

Arte e cultura, telejornalismo, internet e redes sociais: apontamentos sobre o programa *Arte 1 em Movimento*¹

Fabiana Piccinin

Professora e Pesquisadora do Curso de Comunicação Social e do Mestrado em Letras (Unisc).

E-mail: fabi@unisc.br

Paula Regina Puhl

Doutora em Comunicação Social. Professora dos cursos de Jornalismo, Publicidade Propaganda, Relações Públicas e curso superior de tecnologia em Produção audiovisual na Famecos/PUCRS.

E-mail: paularpuhl@gmail.com

Resumo: O presente artigo discute como se apresentam as reportagens televisivas do *Arte em 1 em Movimento* no telejornal, na internet e no Facebook. O programa, que apresenta características de um telejornal especializado na cobertura de notícias relacionadas às expressões artísticas e culturais, faz parte do canal por assinatura Arte 1, que tem como slogan ser “o primeiro canal brasileiro com vinte e quatro horas de programação especializado em arte”. A pesquisa discute a inserção do jornalismo cultural na televisão e os formatos televisivos utilizados para apresentar as notícias sobre a arte brasileira em um telejornal especializado no tema exibido em sinal fechado. Na sequência, são observadas também como essas reportagens são recebidas pelos internautas que acessam a página do canal na rede social Facebook. Para análise, foi escolhida a edição do dia vinte e dois de junho 2014.

Palavras-chave: Telejornalismo; Arte; Jornalismo cultural; Facebook.

Title: Arts and culture, television journalism, internet and social networks: notes on the TV show *Arte 1 em Movimento*

Abstract: This article discusses how the television news of the *Arte 1 em Movimento* newscast are presented on TV, on the internet and on Facebook. The program is part of the subscription channel *Arte 1* and has features of a specialized television news coverage, reporting artistic and cultural expressions in a broadcaster with the slogan affirming that the channel “is the first in Brazilian television with twenty-four hours of TV programs specialized in arts”. The research discusses the insertion of cultural journalism in television and the formats used to present the news about Brazilian art in a specialized newscast on the theme in the subscription-based channel. After this, the text observes also how these reports are being received by Internet users who access the channel’s page on Facebook. The edition of June 22, 2014 was chosen as the object of analysis.

Keywords: Television journalism; Arts; Cultural journalism; Facebook.

¹ O artigo foi apresentado no 12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo em Santa Cruz do Sul – UNISC, em novembro de 2014.

Um telejornal para “curtir” a arte e a cultura

O estudo proposto neste artigo busca compreender os formatos utilizados na produção de reportagens para a televisão que tem como pauta a arte e a cultura. E como essas produções, voltadas ao público segmentado, são comentadas e compartilhadas no âmbito das redes sociais. Nesse sentido, optou-se pela análise empírica do *Arte 1 em Movimento*. A proposta do programa é ser um telejornal especializado em arte e cultura que procura informar sobre os fatos e eventos do cenário cultural do país. O telejornal faz parte da grade de programação do canal Arte 1, canal por assinatura que pertence ao grupo Bandeirantes de comunicação e tem como slogan ser “o primeiro canal brasileiro com vinte e quatro horas de programação especializado em arte”².

² É importante destacar que outros estudos sobre o programa foram feitos e apresentados em congressos acadêmicos, porém sob outra perspectiva: verificar como as reportagens do *Arte 1 em Movimento* apresentam as notícias sobre expressões brasileiras e como essas representações podem vir a influenciar as identidades nacionais. Neste artigo são utilizados alguns dados já coletados, porém estes receberão outro tratamento analítico, de acordo com a proposta já apresentada inicialmente.

³ Segundo Motta (1997, p. 318), as *hard news* estão associadas às notícias factuais que se impõem mais do que são escolhidas por força e objetividade. Diz o autor que “quando o real se impõe, a notícia tende para o registro e a objetividade (*hard news*)”.

Dessa forma, o primeiro movimento é compreender como os formatos das produções para a televisão são pensados na perspectiva da cobertura de cultura. Para tanto, partiu-se do estudo do jornalismo cultural e nele, os formatos apresentados pelas narrativas jornalísticas sobre cultura e arte adotados pela televisão e que implicam pensar sobre o uso de recursos estéticos capazes de os diferenciar da produção cotidiana do *hard news*³. Ou por outras palavras, observar como a mídia jornalística, nestes casos, faz articulação com a literatura, com as artes visuais, com a música, e outras formas estéticas objetivando apresentar-se, ao cobrir os temas da arte e da cultura partir de um aprofundamento em termos de angulação e tonalidade de suas reportagens.

Ao olhar especificamente como isso se dá no jornalismo cultural produzido pela televisão, e nela, a televisão de sinal fechado, observa-se que essa é uma área de estudos ainda seminal, posto que raras são também as próprias produções especializadas em cultura a partir de programas de televisão estruturados como telejornais com essa segmentação, tão específica. Portanto, programas que, ainda que trabalhem com o factual, como é o caso do *Arte 1 em Movimento*, o fazem a partir de uma lógica de editorial de revista, buscando o aprofundamento da notícia a partir da perspectiva oferecida pelo jornalismo interpretativo (MELO; ASSIS, 2010). E valendo-se de um investimento na edição e pós-produção dessas reportagens a partir dos diálogos estabelecidos com outros campos estéticos.

Assim, esses programas tendem a estabelecer processos metalinguísticos, na medida em que, ao falar de arte, usam de seus recursos como forma de configuração da própria narrativa, seja no seu suporte midiático original, como a televisão, ou de quando isso é repercutido nas outras mídias que socializam o conteúdo do programa, como é o caso dos sites e das redes sociais – mais especificamente o Facebook.

Quando a mídia fala de Arte e Cultura

Historicamente, a produção cultural observada no jornalismo está umbilicalmente associada aos jornais impressos e a estes em seus segundos cadernos e suplementos culturais. No Brasil, desde a década de 1950, atingindo o auge de especialização e sistematização entre os anos 1970 e 1980 (GADINI, 2007), esses cadernos se instituíram junto ao público como o espaço de discussão, análise e reflexão sobre as manifestações culturais em geral da dita “alta cultura”⁴. Dessa forma, o lugar legítimo de fala sobre o cenário cultural do país por origem tem sido o do jornalismo impresso, com seus articulistas e críticos especializados no setor que acabaram, ao longo do tempo e em muitos casos, tornando-se referência no que de mais importante acontece no âmbito da cultura e da arte, bem como legitimando os sentidos qualitativos a esses eventos e produtos culturais.

⁴ Do ponto de vista histórico, é importante considerar que o jornalismo cultural está associado aos jornais impressos inclusive porque estes se constituem como tal tendo originalmente a presença de profissionais nas redações, em sua maior parte escritores que, impossibilitados de viver apenas da produção e venda de suas produções literárias, buscam outro ramo de atuação, nesse caso no jornalismo. E nesse sentido, serão responsáveis pelas colunas e artigos da crítica cultural dos jornais, dando, inevitavelmente, uma conotação literária aos seus textos (MARCONDES FILHO, 2000).

A partir da popularização da televisão aberta no Brasil e da ascensão e influência dos recursos imagéticos decorrentes disto na mídia em geral, os cadernos e suplementos dos jornais passaram a sofrer uma influência importante também

na linguagem visual em suas produções, enquanto forma e conteúdo. Por conta disto, de um lado passaram a investir e explorar mais as possibilidades visuais enquanto de outro, incorporaram do ponto de vista do conteúdo, a programação da televisão em sua cobertura, atendendo tanto às demandas da expressão cultural da TV quanto um sentido de agenda e/ou prestação de serviço que isso vem significando. Segundo Gadini (2007, p. 4):

É, contudo, com o fortalecimento e penetração televisiva no cotidiano brasileiro que os cadernos de cultura acentuam a mudança de sua cobertura – marcada por ensaios, textos mais longos e apreciação crítica dos bens/serviços culturais – para notas, imagens e informações que comentam ou apenas atualizam situações da programação televisiva. Essa tendência de explorar a cultura como um quase sinônimo de lazer e divertimento – voltado em boa medida aos setores de baixo poder aquisitivo – não é, portanto, nenhuma novidade ou exclusividade da era marcada pela celeridade da informação, consenso generalizado, queda da sensibilidade estética, hegemonia da programação televisiva, dentre outros fatores. O que não significa que as diferenças e variações entre os vários subcampos do campo cultural tenham se apagado.

Na televisão, a cobertura de cultura nos programas jornalísticos tem, em alguma medida, sido pautada por uma linguagem que faz diálogos também com o entretenimento. Nesse lugar de entremeio entre a cultura como “grande arte” e a popularização de sua cobertura, a programação televisiva tem emprestado às suas matérias e reportagens tanto cuidados estéticos, a fim de sofisticá-las, quanto produzindo, por esses diálogos, limites frágeis entre entreter e informar. Para alguns Figueiredo (2010), a fragilidade desses limites é fruto das relativizações contemporâneas que pesam inclusive sobre o jornalismo e a natureza artística, até então rigorosamente determinados pela Modernidade. Neste momento, essas categorias vão submeter-se a um olhar que relativiza e que, sobretudo, marca-se pela erosão dessas delimitações, marcando-se justamente pela hibridação das linguagens. É dizer, conforme pontua a autora (Ibid., p. 66), que a arte vai sofrendo as transformações decorrentes das influências do desenvolvimento acelerado do processo técnico posto que este incide e reconfigura continuamente as práticas culturais onde a dimensão da arte aproxima-se da cultura midiática.

Além disso, a ascensão da imagem no contemporâneo, como recurso linguístico capaz de representar o pensamento largo e abstrato de forma concisa (JAMESON, 1997) em tempos de aceleração dos processos, também responde pela busca da estetização do telejornal. Por essa razão também é certo pensar que a cobertura de arte e cultura no jornalismo de maneira geral – e nos telejornais em particular, como no caso deste estudo – vai se construindo em um lugar de excelência e interesse por se apresentar como um *lócus* de diálogo estreito com as narrativas midiáticas. Assim, no âmbito do telejornal, quando o programa lança mão dos recursos estéticos na formatação de suas narrativas, estas vão gerando reconfigurações que estão também ocupadas em se diferenciar diante da grande oferta indistinta de narrativas midiáticas contemporâneas que buscam seduzir o leitor, telespectador, internauta. Ou seja, são recursos que objetivam sofisticar as produções a partir da dimensão metalinguística, na medida em que usam da arte para falar das manifestações artísticas e culturais, buscando essa distinção a partir de diferenças que estabelecem diferenças (PICCININ; SOSTER, 2012).

Do suporte telejornal, essas narrativas audiovisuais sobre arte e cultura manifestam a presença também no site e nas redes sociais, assumindo esse lugar outro onde o conteúdo da TV por assinatura é disponibilizado ao internauta com liberdade de escolha para sua fruição e possibilidade de estabelecer um contato em um nível, ainda que incipiente, de participação. Também nas redes sociais, portanto, as reportagens seguem os movimentos dialógicos estabelecidos com os recursos artísticos posto que, diante de uma grande oferta de narrativas

jornalísticas no ambiente midiático, não basta apenas oferecer um produto sedutor esteticamente, mas é preciso também aproximar-se do telespectador que, ao buscar o conteúdo televisivo em variadas plataformas, quer também compartilhar e legitimar suas preferências ao “curtir” ou não um conteúdo, ou ainda ver uma reportagem que não assistiu na televisão.

Autores como França (2009), Tourinho (2009) e Médola e Redondo (2010), entre outros, apresentam estudos sobre a relação entre a televisão e a internet, apontando para a forte interação entre os formatos televisivos, o site e as redes sociais. Para França (2009), esse diálogo entre as mídias e a disponibilização dos conteúdos televisivos na web potencializa a disseminação das informações, enquanto Tourinho (2009) vai além ao dizer que é possível estabelecer uma parceria entre telejornalismo e web, não apenas divulgando seu conteúdo, mas estabelecendo uma aproximação com o internauta. Hoje, segundo o autor, o telespectador também quer encontrar o seu canal preferido na web ou nas redes sociais, e por isso canais que promovem esse diálogo fazem com que a mídia televisiva esteja mais presente na vida do seu público, mesmo que em diferentes plataformas.

Essa transformação certamente colabora com a reorganização e disponibilização dos conteúdos e seus formatos. O telespectador pode utilizar uma série de ferramentas com maior agilidade, e conta com múltiplas fontes e possibilidades, por isso pode ser um agente na disseminação do conteúdo que acaba sendo visto por mais pessoas. Para Tourinho (2009) a velocidade de disseminação da Internet vai colaborar cada vez mais na difusão de informação. Médola e Redondo (2010) também compartilham desse ponto de vista, ao considerarem que o consumo de informação e entretenimento criam novos espaços de comunicação e socialização, promovendo fluxos de comunicação e a modificação na produção, distribuição e consumo de suportes como a televisão.

TV por assinatura, Canal Arte 1 e o programa *Arte 1 em Movimento*

Para pensar o telejornal segmentado voltado para a cobertura de arte e cultura e a formatação de seu conteúdo, como é o caso do programa *Arte 1 em Movimento*, é preciso considerar as transformações operadas também no mercado das TVs por assinatura no Brasil e sua relação com a redes sociais, por incidirem na configuração narrativa em ambos os suportes. Segundo os dados divulgados em 2013 pela Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA) na publicação *Mídia Fatos*, o mercado de televisão por assinatura está em expansão, situando o Brasil como o sexto maior mercado de TV por assinatura no mundo, com 220 canais disponíveis ao todo pelas operadoras. De acordo com o estudo, a Anatel contabilizou 17 milhões de domicílios assinantes no mesmo ano, o que possibilita acesso ao serviço por parte de mais de 54,4 milhões de pessoas. O crescimento foi de 27,5% com base em 2012, gera a expectativa que em 2018 o Brasil tenha 40 milhões de domicílios assinantes⁵.

Outros dados interessantes publicados pelo *Mídia Fatos 2013* dizem respeito ao estilo de vida dos consumidores. Os resultados apontaram que o assinante é consciente e responsável por ter interesse ao meio ambiente, busca ter uma vida saudável, consumindo alimentos light/diet e possui uma vida ativa fazendo ginástica em academia. Quando perguntados sobre qual o objetivo em assinar a TVs segmentadas, o acesso ao entretenimento foi apontado por 83% da amostra, seguido da motivação em ter a programação como alternativa para TV aberta por 45% dos respondentes. Assim, compreende-se a aposta feita pelo Grupo Bandeirantes de Comunicação, reconhecido em suas operações em sinal aberto em buscar, a partir do canal Arte 1, instituir-se como essa alternativa aos conteúdos ofertados em sinal aberto e especializando-se em uma determinada temática de cobertura, neste caso a arte e a cultura.

O Canal Arte 1 também faz parte da NEOTV, que une 145 empresas, entre elas operadores de TV por Assinatura e provedores de Internet, atuando em mais de

⁵ Esses dados estão relacionados também ao nível de satisfação dos usuários. A pesquisa divulgada pelo Ibope no 19^a Pay TV de 2012 mostra que 78% dos assinantes de TV por assinatura estão muito satisfeitos ou satisfeitos com os serviços prestados por suas operadoras e entre aqueles que nunca assinaram o serviço, 17% pretendem contratá-lo nos próximos seis meses e entre os entrevistados que já foram assinantes, 30% pretendem recontratar. A pesquisa contou com mais de 18 mil respondentes com 10 ou mais anos de idade de todas as classes sociais e também revelou que tanto a programação como os pacotes de canais oferecidos são os itens mais bem avaliados pelos entrevistados, mais de 70% dos participantes os consideram ótimos ou bons. A pesquisa diz que o público usuário desse serviço concentra maior parcela das classes AB do que a população em geral – 61% contra 41% na população. A classe C representou em 2012 36% do público de TV por assinatura, mas, na população, a parcela é maior: 48%.

475 cidades, de vinte estados brasileiros. Entre os associados estão a Globosat, ESPN Brasil, Fox, o canal Arte 1, entre outros. A associação que tem como objetivo negociar conteúdo e formatar produtos para operadores independentes de TV por Assinatura e Internet, além de ter papel institucional no setor de telecomunicações, buscando a livre concorrência e a competitividade no mercado.

De acordo com o site do Arte 1, o canal é:

O primeiro canal brasileiro com uma programação inteiramente dedicada à arte e à cultura. Dança, música clássica, música popular brasileira, cinema, artes visuais, literatura, teatro, ópera: são 24 horas no ar com um conteúdo especialmente pensado para quem se interessa por arte. (ARTE 1, 2009).

A programação do canal exhibe filmes clássicos e contemporâneos, documentários, concertos, séries, shows e contam também com produções próprias como o *Arte 1 em Movimento* e o *Estilo Arte 1*. No ranking dos canais por assinatura, publicado pelo Mídia Dados 2014⁶, o canal Arte 1 conta com 10.051.863 assinantes, ocupando o trigésimo sexto lugar. Por seu formato, como se disse, o *Arte 1 em Movimento* pode ser classificado como um telejornal sobre arte já que se dedica às notícias sobre arte. Ele é gravado na Pinacoteca de São Paulo e apresentado pela editora-chefe do programa, Gisele Kato e veiculado todos os domingos às 23 horas. Um dia após a veiculação na televisão, algumas reportagens sobre o tema e o programa (dividido em quatro blocos) são disponibilizados no site e na página do canal no Facebook⁷. A equipe do programa, apresentada no *roll* de créditos no final do telejornal, é composta por três repórteres, quatro videorepórteres e cinco editores. Na pós-produção estão um finalizador para áudio, outro para arte gráfica, um iluminador, entre outros profissionais.

⁶ Dados podem ser conferidos nas páginas 228 a 297 do arquivo Mídia Dados 2014.

⁷ Até julho de 2014, a página já havia recebido 98.238 curtidas.

Analizando a arte e a cultura

A edição escolhida para a análise foi a de 22 de junho de 2014, gravada na Pinacoteca do Estado de São Paulo. Essa edição foi escolhida de forma aleatória, considerando apenas a edição mais atual possível frente à operacionalidade da análise dentro dos prazos pretendidos.

O programa foi acessado no site do *Arte 1 em Movimento*, onde está disponibilizado a partir de quatro blocos⁸. Para facilitar a descrição de como foi organizada a análise, apresenta-se a seguir o Quadro 1, que conta com os seguintes elementos observados: formas de apresentação da notícia, descrição e formato, expressão artística a qual o conteúdo se refere, e duração.

⁸ As autoras baixaram os vídeos referentes à data escolhida, porém, eles não estão mais disponíveis, pois, a cada nova edição do programa, o canal substitui os vídeos no site. Retirar essa parte que deixei em rosa.

Programa Arte 1 em Movimento Edição 22/06/2014 Gravado na Pinacoteca do Estado de São Paulo Bloco 1. Duração: 14'43'			
Formas de apresentação da notícia:	Descrição e formato:	Expressão artística:	Duração:
Abertura	Clipe com as imagens das reportagens com a mesma trilha sonora		23'
Cabeça e escalada	Apresentadora em quadro. Ela explica: "Depois de duas semanas em Paris, a gente está de volta a nossa casa, a Pinacoteca do Estado de São Paulo." Escalada com imagens das reportagens e fala da apresentadora em off, sobre exposição baseada no universo do futebol que estava ocorrendo na Oca em SP. Filme Riocorrente de Paulo Sacramento. Música e exposição de Jardes Macalé. As novas instalações do artista visual Zezão. Banda Charlie & os Marretas. Exposição em Brasília com estrelas da arte contemporânea brasileira.		1'06'
Vinheta com a marca do programa. Duração: 8"			

Quadro 1: Exemplo da coleta de dados do Arte 1 em Movimento

Fonte: Elaboração das autoras (2014)

⁹ Para dar conta da análise, são utilizados mais alguns conceitos que fazem parte do vocabulário telejornalístico (BARBEIRO; LIMA, 2002; PATERNOSTRO, 1999), como *cabeça*, que é a abertura da matéria – o apresentador está sempre em quadro e fala direto ao telespectador; *escalada*, frase curta, manchete sobre o que será abordado no programa; *off*, quando ouvimos a voz do emissor e a sua imagem não está em quadro; *passagem*, a gravação feita pelo repórter no local do acontecimento e pode ser utilizada no meio de uma matéria; *sonora*, termo para designar uma fala da entrevista; *reportagem*, matéria que conta com imagens, entrevista e *off* e pode ter ou não a presença do repórter em quadro; *enquadramento*, o que aparece na cena, é o que está sendo focalizado pela câmera do cinegrafista; *G.C.*, o gerador de caracteres usado para inserir legendas junto às imagens; *trilha sonora*, músicas que cobrem as imagens; *vinheta*, um recurso que marca a abertura, transição ou intervalo, normalmente é composta de imagem e música característica do programa e são usados efeitos especiais; e *roll*, a assinatura do programa onde constam os nomes dos participantes da equipe.

O quadro produzido pretende refletir o espelho do programa, que “é a relação e a ordem de entrada das matérias do telejornal, sua divisão por blocos, a previsão de comerciais, chamadas e encerramento” (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 195), bem como a estruturação dos formatos narrativos dessas reportagens⁹.

A observação quantitativa, num primeiro momento, buscou observar como o tempo – duração do programa – é distribuído em termos das reportagens, bem como compreender os conteúdos tratados dentro do grande tema da arte e da cultura:

Categorias artísticas	Total de reportagens	Tempo
Artes Visuais	4	17 minutos e 25 segundos
Música	4	09 minutos e 50 segundos
Teatro	1	3 minutos e 3 segundos
Cinema	1	3 minutos e 58 segundos
Reportagens e tempo total	10	34 minutos e 16 segundos

Quadro 2: Dados quantitativos sobre as reportagens

Fonte: Elaboração das autoras (2014)

Do ponto de vista quantitativo, o quadro indica que, na edição analisada, o programa procurou contemplar a diversidade das manifestações culturais factuais, relacionadas à semana em curso, e especialmente voltadas para eventos no eixo Rio-São Paulo e da capital federal. As artes visuais tiveram grande cobertura, com 4 reportagens que totalizaram metade do tempo total do programa (17’25”), enquanto o segundo tema trabalhado foi “música”, para a qual foram exibidos quatro VTs que somaram um quarto do telejornal (9’50”). Os outros dois VTs, de aproximadamente 3 minutos cada um, foram dedicados ao teatro e ao cinema.

Já do ponto de vista qualitativo, foram analisadas três reportagens escolhidas por terem sido postadas na página do Facebook do canal. A análise foi feita a partir da divisão das informações em dois itens. No primeiro são apresentadas as descrições dos formatos televisivos adotados pelas três matérias e no segundo, a organização das postagens e a visibilidade que estas receberam a partir da sua publicação na página do canal Arte 1.

O formato televisivo das reportagens

Reportagem 1 – A experiência da Arte, arte para crianças

Duração: 3 minutos e 54 segundos, mais 3 minutos e 21 segundos que se referem aos cinco depoimentos, totalizando 7 minutos e 15 segundos.

Essa reportagem está no início do primeiro bloco do programa, que abre com um clipe com imagens das matérias que serão abordadas, em seguida, entra uma cabeça da apresentadora e a escalada. Antes de rodar o VT da reportagem entra uma vinheta. Essa organização para a apresentação da notícia tem relação com a linguagem de revista que é marcada por uma edição suave e cuidadosamente finalizada em termos de imagens abstratas e de trilha. A reportagem sobre a experiência da arte focada na fruição das artes para as crianças foi complementada com os depoimentos de cinco artistas que participavam da exposição no Centro Cultural Banco do Brasil em Brasília, apresentados em blocos diferentes dessa edição.

O formato da reportagem é caracterizado pelo uso do *off*, depoimento do curador em quadro e imagens da exposição. Há momentos de imagens apenas com trilha, sem *off*. Não aparecem sonoras com o público e não há presença do repórter em quadro. Ou seja, o *off* da reportagem não é narrado por um repórter. É o curador da exposição, Evandro Salles, um especialista, que apresenta a matéria. A partir da sua fala são mostradas imagens do local e detalhes das obras, e em alguns momentos a sua imagem está em quadro, em outros momentos sua sonora é

coberta por imagens em diferentes espaços da exposição.

Nota-se a preocupação com a captação de imagens em que a fotografia do enquadramento é cuidadosamente pensada, diferentemente da proposta do telejornalismo diário e suas *hard news*. As imagens esteticamente cuidadas são editadas a partir de movimentos de câmera longos, lembrando a edição própria das narrativas documentais que incidem sobre os detalhes do que está sendo narrado. Os artistas são mostrados em momentos informais de conversa entre eles, mas sem receberem créditos de identificação. Essa informação sobre quem são os artistas é dada pelo curador. E somente depois, por intermédio dos depoimentos individuais, é que o público vai conseguir unir a imagem desses artistas ao seu nome e a obra que estes fizeram para a exposição. O uso de trilha também reafirma a dinâmica da reportagem pós-produzida, posto que se modifica de acordo com os enquadramentos, colaborando para estetização do formato e apontando para as presenças da arte para falar da arte no programa.

Ao final da reportagem são colocados, com o uso do G.C, o nome da exposição, o nome curador responsável e o local, mas sem o horário de funcionamento e o período em que a exposição estará em cartaz.

Reportagem 2 – *Exposição do artista visual Zezão*

Duração: 7 minutos e 40 segundos, primeira reportagem do segundo bloco do programa.

Diferente da primeira reportagem, essa conta com a presença da editora-chefe e apresentadora do programa, Gisele Kato. Já na cabeça que vai chamar a reportagem é percebido o tom coloquial da apresentadora que diz “*eu me encontrei com o Zezão que prepara a sua primeira mostra individual aqui em São Paulo*”. Ou seja, diferente dos modelos tradicionais dos telejornais, não existe estranhamento do apresentador ao chamar a sua própria matéria. Esta tem início com trilha de estilo hip hop, de acordo com a expressão artística representada, que é o grafite e a arte urbana, evidenciando a proposta metalinguística do jornalismo cultural na televisão. O jornalismo usa a arte na reportagem para falar sobre um artista que usa a rua como suporte e que está organizando a sua primeira exposição em uma galeria de arte.

Após trinta segundos de imagens do local da exposição sem *off* aparecem em quadro Gisele e o artista em pé, ambos usando o microfone lapela, tendo como fundo uma obra de Zezão. Esse enquadramento mostra que a editora está no local da notícia que é a rua, de maneira que ela abandona a formalidade do estúdio evidenciando a ideia de que a arte contemporânea tende a ser o resultado da aproximação entre a alta cultura e a cultura massiva, como diz Figueiredo (2010). O que oportuniza, mais uma vez, que a apresentadora reforce a intimidade com o artista ao dizer “*Zezão, a última vez que a gente se encontrou, lá no seu ateliê [...]*”. Ao fundo são escutados toques de telefone e barulhos evidenciando que a exposição está sendo terminada, ou seja, há o destaque para o som ambiente, o que sinaliza que todas as fontes de informação da matéria são tomadas como importantes e ajudam a contar a história. Em acordo com a própria linguagem do hip hop, os planos são mais curtos e mais próximos dos utilizados no jornalismo diário, como é o caso do uso do plano geral e do plano médio¹⁰.

¹⁰ Plano geral é o enquadramento feito com a câmera distante mostrando a pessoa por inteiro ou um local por completo; o plano Médio, por sua vez, é o plano de introdução para as entrevistas, que corta logo abaixo dos cotovelos. (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 197).

Um recurso de edição bastante usado na reportagem é colocar imagens do artista montando a sua exposição com o uso de um ganho de áudio na trilha para pontuar a troca de assunto, a cada nova pergunta de Gisele. Após o questionamento da apresentadora, a sonora do artista é usada em *off*, coberta com imagens das obras as quais ele se refere, o que também dá mais dinâmica à edição. O entrevistado e a apresentadora permanecem em pé ao longo da conversa e, em diversos momentos ela reforça que se trata de uma entrevista exclusiva.

As últimas perguntas da apresentadora não são mais sobre a exposição em si. Gisele passa a falar com Zezão sobre outras obras e sobre a “cena” do grafite e, para cobrir essas informações, observa-se o cuidado da pós-produção da reportagem ao usar imagens do artista captadas em outras situações, como suas pinturas nos esgotos da cidade de São Paulo. Para terminar a reportagem, Gisele, com tom de intimidade, finaliza “Zezão você sabe que o Arte 1 tá sempre acompanhado você e o seu trabalho e a gente é super fã”. Após se despedir do artista, sobe o volume da trilha novamente e aparece em G.C com o nome do artista e o local da exposição, novamente sem data e sem horário de funcionamento.

Reportagem 3 – Lançamento do primeiro álbum e clipe da Banda Charlie & Os Marretas

Duração: 2 minutos e 51 segundos, apresentada ao final do segundo bloco no quadro especial “Estão na nossa mira”, que o programa utiliza para destacar novos talentos das artes brasileiras.

Essa reportagem conta com uma cabeça bem extensa, na qual a apresentadora faz um breve histórico sobre a banda paulista de funk brasileiro, chamada Banda Charlie & Os Marretas, que se formou em 2009. A apresentadora destaca: “mas não como aquele funk dos morros cariocas, a inspiração dos integrantes vem dos mestres do gênero norte-americanos”.

Ao final da cabeça, ela traz a notícia que, somente em 2014, eles lançaram o seu primeiro disco no auditório Ibirapuera em São Paulo, assim como gravaram o seu primeiro videoclipe para a música *Marretón*. Então, entra o VT com imagens e trilha do clipe. Na sequência, cada um dos componentes que conta a trajetória percorrida pela banda, fala diretamente para a câmera, acompanhadas da trilha do clipe. Em alguns momentos a edição destaca, num segundo quadro, as imagens do videoclipe colocando em uma proporção menor que a tela original. Também são creditados o nome da música e o selo da gravadora e, ao final da reportagem, são usadas imagens do show no auditório Ibirapuera para cobrir as sonoras dos integrantes.

A matéria termina com imagens novamente do clipe e com os créditos do nome do álbum e da gravadora. Porém, em nenhum momento foi vista a presença em quadro de um repórter.

O Arte 1 em Movimento no Facebook

As informações provenientes da página do Facebook do programa foram coletadas no dia 18 de julho de 2014. A data também está associada à possibilidade operacional de proceder a análise pretendida neste artigo. Nesta etapa, foram analisados a data da postagem feita pelo programa, o número de compartilhamentos da postagem feito pelos usuários, o número de curtidas e os comentários¹¹ relacionados às reportagens já descritas¹². Os dados quantitativos das reportagens estão sistematizados no Quadro 3.

¹¹ O termo compartilhamento refere-se às vezes em que a postagem foi compartilhada entre os usuários do Facebook.

¹² Na busca por compreender melhor o processo de produção das reportagens e a escolha de qual reportagem é postada no Facebook, as autoras do artigo entraram em contato com o canal Arte 1, por e-mail e por mensagem pela página do Facebook, mas não obtiveram resposta.

Título	Data da postagem	Compartilhamentos	Curtidas	Comentários
Reportagem 1 A experiência da Arte, arte para crianças	30 de junho de 2014	67	125	8
Reportagem 2 Exposição do artista visual Zezão	2 de julho de 2014	35	153	4
Reportagem 3 Banda Charlie & os Marretas	3 de julho de 2014	11	48	2

Quadro 3: Postagens das reportagens no Facebook do canal Arte 1

Fonte: Elaboração das autoras (2014)

A postagem sobre a **Reportagem 1** utiliza uma foto do artista Cildo Meireles e destaca o nome da exposição e o local, citando os nomes dos artistas envolvidos e disponibilizando o link direto para a reportagem na página do Canal. Nos comentários, observa-se que algumas pessoas marcam, ou seja, colocam o nome de seus amigos, para que assim vejam o seu comentário. Nesses comentários vemos que um usuário coloca até que dia a exposição estará funcionando, e completa assim a informação da postagem feita pelo canal.



Figura 1: Postagem sobre a Reportagem 1
Fonte: Página no Facebook do canal Arte 1 (2014)

Na postagem da **Reportagem 2**, a foto escolhida é a que aparece a apresentadora e o artista durante a entrevista. O link para a matéria também está em destaque, juntamente com uma breve descrição sobre a exposição e também é citado o local e a cidade do evento. Uma curiosidade observada nos comentários refere a uma reclamação. A usuária solicita ao canal que coloque o dia e a hora de um programa, como mostra a figura a seguir:

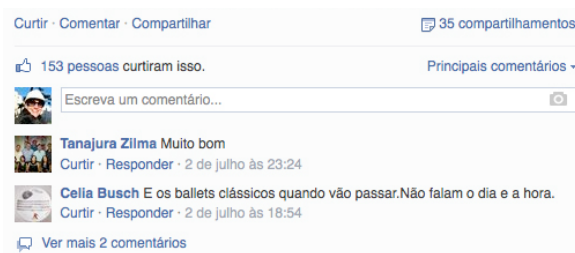


Figura 2: Postagem sobre a Reportagem 2
Fonte: Página no Facebook do canal Arte 1 (2014)

A próxima postagem que se refere à **Reportagem 3** e segue o mesmo padrão das anteriores, possui uma foto retirada do videoclipe apresentado na matéria televisiva, uma breve descrição do grupo Charlie & Os Marretas. Nos comentários mais uma vez aparecem as marcações dos nomes de amigos feitas pelos usuários.



Figura 3: Postagem sobre a Reportagem 3

Fonte: Página do Facebook do canal Arte 1 (2014)

Ao analisar as postagens, observou-se que seguem o mesmo estilo e estrutura na apresentação do conteúdo na TV e na web, inclusive os textos são muito próximos aos das cabeças ditos pela apresentadora no programa televisivo analisado. No entanto, na rede, soma-se a esta estetização da narrativa televisiva um papel que parece ser fundamental nesse ambiente. O jornalismo cultural no ambiente das redes sociais, atende a necessidades do receptor não disponíveis no suporte televisão e menos frequentes no site. Tratam-se das questões já apontadas por França (2009), Tourinho (2009) e Médola e Redondo (2010) quando tratam da potencialização dos conteúdos da TV na sua relação com a internet e redes sociais. Dizem respeito à liberdade de horário para a fruição dos conteúdos, à possibilidade de alguma interação por parte do receptor na medida em que pode manifestar suas opiniões e dúvidas, bem como aos recursos de socialização dos Vts oferecidos pelo Facebook. Nos comentários dos internautas verifica-se que as postagens das reportagens nos programas não acabam, aos estarem mais próximas das necessidades dos internautas, por fazerem destes conteúdos práticas de um jornalismo cultural marcado também por sua natureza de serviço na medida em que dão os indicadores de local, dia, hora. O que é de fato esperado por quem usa a página do Facebook do Canal Arte 1.

Considerações sobre Arte e Cultura no telejornalismo, na internet e redes sociais

A reflexão sobre jornalismo cultural na televisão segmentada ainda é muito incipiente, ainda que o meio esteja em expansão, a partir de uma previsão de crescimento do número de novos assinantes especialmente pertencentes à classe C. Por essas razões, o debate a respeito dos formatos adotados pelas reportagens televisivas, tanto para exibição pela televisão, quanto pelas redes sociais é fundamental para que se possa compreender como as manifestações artísticas estão sendo apresentadas nos diferentes suportes.

A análise quantitativa enfatizou que o programa se preocupa em divulgar as expressões artísticas brasileiras, principalmente as artes visuais e música. As reportagens apresentaram eventos que estavam acontecendo na semana de exibição do programa ou que iriam abrir para o público em breve. A duração das reportagens também é um fator importante, o tempo dedicado a cada uma delas é em média de 3 a 7 minutos, o que colabora para o aprofundamento do conteúdo, também encontrado no jornalismo interpretativo e onde os diálogos com os recursos estéticos são frequentes.

Na análise qualitativa das reportagens verificou-se que os formatos se repetem, e que a ênfase nos recursos estéticos ligados desde a apresentação da informação, na maior parte sem a presença em quadro do repórter, e no uso de recursos de edição e pós-produção trazem às reportagens uma narrativa próxima ao documentário, pois os depoentes falam diretamente para a câmera. Há a exploração também da trilha e do áudio ambiente, prezando pela sofisticação da imagem, o que reafirma os processos metalinguísticos presentes nessas narrativas. Ou por outras palavras, falar de arte e cultura a partir do uso de recursos de produção, edição e pós-produção é dialogar com a arte para chegar a um resultado de maior sofisticação da linguagem.

Outra observação importante diz respeito ao fato de que, ainda que a arte erudita de alguma maneira se popularize nos tempos contemporâneos, aproximando-se da cultura de massa (especialmente em suas narrativas televisivas), há informações que demandam certo conhecimento prévio sobre o conteúdo, já que nem todas as imagens de artistas são creditadas e a fala da apresentadora pressupõe que o telespectador conheça os artistas referidos e/ou entrevistados. Nesse ponto é preciso que o programa esteja atento para o público leigo, sem tanta informação sobre o cenário artístico brasileiro, para que essas pessoas também possam aprender ao ver a reportagem. Nesse sentido, a inserção do repórter em alguns momentos facilitaria essa interlocução, como uma tentativa de mostrar a cultura brasileira para todos os possíveis públicos que o meio televisivo atinge.

Nesse sentido, o Facebook parece estar cumprindo, enquanto rede social, um papel importante de prestação de serviço ao disponibilizar o conteúdo ao internauta para que veja em horário que melhor lhe aprouver. E também por reivindicar, quando não ofertados, os elementos relacionados à prestação de serviço dos eventos culturais. Em alguns comentários foi visto que os próprios internautas complementam a informação trazendo mais dados sobre o assunto. Dispensando ao Facebook essa tarefa, infere-se por decorrência que a aceitação e o relacionamento com o público internauta é mais que uma tendência, e sim uma prática de diversos canais de televisão ao disponibilizarem os conteúdos televisivos em suas páginas nas redes sociais, como se viu no caso do programa *Arte 1 em movimento*. Uma dinâmica que sugere que os programas televisivos – especialmente telejornais segmentados – sejam compreendidos não só pela mídia televisão, mas como uma oferta de conteúdo que se apresenta em múltiplos suportes.

Referências Bibliográficas

BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. de. *Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV*. Rio de Janeiro: Campus, 2002. 252 p.

FIGUEIREDO, V. L. F. *Narrativas migrantes: Literatura, roteiro e cinema*. Rio de Janeiro: PUCRio, 2010. 287 p.

FRANÇA, V. A televisão porosa – traços e tendências. In: FREIRE FILHO, J. (Org.). *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 27-52.

GADINI, S. L. A lógica do entretenimento no jornalismo cultural brasileiro. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, v. IX, n. 1, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/v.%20IX,n.%201,2007/9%20SergioGadini.pdf>>. Acesso em: 07 jul. 2014.

JAMESON, F. *Pós-modernismo*. A lógica cultural do capitalismo tardio. 2. ed. São Paulo: Ática, 1997. 431p.

MARCONDES FILHO, C. *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2000. 171p.

MÉDOLA, A. S.; REDONDO, L. V. A ficção televisiva no mercado digital. In: RIBEIRO, A. P. G. (Org.). *História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje*. São Paulo: Contexto, 2010. 347 p.

MELO, J. M. de; ASSIS, F. de (Org.). *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: UESP, 2010. 331 p.

MÍDIA DADOS BRASIL 2014. Disponível em: <<http://sunflower2.digitalpages.com.br/html/reader/119/38924>>. Acesso em: 29 jul. 2014.

MÍDIA FATOS TV POR ASSINATURA 2013. Disponível em: <<http://www.midiafatos.com.br/site2013/index.html>>. Acesso em: 29 jul. 2014.

MOTTA, L. G. Teoria da Notícia: As relações entre o real e o simbólico. In: MOUILLAUD, M.; PORTO, S. D. (Orgs). *O Jornal: Da forma ao sentido*. Brasília, DF: Paralelo 15, 1997. 588 p.

PATERNOSTRO, V. I. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: Campus, 1999. 158 p.

PICCININ, F; SOSTER, D. Da Anatomia do telejornal midiaticizado: metamorfoses e narrativas múltiplas. *Brazilian Journalism Research*. Vol 8, n. 2. 2012. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/427/385>>. Acesso em: 13 dez. 2015

SOSTER, D. de A. Sistemas, complexidades e dialogias: narrativas jornalísticas reconfiguradas. In: PICCININ, F.; SOSTER, D. de A. (Org.) *Narrativas comunicacionais complexificadas*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2012. 293 p.

TOURINHO, C. *Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir*. Vitória: Espaço Livros, 2009. 305 p.

Publicação disponível em: < <http://midiafatos.org.br/site2013/index.html>>. Acesso em 18 de julho de 2014.

Dados sobre a NEOTV disponíveis em:< <http://www.neotv.com.br/>. Acesso em 10 de julho de 2014.

ARTE 1. O canal, 2009. Disponível em: <<http://arte1.band.uol.com.br/o-canal/>>. Acesso em: 18 jul. 2014.

FACEBOOK. Arte 1. Disponível em: <<https://www.Facebook.com/canalarte1>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

ARTE 1. Íntegra do programa. Disponível em: <<http://arte1.band.uol.com.br/category/programas/videos/arte-1-em-movimento/integra-do-programa/>>. Acesso em: 18 jul. 2014.