É nesse clima de efervescência audiovisual, incomum para uma cidade de interior, que a crítica surge como um dos serviços oferecidos pela imprensa local.

No jornal *Folha da Manhã*, que constitui nosso estudo de caso, o início da crítica acontece entre o final dos anos 1980 e o início dos anos 1990⁷, no suplemento *Folha Shopping*, que era encartado nas edições de sábado e trazia apreciações de filmes que se encontravam nas prateleiras das vídeo-locadoras.

Após um hiato, a apreciação cinematográfica voltaria ao jornal apenas em 27 de janeiro de 2005, primeiro com textos de Aristides Soffiati (sob o pseudônimo de Edgar Viana de Andrade), e depois de Aluysio Abreu Barbosa, Gustavo Landim Soffiati (filho de Aristides) e Mateus Nagime. Apesar de marcada por um desenvolvimento pouco linear, com colaborações inconstantes de parte dos autores e mudança ocasional no quadro de colaboradores, a atividade permanece, até hoje, como um dos produtos oferecidos pela *Folha da Manhã*, único jornal que ainda o faz na cidade. E Aristides é quem permanece colaborando semanalmente.

Nosso estudo de caso cobre o primeiro trimestre do ano de 2008, um dos períodos mais produtivos para a crítica de cinema no jornal, em que os quatro autores citados colaboraram regularmente,

⁷ Informações obtidas por meio de entrevistas com os editores, que não souberam precisar uma cronologia da crítica feita no jornal.

em dias alternados da semana, com poucas faltas. Na ocasião, a Folha da Manhã disputava o mercado de impressos com outros dois jornais: o já citado Monitor Campista, que tinha um suplemento cultural diário, o MaisCultura, mas que não oferecia a crítica de cinema, e com o jornal O Diário, que também editava um suplemento cultural, o DMais. Este último oferecia crítica de cinema eventualmente, como matéria de primeira página escrita pelo jornalista Cássio Peixoto contendo avaliações de filmes por ele assistidos, não necessariamente lançamentos ou filmes em cartaz nos cinemas da cidade, embora, por vezes, também nesses casos. A Folha da Manhã, publicava seu suplemento cultural, batizado Folha Dois, com quatro páginas às segundas-feiras, seis páginas de terça a sexta e oito páginas aos sábados e domingos. A despeito da distância temporal que separa a publicação da amostra e este estudo, ele permanece pertinente porque: 1) o trabalho desenvolvido no jornal pouco ou nada mudou de lá para cá; 2) em raras outras ocasiões se conseguiu uma equipe tão grande, que colaborasse de forma tão constante quanto neste período, embora tenha havido diversas tentativas de se reconstruir um time que mantivessem o fôlego criativo, com sucesso apenas temporário.

As análises eram, e ainda são, publicadas nas páginas 3 ou 4 do caderno cultural Folha Dois, e aparecem ao lado da programação da programação dos dois cinemas da cidade e de um resumo dos juízos emitidos anteriormente sobre filmes ainda em cartaz. Cada obra é avaliada com notas em uma escala de um a cinco mateusinhos — personagem que guarda semelhanças com o Bonequinho de O Globo e batizado em homenagem a Mateus Nagime.

Tabela 1 – Os filmes, as críticas e os críticos. Fonte: Elaborada pelos autores.

Data	Título	Filme	Autor	Avaliação
11/01	“Maix do mexmo”	Xuxa: Um sonho de menina	Gustavo	1
15/01	“Fantasias de amor”	O amor nos tempos do cólera	Aristides	4
18/01	“Os pestinhas”	Alvin e os esquilos	Gustavo	3
20/01	“Duelo: pipoca vs. cérebro”	Alien vs. Predador 2: Réquiem	Aluysio	2
22/01	“Civilização e barbárie”	Eu sou a lenda	Aristides	4
25/01	“Caçador de si”	Os seis signos da luz	Gustavo	3
27/01	“Julia Roberts de saia?”	Conduta de risco	Aluysio	3
29/01	“Os verdadeiros vampiros estão de volta”	30 dias de noite	Aristides	4
01/02	“Surpresa com o mesmo”	Conduta de risco	Mateus	4
02/02	“Accite o que é bom”	Coisas que perdemos pelo caminho	Gustavo	5
03/02	“Inglês para italiano ver”	O gângster	Aluysio	5
10/02	“Peca ao inocentar”	Meu nome não é Johnny	Mateus	2
15/02	“Falso encanto”	Meu monstro de estimação	Mateus	1
18/02	“A lenda de um achado”	A lenda do tesouro perdido: Livro dos segredos	Gustavo	3
19/02	“Guerra na terra e no céu”	O caçador de pipas	Aristides	3
22/02	“Construção”	Eu sou a lenda	Mateus	3
26/02	“Quem com navalha fere com navalha será ferido”	Sweeney Todd: O barbeiro demoníaco da Rua Fleet	Aristides	4
04/03	“Um Rambo pós-moderno”	Rambo 4	Aristides	3
08/03	“Como numa pornochanchada”	Sexo com amor	Gustavo	2
11/03	“Salada completa”	10.000 AC	Aristides	2
14/03	“Os russos estão chegando”	Senhores do crime	Mateus	4
15/03	“Vinte e sete vestidos mais um”	Vestida para casar	Gustavo	2
18/03	“Onde os fracos são fortes”	Onde os fracos não têm vez	Aristides	5
21/03	“Na natureza selvagem”	Onde os fracos não têm vez	Mateus	4
25/03	“Pequena deusa romana”	Juno	Aristides	4
28/03	“Filme de um homem só”	Sangue negro	Mateus	4
31/03	“Grande, para as crianças”	Horton e o mundo dos quem!	Gustavo	3

Embora nenhum dos textos publicados pela Folha da Manhã no período do recorte reúna todas as características da crítica conforme definida na revisão bibliográfica, fica clara a divisão dos autores em dois grupos distintos. O primeiro é formado por Gustavo Landim Soffiati e Mateus Nagime e opera dentro de um repertório pessoal composto primariamente por referências cinematográficas, preocupado ora com o discurso, ora com a técnica. O outro, que inclui Aristides Soffiati e Aluysio Abreu Barbosa, busca referências fora do cinema para costurar um diálogo entre diferentes saberes, ao mesmo tempo em que relaciona a obra com o (seu) momento histórico para situá-la não só dentro de uma carreira, mas de uma longa tradição de contadores de histórias. É este último que mais se aproxima da crítica como descrita.

A primeira análise publicada no período do recorte é de Gustavo Landim Soffiati, formado em História e com mestrado em Políticas Sociais. Ele assina outros sete textos, nos quais navega entre o folclore que envolve atores e diretores, enquanto plana sobre aspectos técnicos como produção, direção e roteiro. Seus principais comentários se dão a respeito de convenções e discursos, ao mesmo

tempo em que propõe revisões pontuais de carreias, como é possível ver abaixo:

O desdobramento disso é previsível para quem já assistiu comédias românticas. Para não quebrar o maniqueísmo invariavelmente presente em qualquer produção do gênero, Tess dá à boazinha Jane motivos de sobra para que a irmã mais velha a desmascare. Como o bem sempre deve vencer o mal, pode-se esperar que a ação de Jane resulte na redenção de Tess. Como em toda comédia romântica, um ponto inicial de equilíbrio é desestabilizado por elementos externos a ele — mas apenas para ser restaurado até o final da narrativa. Na fita em tela, tais elementos são Tess e Kevin que, a certa altura, expõe Jane como encalhada numa matéria de jornal de página inteira. O desfecho da trama depende, portanto, da capacidade de Jane se desencantar de algum modo com sua condição de eterna dama de honra⁸.

Já Mateus Nagime, que havia atuado como repórter da Folha da Manhã até 2006, quando começou a colaborar como crítico de cinema, faz da técnica sua principal preocupação. Ele se ocupa da qualidade das interpretações, das contribuições da trilha sonora para a construção da narrativa e da coerência dos roteiros. O quadro de referências cinematográficas a que se vale possibilita reconstituir o diálogo entre filmes do diretor em questão — de maneira cronológica e evolutiva —, e daqueles que o influenciaram, como no exemplo adiante:

Anderson [...] acaba deixando muito de lado a relação de Plainview com o filho, que em alguns momentos parece ter sido o mote de todo o caminho para a resolução. As duas últimas cenas, aliás, são geniais, seja nos diálogos e atmosfera da primeira e em toda a ambientação kubrickiana da última, com também um conflito longamente esperado, mas parecem de certa maneira pertencer a outro filme, não cabendo com todo o peso de quase duas horas e meia que Anderson constrói antes⁹.

Graduado e mestre em História e doutor em História Social, Aristides Soffiati reúne diversas das características atribuídas ao crítico acadêmico e é autor de grande número das críticas publicadas pelo jornal Folha da Manhã até hoje, sendo o único colaborador a manter regularidade em suas análises. Seus textos deixam as correlações puramente cinematográficas para cruzar informações que, à primeira vista, não guardam qualquer relação entre si. Ele é capaz de abstrair referências e conceituar ideias de maneira teoricamente embasada, trabalhando contextos históricos, sociais, acadêmicos e/ou literários que, propositalmente ou não, gravitam ao redor da obra, segundo mostra este trecho:

⁸ Excerto de “Vinte e sete vestidos mais um”, do filme *Vestida para casar*, publicada em 15 de março.

⁹ Excerto de “Filme de um homem só”, do filme *Sangue negro*, publicada em 28 de março.

Para vacinar-se contra o determinismo vigente no século 18 europeu, é salutar ler “Jacques, o fatalista”, de Diderot, e “Cândido”, de Voltaire. Ambos os romances, escritos por racionalistas convictos, valorizam o acaso, o imprevisível, o inesperado, embora sempre haja um personagem que explique eventos aleatórios como fatalidade. Jacques, o fatalista, entende tudo o que ocorre no mundo como determinado. No entanto, Diderot o coloca como personagem caricato. O romance começa e termina no meio. Não se sabe de onde e para onde vêm e vão Jacques e seu amo.

O fatalismo de Jacques é pura interpretação dos acontecimentos por um homem. O mesmo acontece com Cândido. Seu mestre, o professor Pangloss, acredita que vivemos no melhor dos mundos, apesar de todas as catástrofes. Cândido acredita no otimismo de Pangloss, mas se indaga, com dúvidas: “se vivemos no melhor dos mundos, como será o pior?”.

De todos os irmãos cineastas — Taviani, Hughes, Wachowski, Pang —, os meus preferidos são os Coen. Ambos filmam roteiros originais e adaptados pelo viés das teorias da física quântica e do caos. Uma ou mais pessoas traça um plano perfeito, o crime perfeito, a ser colocado em prática, assim como os meteorologistas, na verdade climatologistas conservadores, não levam em conta dados novos a afetar o clima da Terra. Contudo, pequenos detalhes vão sendo incorporados ao plano em andamento e o transformam profundamente. O resultado obtido é bem diferente do esperado ou até mesmo oposto dele. É o que se pode observar nos filmes “Fargo” (1996), “O grande Lebowski” (1999) e “O homem que não estava lá” (2001), para não citar toda a filmografia dos irmãos. Os planejadores esperam que tudo dê certo, mas tudo dá errado, como em Jacques e Cândido. Creio que nenhum filme dos Coen seja mais parecido a Jacques, o fatalista, que “Onde os fracos não têm vez” (“*No country for old men*”, EUA, 2007), com também roteiro deles adaptado de livro de Cormac McCarthy, de produção dos dois, em colaboração de Scott Rudin, e edição de ambos, ocultos sob o pseudônimo de Roderick Jaynes. O título original é baseado no poema “Sailing to Byzantium”, de W.B. Yeats.¹⁰

Por fim, Aluysio Abreu Barbosa demonstra amplo conhecimento do desenvolvimento do cinema, assim como da biografia de atores, atrizes, diretores, produtores, compositores e estúdios. É principalmente nesse conhecimento que se pauta ao construir suas críticas, constantemente marcadas por uma espécie de revisão histórica de fatos que deram origem, são abordados ou foram influenciados pela obra, bem como das carreiras dos envolvidos e das contribuições que deixaram para o cinema como arte e linguagem, a exemplo do seguinte texto:

¹⁰ Excerto de “Onde os fracos são fortes” do filme Onde os fracos não têm vez, publicada em 18 de março.

Responsável pela excelência técnica que o cinema brasileiro alcançou, a partir da fase conhecida como Retomada, na metade da década de 90 (após a extinção da Embrafilme, em 1989, pelo então presidente Fernando Collor de Mello), a migração dos cineastas publicitários aos longas de ficção foi uma consequência tardia do que ocorreu com uma década, um oceano e um hemisfério de diferença. Aqui, o fenômeno gerou talvez nossos dois maiores diretores atuais: Walter Salles Jr. (“Central do Brasil”, 1998, 112 min.) e Fernando Meirelles (“Cidade de Deus”, 2002, 130 min.). Mas na Inglaterra, desde os anos 80, já havia revelado gente como Hugh Hudson (“Carraugens de fogo”, ENG, 1981, 123 min.), Adrian Lyne (“9 ½ semanas de amor”, EUA, 1986, 105 min.), Alan Parker (“Coração satânico”, EUA, 1987, 108 min.) e Tony Scott (“Fome de viver”, ENG, 1983, 98 min.). A bem da verdade, coube ao irmão mais velho de Tony, Ridley Scott, abrir o caminho, da publicidade à tela grande, desde o final dos anos 70, na Inglaterra e no mundo. Afinal, seu excelente (e pouco visto) filme de estréia, “Os duelistas” (“*The duellists*”, ENG, 101 min.), prêmio de diretor revelação em Cannes, é de 1977. Uma carreira não de todo regular, intercalando obras-primas como “*Blade runner — O caçador de Andróides*” (“*Blade runner*”, EUA, 1982, 117 min.), com porcarias bem filmadas, como o xenófobo “Falcão Negro em perigo” (“*Black Hawk down*”, EUA, 2001, 144 min.), não impediu que Ridley, além de pioneiro, se consolidasse também como o maior talento na sétima arte egresso da publicidade e dos vídeos-clipes.¹¹

5. JORNALISMO LOCAL E REGIONAL: VALOR E DIFERENCIAÇÃO NO MERCADO

O jornalismo regional e local, para efeitos deste artigo, caracteriza-se pela oferta de notícia de proximidade marcada

pelos saberes e práticas da transformação da informação dos fatos correntes [...] a partir de determinado contexto social, cultural, político e econômico, geralmente determinado por um cenário geográfico. [...] Considerando que o ato de tornar pública a informação por meio da prática jornalística significa expor o contexto em que se deu o acontecimento, explicar as suas consequências possíveis e revelar as suas condicionantes, quando isso se dá em uma dimensão regional – compreendida como um cenário que se distingue de outros por características próprias que incluem a defesa de interesses, a valorização de elementos políticos, administrativos, geográficos, além de costumes próprios – há ocorrência de particularidades que se expressam tanto no fazer quanto no conteúdo jornalístico daquilo que é veiculado em diferentes

¹¹ Excerto de “Inglês para italiano ver”, do filme O gângster, publicada em 3 de fevereiro.

formas [...] (ASSIS, 2010, p. 744).

No entanto, ainda que o jornalismo seja um tipo de serviço público, com forte apelo social enquanto produtor e veiculador de conteúdos simbólicos, capazes de representar a realidade, a vida das pessoas, promover a interação entre os agentes sociais e serem ferramentas para a construção do comum, não se pode perder de vista que se trata, também, de uma indústria, que vende audiências para anunciantes, produz notícia e informação como *commodities* e todas as suas operações estão relacionadas ao livro-caixa de seus gestores. A consequência mais imediata dessa natureza dual é a dinâmica controversa da atividade: ao mesmo tempo em que seu papel social é todo o tempo constrangido pelas ambições do capital, sua condição de empresa só se sustenta se a atividade atender as necessidades sociais de notícia, informação, interpretação e fruição.

O mercado, cada vez mais competitivo, seja nas capitais ou nas cidades de interior, não apenas por causa de outras empresas de mídia jornalísticas, mas, também, por outras mídias de conteúdo (redes sociais, serviços de conteúdos via *streaming* etc) e ocupações das mais diversas ordens, que disputam a atenção do público, acaba por exigir uma conduta diferenciada daquelas firmas que pretendem ser líderes e se manterem viáveis. Nos estudos de economia industrial, essa conduta diz respeito, por exemplo, a aplicações de estratégias de preço, controle da saída da produção, investimento na diferenciação dos produtos e em publicidade, sonegação ou repasse de informações ao concorrentes e promoção da integração horizontal ou vertical entre firmas. (CARLTON; PERLOFF, 1999). Em economia de mídia, mais especificamente, essas estratégias se traduzem em dois tipos de conduta: a empresarial (diversidade e diferenciação na produção e oferta de conteúdo, ações de marketing, edições sazonais, parcerias com outras empresas, terceirização de serviços, precificação, política de uso de redes sociais, investimento em pesquisa, desenvolvimento e inovação, vantagens competitivas, atualização tecnológica etc.) e a social (inclui questões sobre realização ou apoio de ações sociais, culturais e corporativas, jornalismo colaborativo, assunção das demandas comunitárias, mediação nas redes sociais, extensões de marca, posição política, entre outras). (FU, 2003; MIERZJEWSK; HOLLIFIELD, 2006; DEOLINDO, 2016).

No caso do nosso objeto de estudo, interessa-nos sobretudo a diferenciação na produção e oferta de conteúdo, o que, visto como estratégia competitiva, pode levar o jornal a alcançar um público de nicho e uma fidelização dos leitores interessados em cinema, colaborando com uma performance financeira e social de maior sucesso.

Desse modo, a oferta da crítica de cinema, seja feita por jornalistas de cultura ou colaboradores qualificados, pode dotar o veículo e o conjunto de seu conteúdo de uma significância toda particular no mercado em que está inserido. Como observa Picard (2013), os principais desafios do jornalismo hoje são 1) atender os desejos e necessidades de um público cada vez mais exigente e 2) tornar-se

relevante e imprescindível para ele. Para a imprensa local e regional isso é particularmente uma oportunidade decisiva, se considerarmos que “[...] o público tende a depositar mais confiança nos media locais do que nos media nacionais”, lembra o autor (PICARD, 2013, p. 38). Nesse sentido, o valor “é criado pelos produtos noticiosos que informam, entretêm e estimulam, mas também pelo conhecimento e compreensão que auxiliam nas tomadas de decisão e na resolução de desafios” (PICARD, 2013, p. 71) como nenhum outro seria capaz de fazer: seja pela oferta de um serviço de mais alta qualidade, dotado de vantagem competitiva, ou pela oferta de um conteúdo exclusivo e intimamente ligado ao cotidiano da comunidade ou, ainda, por um serviço especializado e regular, tendo como “pretexto” a dinâmica, a agenda e os eventos da cidade em que o jornal funciona, como no caso em estudo.

6. CONCLUSÃO

Neste artigo, que comunica nosso estudo sobre a crítica de cinema em um jornal diário impresso do interior fluminense, percorremos os meandros do jornalismo cultural como serviço, resgatamos o surgimento da crítica e da resenha e elencamos suas funções. Verificamos que algumas das características da crítica esteticamente embasada podem eventualmente acabar por se manifestar no exercício diário da resenha, em um jogo de trocas e apropriações entre os gêneros.

O estudo dos textos e do perfil dos autores nos leva, também, ao entendimento de que o resultado da apreciação cinematográfica surge da interação entre os parâmetros pessoais do crítico - indivíduo que carrega noções e formação próprias - e os conceitos trabalhados através da obra de arte, no caso, o filme, por quem o executa. Este, por sua vez, é um produto que, certamente, não encerra em si apenas a visão de seu criador ou criadores, mas se abre a um diálogo no qual o público se apresenta como coautor, não estando, portanto restrito a esse ou àquele ponto de vista, mas a toda a vivência de quem o assiste, momento no qual se renova enquanto experiência e se refaz a partir de um novo conjunto de códigos.

Tal análise que realizamos, ainda que brevemente demonstrada, nos permite concluir que é através da multiplicidade de pontos de vista, gostos e abordagens que a Folha da Manhã e — não temos medo de afirmar — a maior parte dos veículos da mídia debatem o cinema em suas páginas e espaços especialmente franqueados à cultura. Da resenha à crítica, ou algo que a ela se assemelhe, os profissionais da comunicação seguem avaliando os produtos da indústria cultural que chegam diariamente ao mercado e fazem cumprir os múltiplos deveres dos meios de comunicação de massa — servir através da informação e da oferta de subsídios para a s da opinião pública e orientar para a tomada de decisão. No caso das cidades que têm jornalismo local e gozam do serviço de salas de

cinema, essa conjugação pode significar a oferta de um conteúdo diferenciado. É essa capacidade de gerar o novo que Walter Benjamin admite como sendo a grande possibilidade da cultura de massa. “Fazer do gigantesco aparelho técnico do nosso tempo o objeto das inervações humanas — é essa tarefa histórica cuja realização dá ao cinema seu verdadeiro sentido. (BENJAMIN, 1985, p. 174).

REFERÊNCIAS

- ALVES, Elder P. Maia. Mercados culturais no Brasil: o BNDES e o financiamento das empresas culturais brasileiras. In: *Ciências Sociais Unisinos*, n. 53, v. 1, p. 24-35, jan./abr. 2017. Disponível em http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/viewFile/csu.2017.53.1.03/5959. Acesso: 19 ago. 2018.
- ANCINE (Agência Nacional do Cinema). *Cinema perto de você* [on-line]. Brasília, 2018a. Disponível em <<https://cinemapertodevoce.ancine.gov.br/>>. Acesso: 14 ago. 2018.
- ANCINE (Agência Nacional do Cinema). *Salas de cinema no Brasil* [on-line]. Brasília, 2018b. Disponível em <https://public.tableau.com/profile/oca8662#!/vizhome/SaladeCinemanosBrasil_0/Painel1>. Acesso: 14 ago. 2018.
- ASSIS, Francisco de. Jornalismo regional. In: ENCICLOPÉDIA INTERCOM DE COMUNICAÇÃO. Conceitos, p. 743, 2010.
- BELTRÃO, Luiz. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. Rio de Janeiro: Agir, 1960
- BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política*. São Paulo, Brasiliense, 1985.
- BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo especializado: resgatando conceitos e práticas. In: SANTOS, Marli dos; BUENO, Wilson da Costa (orgs.). *Jornalismo especializado no Brasil: teoria, prática e ensino*. São Bernardo do Campo: Educação Metodista, 2015.
- CÂNDIDO, Flávio. *O elefante na sala escura*. Rio de Janeiro: Cândido & Moraes, 2002.
- CARVALHO, Milena Times de; GERALDES, Elen Cristina. Cinema Perto de Você: análise de uma política pública de acesso ao cinema nacional. In: *Eptic*, v. 18, n. 2, mai/ago. 2016. Disponível em <<https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/5218/pdf>>. Acesso em 19 ago. 2018.
- CASTELLO, José Aderaldo. *Machado de Assis: Crítica*. Rio de Janeiro: Agir, 1959.
- DEOLINDO, Jacqueline da Silva. *Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense*. 2016. 341 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em <<http://www.ppgcom.uerj.br/wp-content/uploads/Tese-Jacqueline-Deolindo.pdf>>. Acesso: 19 ago. 2018.
- FU, Wayne. Applying the Structure-Conduct-Performance Framework in the Media Industry Analysis. *The International Journal on Media Management*, 2003, v. 5, n. 4, p. 275-284. Disponível em <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241270309390043>>. Acesso: 19 ago. 2018.

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

GARDNIER, Ruy; TOSI, Juliano. *Cronologia da crítica cinematográfica no Brasil*. In: <<http://www.contracampo.com.br/24/cronologia.htm>>. Acessado em 29 jul. 2018.

GONÇALVEZ, Ingrid Rodrigues. Cinema e Políticas Públicas de Digitalização no Brasil. In: *Revista do Arquivo*, São Paulo, ano II, n. 6, p. 129-146, abr. 2018. Disponível em <https://www.researchgate.net/profile/Ingrid_Goncalves/publication/325631016_Cinema_e_politicas_publicas_de_digitalizacao_no_Brasil/links/5b19836ca6fdcca67b645c3d/Cinema-e-politicas-publicas-de-digitalizacao-no-Brasil.pdf>. Acesso: 19 ago. 2018.

HOHLFELDT, Antonio, MARTINO Luiz C. & FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.

LUCAS, Taís Campelo. *Cinearte: o cinema brasileiro em revista*. 2005. 174f. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-graduação em História, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, 2005.

MELO, José Marques de. *Jornalismo opinativo*. Campos do Jordão: Mantiqueira de Ciência e Arte Ltda, 2003.

MIERZJEWSK, Bozena; HOLLIFIELD, C. Ann Hollifield. Theoretical Approaches in Media Management Research. In: ALBARRAN, Alan B.; CHAN-OLMSTED, Sylvia M.; WIRTH, Michael O. *Handbook of media management and economics*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2006.

MORAIS, Kátia. A política de fomento ao audiovisual no Brasil e o lugar da tv. In: *Eptic*, v. 18, n. 2, p. 65-86, 2016. Disponível em <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/5216/pdf_1>. Acesso: 19 ago. 2018.

NINA, Cláudia. *Literatura nos jornais: A crítica literária dos rodapés às resenhas*. São Paulo: Summus, 2007.

PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005. Piza (2007

PICARD, Robert G. *Criação de valor e o futuro das organizações jornalísticas – Por que motivo e como o jornalismo deve mudar para se manter relevante no século XXI*. Porto: Editora Media XXI, 2013.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2007 RÜDIGER, Francisco in

RIZZO, Sérgio. Jornalismo Cultural: depoimento [2017]. Entrevistadores: Lucas Almeida e Juliana Lima. In: BARBOSA, Alexandre (org.). *Jornalismo em Gênero – Volume 4: Jornalismo Especializado*. São Paulo: Eca-USP, 2017.