

O acto final? Jornalismo Português de Cinema em tempos pandémicos¹

The final act? Portuguese Film Journalism in Pandemic Times

Jaime Lourenço

CIES/Iscte – Instituto Universitário de Lisboa | NIP-C@M/Universidade Autónoma de Lisboa,
Rua de Santa Marta, nº56 1169-023 Lisboa, Portugal

 0000-0002-9774-4967 · jlourenco@autonoma.pt

Fechas: Recepción: 02/05/2022 · Aceptación: 08/09/2022 · Publicación: 15/10/2022

Resumo

O Jornalismo de Cinema deve ser entendido como um campo particular do jornalismo cultural, que se assume enquanto prática jornalística centrada na atividade cultural e artística, que marcou o século XX e insiste em continuar no século XXI: o cinema. Encarado como subgénero do jornalismo cultural, o Jornalismo de Cinema assume-se como um campo de sentido informativo, crítico e pedagógico. Com este artigo, procuramos perceber as transformações que a pandemia trouxe ao jornalismo português de cinema e compreender as transformações que ocorreram nesta especialização jornalística durante dois meses da pandemia (Junho e Julho de 2020) nos *media* portuguesas de forma a entender as alterações que o jornalismo de cinema atravessou. Aplicamos uma análise de conteúdo aos principais jornais portugueses (versão impressa e *online*): *Público*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã*, *Observador* e *Expresso*, e programas de rádio e televisão informativos dedicados exclusivamente ao cinema: os programas de televisão *Cinebox* (TVI24), *Janela Indiscreta* (RTP) e *Cartaz Cinema* (SIC Notícias) e os programas de rádio *Cinemax* (Antena1) e *A Grande Ilusão* (Antena2). Concluimos que esta especialização jornalística em Portugal ficou bastante fragilizada durante os meses analisados com um empobrecimento temático e de formatos que resulta de estratégias editoriais que abdicaram de cobrir o cinema, em alguns casos por completo.

Palavras-Chave: jornalismo de cinema, cobertura jornalística, Covid-19, pandemia.

Abstract

Film Journalism must be understood as a particular field of cultural journalism, assuming itself as a journalistic practice that focus on the cultural and artistic activity, that marked the 20th century and insists on following into the 21st century: the Cinema. Viewed as a subgenre of cultural journalism, Film Journalism assumes itself as an informative, critical, and pedagogical field. With this article, we seek to understand the transformations that the pandemic has brought to Portuguese film journalism and to understand the transformations that have occurred in this journalistic specialization during two months of pandemic (June and July 2020) in the Portuguese media in order to understand the changes that this journalistic specialization has undergone. We applied a content analysis to the main portuguese newspapers (print and online versions): Público, Diário de Notícias, Jornal de Notícias, Correio da Manhã, Observador

¹ Este artigo está enquadrado na investigação de doutoramento “Jornalismo de Cinema em Portugal” financiada e apoiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), com a referência SFRH/BD/143752/2019.

e Expresso, and radio and television informative programs exclusively dedicated to cinema: Cinebox (TVI24), Janela Indiscreta (RTP) e Cartaz Cinema (SIC Notícias) e os programas de rádio Cinemax (Antena1) e A Grande Ilusão (Antena2). We conclude that this journalistic specialization in Portugal proved to be quite fragile during the months analyzed with a thematic and format impoverishment resulting from editorial strategies that abdicated from covering cinema, in some cases completely.

Keywords: film journalism, journalistic coverage, Covid-19, pandemics.

1. Introdução

O sector cinematográfico foi profundamente afectado pela pandemia Covid-19 à escala mundial: salas encerradas, rodagens e festivais interrompidos, estreias adiadas, etc. O Jornalismo de Cinema, enquanto actor privilegiado no campo da actividade cinematográfica, torna-se um protagonista essencial que acompanhou as transformações causadas pela pandemia.

Esta especialização jornalística² está inserida no quadro conceptual do Jornalismo Cultural. Recordando o contributo de Jaakkola (2015) com a sua organização das zonas de cobertura jornalística no campo das artes e da cultura, focamos o olhar no Jornalismo de Artes, um campo central na cobertura jornalística das artes tradicionais e, nesse âmbito, enquadram-se aqui as manifestações artísticas tradicionais que Pastoriza (2006) enuncia: Literatura, Música, Cinema, Artes Plásticas e Artes Performativas. Cada uma destas especializações jornalísticas possui códigos linguísticos, referências próprias e recorre a fontes da sua área. Contudo, apesar da variedade de manifestações artísticas, cada uma está inserida no quadro das práticas jornalísticas em torno de matérias culturais.

Deste modo, o Jornalismo de Cinema (e não jornalismo cinematográfico³) é uma especialização (ou um subgénero) do Jornalismo Cultural, mas direccionado ao contexto cinematográfico. Possui as mesmas características como a democratização do conhecimento, obras, bens e pensamentos; a promoção de uma reflexão e interpretação que se traduz no formato por excelência do Jornalismo de Cinema (e do cultural), a crítica; e a dimensão performativa em que o jornalismo contribui para que o leitor/ouvinte/espectador desencadeie uma acção (por exemplo, seleccionar que filme ver). A sua *praxis* adopta conceitos e códigos, correlaciona fontes (realizadores, produtores, actores, distribuidores, exibidores, etc.) e assume um papel activo de mediação no campo da actividade cinematográfica

Deste modo, e tendo em conta o período pandémico que afectou tanto o sector cinematográfico como o sector jornalístico, propomos olhar para a actividade jornalística especializada em cinema, no contexto português de forma a perceber as alterações que a pandemia trouxe ao Jornalismo português de Cinema, nomeadamente compreender as transformações que ocorreram nesta especialização jornalística durante dois meses de pandemia (junho e julho de 2020) nos principais órgãos de

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

3 O jornalismo cinematográfico é constituído pelos cinejornais, filmes que abordam acontecimentos da actualidade numa perspectiva informativa e com um pendor jornalístico projectados para as massas. Foram amplamente difundidos na primeira metade do séc. XX.

comunicação social portugueses: os jornais generalistas diários *Público*, *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã*, os jornais generalistas semanários *Expresso* e *Diário de Notícias* (que no período de análise tinha uma periodicidade semanal), e respectivas páginas *online*, juntamente com o jornal *online Observador*; e os programas informativos de rádio exclusivamente dedicados ao cinema *Cinemax*, da Antena1 e *A Grande Ilusão*, da Antena2, bem como os programas informativos de televisão que se dedicam em exclusivo à actividade cinematográfica *Cinebox*, da TVI24, *Cartaz Cinema*, da SICNotícias e *Janela Indiscreta*, da RTP.

Para tal, demos continuidade ao trabalho que havíamos desenvolvido referente ao ano 2019 (Lourenço, 2022) que procurava perceber quais as características e tendências do Jornalismo português de Cinema de forma transversal aos vários meios. Assim, optamos por, neste artigo, replicar a análise de conteúdo categorial temática anteriormente realizada (com uma grelha de análise original construída para cada meio) aos suportes identificados e perceber quais as características da cobertura jornalística desta especialização durante este período temporal (junho e julho de 2020), bem como as transformações e adaptações impostas pela pandemia nas rotinas produtivas dos jornalistas de cinema, recorrendo também, como complemento, à realização de entrevistas aos principais jornalistas, críticos e editores destes jornais e programas alvo da nossa análise.

2. Jornalismo português de Cinema: contexto

Tendo em conta o contributo do teórico dos estudos culturais, Christian Metz (1980), que enquadra o discurso sobre cinema como parte integrante da ‘instituição cinema’, a “terceira máquina da instituição”, o Jornalismo de Cinema inclui-se neste quadro, uma vez que “existe naquele que escreve sobre cinema uma tendência mais fundamental [...], que visa estabelecer, manter ou restabelecer o cinema (ou os filmes)” (Metz, 1980, p. 16).

Deste modo, a relação entre o jornalismo português e a actividade cinematográfica começou logo aquando do surgimento das primeiras manifestações da “sétima arte” em Portugal, desde o início do século XX, em que se desenvolveram as publicações sobre cinema que acompanharam a implementação desta manifestação artística e cultural na vida dos portugueses e a edificação do próprio cinema português (Lourenço & Centeno, 2019).

A propósito do ciclo “Jornalismo & Cinema”, inserido nas comemorações do 20º aniversário do semanário *Expresso*, em 1993, o seu fundador, Francisco Pinto Balsemão, assumia o cinema como parte integrante do jornalismo, uma vez que existiam “cada vez mais publicações escritas, a televisão, a própria rádio ocupam-se do cinema, precisam do cinema, noticiam o cinema, usam o cinema” (Balsemão, 1993, p. 9).

Uma vez que o papel do jornalismo é “fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (Kovach & Rosenstiel, 2005, p. 16), na especialização em Jornalismo de Cinema, essa função não é esquecida. Para Mário Mesquita, referência incontornável dos Estudos de Jornalismo em Portugal, “a informação especializada deve ser ‘divulgação contextualizada’, sem se confundir com uma ‘vulgarização’ que signifique ausência de rigor e caricatura do saber, a reboque das estratégias e dos interesses do ‘marketing cultural’” (Mesquita, 2001). Neste sentido, o Jornalismo de Cinema deve também ir além do objecto central e, através dele, ler aspectos da actualidade. Por

exemplo, recorrer a um filme como meio de interpretação da realidade, o que é corroborado por Pedro Alves quando refere que “o cinema pode ser um contributo importante para potenciar codificações e descodificações significativas do(s) nosso(s) mundo(s)” (Alves, 2018).

É desta forma que Balsemão referia que “há que acompanhar a vida dos realizadores e dos actores. Há que noticiar os filmes em preparação. Há que dar relevo aos lançamentos comerciais das grandes produções, normalmente americanas, mesmo que não sejam grandes filmes” (Balsemão, 1993, p. 10). Assim sendo, a divulgação dos filmes, nomeadamente as grandes produções (como os *blockbusters*⁴) que constituem fenómenos culturais, dão origem a notícias culturais: seja devido a factores económicos (onde se insere a actividade empresarial dos estúdios), à presença de grandes celebridades, à inovação tecnológica que é aplicada nos filmes, ou até às campanhas de marketing que os acompanham (Kristensen & From, 2013, p. 53).

Além da componente informativa (inerente ao jornalismo), o Jornalismo de Cinema tem um papel fundamental na formação do público, nomeadamente através de um formato jornalístico específico: a crítica. Esta deve “ensinar a ver, informar sobre o que se vê, contextualizar, ensinar, e pôr as questões pertinentes a propósito de um filme, fazer saber interrogá-lo” (Cunha, 2004, p. 88). O Jornalismo de Cinema integra, assim, um lugar fundamental na promoção de uma literacia fílmica, na abertura e consolidação do discurso da cinefilia, fazendo uso de uma dimensão pedagógica. Elsa Carneiro Mendes, coordenadora do Plano Nacional de Cinema⁵, refere que “é essencial aliar a importância pedagógica das narrativas audiovisuais ao papel formativo que o jornalismo de cinema pode assumir, quer como ferramenta privilegiada para eliminar fronteiras entre cultura e educação, quer como mediador singular da divulgação de fenómenos provenientes da cultura popular e massificada, intrínsecos à cultura do cinema e audiovisual, quer ainda como instrumento que possibilita cabalmente a democratização nesta área específica da cultura” (Carneiro Mendes, 2021, p. 72).

A lógica discursiva que o Jornalismo de Cinema detém é muito específica, apropriando-se de conceitos e códigos linguísticos do seu objecto, o cinema. Uma vez que, à semelhança do que acontece no jornalismo de música, “a utilização de termos técnicos facilita a compreensão daqueles que sabem, enquanto aliena aqueles que não estão familiarizados com a terminologia” (Torres da Silva, 2013, p. 2).

Deste modo, o Jornalismo de Cinema assume-se enquanto subgénero do jornalismo cultural que versa sobre o cinema enquanto manifestação artística e indústria cultural com objectivos informativos, promove a reflexão sobre a produção e cultura cinematográficas (independentemente da sua origem e destino), o discurso da cinefilia e o consumo de filmes (Lourenço & Centeno, 2021b, p. 81).

Os estudos levados a cabo em Portugal apresentam-nos algumas tendências desta especialização jornalística:

4 Filmes populares entre o público, com um elevado custo de produção e, por conseguinte, um elevado sucesso financeiro a nível de bilheteira.

5 Programa de literacia para o cinema e de divulgação das obras cinematográficas nacionais junto dos públicos escolares, operacionalizado em conjunto pelo Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA), pela Cinemateca Portuguesa - Museu do Cinema e pela Direcção-Geral da Educação. É uma iniciativa que tem por missão garantir instrumentos essenciais de leitura e interpretação de obras cinematográficas junto dos alunos das escolas abrangidas pelo programa.

- Actualmente, não existe em Portugal nenhuma publicação dedicada exclusivamente ao cinema, colocando a informação sobre o cinema apenas nas páginas (impressas e *online*) da imprensa generalista, onde o cinema se constitui como uma das manifestações artísticas e culturais com maior presença (Baptista, 2014).
- Em 2019, os destaques ao cinema pelos jornais portugueses na primeira página foram uma aposta de apenas um jornal diário português, que tem a cultura como um dos seus pilares estratégicos, o mesmo não ocorre nas outras publicações em que o destaque a matérias relacionadas com o cinema na primeira página é meramente residual (Lourenço & Centeno, 2020).
- Os três principais formatos aplicados ao tratamento jornalístico do cinema nos jornais (impressos e *online*) em 2019 foram a crítica, a notícia e a reportagem. As estreias se constituíram-se como o principal momento de cobertura noticiosa do cinema. Por sua vez, a crítica tem vindo a revelar um empobrecimento discursivo e argumentativo, limitando-se a descrever a narrativa do filme em questão e aproximando-se mais da *review* do que propriamente da crítica em termos argumentativos e retóricos (Lourenço & Centeno, 2021a).
- A cobertura portuguesa do cinema nos jornais (impressos e *online*) no ano de 2019 cumpre os objectivos informativos e promove o consumo de filmes, peca por não reflectir sobre a produção e cultura cinematográficas, o que deixa em aberto a possibilidade de uma reconfiguração deste tipo de prática jornalística. Verificamos ainda que as versões em papel dedicam grande espaço às reportagens e entrevistas, ao mesmo tempo que também o dedicam aos guias de consumo que disponibilizam o cartaz dos filmes em sala (Lourenço & Centeno, 2021a).
- Numa análise ao programa televisivo de informação cinematográfica *Cinebox*, da TVI24, observou-se que as rotinas associadas ao jornalismo de cinema são estruturadas em função do calendário definido pelos estúdios e distribuidoras, sendo a estreia de um filme um momento determinante dessa actividade jornalística (Lourenço, 2016, p. 123). É, neste sentido, que “os *media* raramente são a força condutora por trás das notícias, muitos dos conteúdos pertencem à agenda e disseminação de actividades planeadas” (Santos Silva, 2015, p. 65), neste caso da indústria cinematográfica.
- A maioria das notícias de 2019 referentes ao cinema publicadas na imprensa e *online* não identifica nenhuma fonte para a informação que apresenta. É um empobrecimento generalizado do jornalismo praticado resultado do predomínio de um *churnalism*⁶ (Kristensen, 2017) que não procura dialogar, questionar ou contestar (Lourenço, 2022).

Este diagnóstico revela uma cobertura jornalística especializada próxima de outras tendências evidenciadas no que diz respeito ao jornalismo que se dedica a cobrir manifestações artísticas e culturais como o desenvolvimento de uma orientação dirigida ao entretenimento, um seguimento escrupuloso de uma agenda de eventos e um esbatimento de fronteiras entre o domínio do consumo e do jornalismo (Santos Silva, 2015; Oliveira, 2020), aliado às múltiplas crises (financeira, reputação, credibilidade, identidade, etc.) da actividade jornalística (Pena, 2018).

⁶ 'Churnalism' é uma forma de jornalismo que se baseia em reciclar comunicados de imprensa e que envolve pouco ou nenhum trabalho de reportagem ou verificação de factos (Kristensen N. N., 2017).

3. Metodologia

O presente artigo propõe olhar para as transformações causadas pela pandemia Covid-19 no panorama jornalístico português especializado em cinema. Devido à Covid-19, Portugal entrou em confinamento obrigatório em Março de 2020 (decorreu entre 19 de Março de 2020 e 1 de Junho de 2020). Tal teve consequências na actividade cinematográfica com o encerramento de salas, interrupção de rodagens e constrangimentos no sector jornalístico que levou a transformações e adaptações na própria cobertura jornalística e nas rotinas produtivas dos jornalistas.

Perante um quadro com alterações tão expressivas que afastavam cada vez mais o panorama de 2020 do de 2019, procuramos perceber as características da cobertura jornalística especializada em cinema em Portugal durante junho e julho de 2020. Deste modo, através da análise de conteúdo, que objectiva quantificar e tratar estatisticamente dados recolhidos num conjunto alargado de suportes e meios (imprensa, *online*, rádio e televisão) com vista a construir inferências e interpretações (Cunha & Peixinho, 2020, p. 114). Optámos, assim, por analisar as peças que dizem respeito ao cinema nos jornais *Público*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã*, *Observador* e *Expresso*, os programas de televisão *Cinebox* (TVI24), *Janela Indiscreta* (RTP) e *Cartaz Cinema* (SIC Notícias) e os programas de rádio *Cinemax* (Antena1) e *A Grande Ilusão* (Antena2) e respectivas páginas *online*.

A selecção das peças analisadas respeita critérios como a referência a toda a actividade relacionada com a produção cinematográfica ou qualquer personalidade com ligações ao cinema (desde que o foco da peça não seja a vida pessoal e íntima destas figuras). Apenas as peças com estas características se constituíram enquanto elementos passíveis de registo e análise. Estes critérios foram verificados em todas as primeiras páginas dos jornais bem como no seu interior, suplementos e páginas *online* dos títulos em análise. Relativamente aos programas de televisão e rádio, uma vez que todos são dedicados em exclusivo ao cinema, todos os seus conteúdos foram objecto de análise, bem como as suas páginas *online*.

A recolha procedeu-se entre 25 de Maio e 31 de Julho de 2020. Este período foi definido tendo como critério o início da reabertura das salas de cinema após o primeiro confinamento na sequência da pandemia por Covid-19. No total, foram analisadas, através de uma análise de conteúdo categorial temática transversal aos vários meios a partir das grelhas de análise (construídas para a investigação anterior (Lourenço, 2022), 167 peças impressas, 59 peças radiofónicas, 78 peças televisivas e 288 peças *online*. As especificidades que distinguem as grelhas de análise estão relacionadas com as próprias características inerentes ao meio. Por exemplo, a grelha da imprensa comporta as questões de localização da peça na página, espaço que a peça ocupa na página, se a peça tem destaque de primeira página, entre outras questões.

Como complemento, foram realizadas entrevistas aos principais jornalistas/editores e críticos dos jornais e programas analisados: Vasco Câmara (*Público*), Jorge Mourinha (*Público*), Sílvia Borges Silva (*Lusa*), Inês N. Lourenço (*Diário de Notícias* e *A Grande Ilusão*), Tiago Alves (*Cinemax*), e Vítor Moura (*Cinebox*).

4. E tudo a pandemia levou: a cobertura jornalística do cinema no período pandémico

ver cinema em 2020 pode ter correspondido a um conjunto de experiências tendencialmente empobrecidas da grandeza social do cinema enquanto arte popular que marcou o séc. XX (Lisboa, 2020). 2020 foi “um ano marcado por profundos constrangimentos”, como indica o Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA), em que, com salas de cinema encerradas, rodagens e festivais interrompidos, estreias adiadas e uma crise acentuada no sector cinematográfico, a pandemia Covid-19 afectou todo o sector, tendo as salas portuguesas sofrido uma quebra de 75,55% em audiência e receitas face a 2019. Isto indica que, em 2020, houve menos 11,7 milhões de espectadores e facturaram-se menos 62,7 milhões de euros do que no ano anterior (Lusa, 2021). Este foi um ano em que as salas de cinema receberam 3,77 milhões de espectadores (em 2019 tinha tido 15,5 milhões) e as receitas de bilheteira situaram-se nos 20,4 milhões de euros (um quarto do valor de 2019 – 83,1 milhões de euros). Deste valor de receita, 12,3 milhões diz respeito à soma dos meses de Janeiro e Fevereiro, quando ainda não havia registo de casos de Covid-19 no país (Lusa, 2021). Estes dados apontados pelo Instituto do Cinema e Audiovisual apontam que a quebra-geral de 75,55% confirma que 2020 foi o pior ano para a exibição cinematográfica em sala desde que o ICA sistematiza os dados reportados pelos exibidores.

Tal como Carla Baptista (2021) aponta, os efeitos da crise pandémica no sector da cultura podem ser olhados de formas distintas: por um lado, foi péssimo, pois cancelou as actividades culturais, encerrou as salas, destruiu empregos, deixou artistas e técnicos à mercê de uma precariedade laboral, interrompeu dinâmicas de públicos que levaram décadas a consolidar-se, provocando a devastação económica, financeira e moral do campo cultural e artístico. Por outro (apesar de ser impossível dizer que foi óptimo), o confinamento fez disparar o consumo de produtos culturais, nomeadamente de filmes assistidos nas plataformas *online*, impulsionando uma transformação do modelo tradicional de negócio do cinema que, com a crise pandémica, registaram um aumento de espectadores⁷ (Cardoso, 2020), domesticando a magia do cinema ao sofá. Ou seja, “enquanto a produção cultural sofreu cortes totais, o consumo de bens culturais ajudou a minorar os efeitos do confinamento global, contribuindo para o bem-estar emocional, individual e coletivo, e para reforçar sentimentos de partilha e pertença identitária” (Baptista, 2021, p. 16).

Com o irromper da pandemia e no seguimento da declaração do Estado de Emergência em todo o país a 18 de Março de 2020, as salas de cinema portuguesas encerraram sem previsão de reabertura (só viriam a reabrir a 1 de Junho com um lugar de intervalo entre espectadores, obrigação do uso de máscara e directivas para a higienização constante dos espaços), várias produções foram suspensas ou adiadas e milhares de profissionais do sector (precários, trabalhadores sazonais, trabalhadores intermitentes ou a projecto) ficaram sem trabalho e sem qualquer tipo de remuneração (Leão, 2020). De acordo com o relatório do OberCom, o cinema foi um dos sectores mais prejudicados pela pandemia, em que se estimam efeitos devastadores. Um dos grandes centros de produção cinematográfica à escala global, Hollywood, ficou afectado não só a nível da suspensão de receitas de bilheteira ou publicidade, pela paralisação de produções e rodagens, mas também, como o relatório indica, pelo acentuar dos riscos laborais (OberCom, 2020).

7 No final de Abril de 2020, o Barómetro de Telecomunicações da Markttest já dava conta de que entre Fevereiro e Abril as plataformas de *streaming* ganharam 800 mil novos subscritores, beneficiando sobretudo os dois principais nomes no mercado – Netflix e HBO (Cardoso, 2020).

No fundo, 2020 foi um ano de perdas, onde a pandemia levou quase tudo o que caracteriza o sector do cinema. A tendência indica que a sala de cinema enquanto espaço privilegiado para o contacto com as imagens em movimento está a dissipar-se, ou pelo menos a configurar-se enquanto prática de nicho (Lisboa, 2020).

Contudo, se o panorama do sector cinematográfico se alterou totalmente, também o jornalismo português de cinema sofreu as consequências de o seu objecto ter ficado em estado vegetativo durante os meses de influência da Covid-19 (em confinamento ou repleto de restrições e directrizes das entidades de saúde pública).

Uma das principais tendências verificadas no jornalismo português de cinema durante 2019, transversal à “normalidade” do quotidiano e rotinas jornalísticas é a correlação entre as opções editoriais dos *media* e o calendário de estreias e eventos imposto pela indústria, sendo as estreias o tema principal e estrutural do jornalismo de cinema. Ora, com a pandemia, esta relação desapareceu porque a agenda deixou de existir, não havia estreias em sala, os festivais haviam sido cancelados ou suspensos, etc. e os jornalistas foram forçados a procurar outros temas e abordagens do cinema: “foi uma surpresa enorme, porque permitiu-nos sair daquela espécie de zona de conforto das agendas do ‘agora os filmes que estreiam, agora os livros que saem...’ e tivemos de procurar outros assuntos de cultura, ou outra forma de tratar os mesmos assuntos. E foi muito interessante perceber que eles existem. Isso existe. E foi digamos, para mim, foi a época mais fértil do suplemento [*Ípsilon*]” (Vasco Câmara em entrevista, 2021).

Forçámo-nos a sair da mera cobertura da crítica também, e acho que isto também é importante, que nos forçou a sair um bocadinho acima da cobertura tradicional da crítica, do filme que estreia, da entrevista, e do festival para também tentarmos procurar outras maneiras de falar sobre o cinema. As coisas que vão aparecendo e acho que aí também o streaming, obrigou-nos a repensar o nosso olhar. Acho que veio sobretudo demonstrar a fragilidade de tudo isto. A demonstrar que afinal de contas este monólito gigantesco do cinema, do mercado do cinema, das pipocas, dos multiplexes, da sala... todo o circuito que vivia do contacto físico e do presencial e de repente é afetado e ninguém estava à espera... (Jorge Mourinha em entrevista, 2021)

Este relato vai ao encontro daquilo que fora apontado por Miranda, Fidalgo e Martins quando referem que “também a actividade dos jornalistas portugueses foi objecto de transformações, não apenas no âmbito das rotinas como ao nível do seu quotidiano temático” (Miranda, Fidalgo, & Martins, 2021, p. 294) (tab. 1).

Deste modo, durante os primeiros dois meses em que as salas de cinema reabriram (Junho e Julho de 2020), embora com restrições e normas de higienização, o calendário de estreias também regressou e, com isso, o jornalismo de cinema também voltou a abordar esse tópico. Nas páginas impressas dos jornais (tabela 1), as estreias (57,5%), as questões em torno do sector cinematográfico português, maioritariamente relacionadas com as consequências da pandemia (13,2%), e os festivais internacionais (6,6%) foram os três principais temas abordados.

O *Expresso* (meramente através do seu suplemento, a revista *E*), o *Público* e o *Jornal de Notícias* foram os principais títulos a investir em informação sobre cinema nestes dois meses. Quer o *Diário de Notícias* quer o *Correio da Manhã* tiveram uma cobertura do cinema puramente residual. O *Correio da Manhã* chegou mesmo a prescindir da secção de cultura durante grande parte do mês de Julho.

Tabela 1.

Principais temas da cobertura jornalística do cinema na imprensa

	Porcentagem
Estreias	57,5
Rodagens	,6
Festivais Nacionais	1,8
Festivais Internacionais	6,6
Entrega de Prémios	1,8
Homenagens	,6
Óbitos	5,4
Ciclos e Retrospectivas	5,4
Sector do Cinema Português	13,2
História do Cinema	,6
Outros	3,6
Antevisão	2,4
Cineclubes	,6
Total	100,0

Fonte. Lourenço, 2022.

Quanto aos formatos utilizados, este período foi semelhante ao cenário de 2019 (Lourenço & Centeno, 2021a). As maiores incidências são a crítica dedicada a filmes em estreia, com as características abordadas anteriormente, com maior expressão na revista *E do Expresso* e no *Público* e a reportagem dedicada também a estreias e a questões do sector do cinema português (com maior expressão no *Público* do que no *Expresso*). À semelhança do que foi apontado nos estudos relativos a 2019 (Lourenço & Centeno, 2021a), o *Público* apresenta peças que, na maioria, ocupam mais do que uma página (reportagens) e o *Expresso* apresenta tanto peças que ocupam um quarto de página (críticas) como peças que ocupam mais do que uma página (reportagens).

Por sua vez, o cinema também foi destacado na primeira página do *Público* durante estes dois meses, nomeadamente com destaques no caderno principal relativos a óbitos (como o realizador Joel Schumacher, a actriz Olivia de Havilland ou o compositor de bandas sonoras e maestro Ennio Morricone) e no suplemento *Ípsilon* sobre o impacto da pandemia no sector do cinema português através de reportagens sobre o tema. O editor do suplemento Vasco Câmara afirma mesmo que durante a pandemia “fizemos capas completamente diferentes, de assuntos de cultura, não fugimos da cultura, sobre hábitos da cultura, sobre os nossos comportamentos, sobre o nosso imaginário...” (Vasco Câmara em entrevista, 2021). Mas durante o período em análise, também a estreia de *O Paraíso deve ser Aqui*, de Elia Suleiman ou o ciclo dedicado a Frederico Fellini promovido pela Cinemateca Portuguesa foram alvo de primeiras páginas do suplemento cultural do *Público*. Ou seja, apesar de as estreias e eventos serem escassos neste período, sempre que possível os produtos culturais voltaram a ser destacados de forma central no *Ípsilon*.

Tabela 2.

Principais temas da cobertura jornalística do cinema no Online

	Percentagem
Estreias	9,0
Rodagens	1,7
Festivais Nacionais	9,0
Festivais Internacionais	12,8
Entrega de Prémios	9,0
Óbitos	11,1
Ciclos e Retrospectivas	3,1
Cinema na Televisão	,3
Sector do Cinema Português	21,9
Curtas-metragens	,7
História do Cinema	1,0
Livros e Exposições sobre Cinema	1,0
Bandas Sonoras	,3
Outros	7,3
Antevisão	6,9
Cartaz/Agenda	1,7
Rankings	1,4
Biografias	,3
Plataformas	1,0
Total	100,0

Fonte. Lourenço, 2022.

Já nas páginas *online* durante este período, a cobertura do cinema foi relativamente diferente (tabela 2), uma vez que os três principais temas foram o sector cinematográfico português (21,9%), os festivais internacionais (12,8%) e os óbitos de personalidades ligadas ao cinema (11,1%). O *Público*, o *Observador* e o *Jornal de Notícias* foram os principais títulos a cobrirem o cinema e o principal formato utilizado foi a notícia em todos os suportes. Enquanto as páginas impressas ofereciam alguma variedade de formatos, durante estes dois meses, tal não se verificou no *online* tendo formatos como a crítica ou a reportagem uma presença muito residual.

A grande maioria das peças dedicadas ao sector do cinema português (relacionadas com a pandemia como políticas públicas, questões sociais, etc.) têm, à semelhança do verificado em 2019, origem na agência *Lusa*. No entanto, esta preocupação com o estado do sector e dos seus agentes foi transversal a toda a esfera cultural: “não aconteceu só no cinema, fizemos muitos textos sobre como estavam os atores do teatro, como é que estavam os bailarinos, como é que estavam os músicos, os técnicos... Da minha parte tentei perceber como é que era possível fazer a rodagem de um filme, em tempo de Covid” (Sílvia Borges Silva em entrevista, 2021). Além disso a jornalista acrescenta que, durante o período pandémico, interrogou mais o Ministério da Cultura e o ICA.

Na grande maioria das peças analisadas (tanto na imprensa, como *online*), à semelhança de 2019, não se verifica a referência a fontes, mas quando existe são os artistas as principais fontes nos dois meios. No *online*, instituições como estúdios ou exibidores ou instituições públicas também se encontram entre as principais fontes, embora com uma presença muito reduzida (15,3% e 11,1%, respectivamente). À semelhança de 2019, a grande maioria das peças não recorre a elementos multimédia nem ao hipertexto (apenas o *Público* e o *Observador* investem no hipertexto). Relativamente a partilhas e comentários de peças nas redes sociais digitais, as que receberam um número mais elevado estiveram relacionadas com o falecimento do compositor de bandas sonoras e maestro Ennio Morricone.

Durante o período pandémico não só os temas abordados (com as peças sobre o sector cinematográfico português entre os principais temas na imprensa e *online*) como as rotinas produtivas dos próprios jornalistas sofreram alterações:

O que mudou foi isto de não haver aquela coisa das estreias que dizemos ‘olha, vamos lá pensar que divisão é que fazemos, quem é que vai a este visionamento, quem é que vai àquele, quem é que vai escrever sobre isto’. Isto teve de ser substituído por uma pesquisa constante nas plataformas de streaming, no que é que há de oferta, de destaques, para o que seria a nossa divulgação semanal, o que seria a nossa crítica semanal. E isso, confesso é o que me tem cansado mais porque, às vezes, levo um sábado inteiro a tentar ver o que é que pode ser importante para a semana seguinte, mesmo que não seja bom, que seja importante de se escrever sobre, e deparo-me às vezes com muitas dificuldades em ver coisas relevantes para falar ou para escrever. (Inês N. Lourenço em entrevista, 2021)

Já Sílvia Borges Silva refere que “acabamos por nos adaptar, falamos com os realizadores por telefone, tentamos fazer às vezes, por exemplo, alguma entrevista – se puder fazer uma entrevista presencial – num sítio público, ao ar livre, em que possamos levar um fotógrafo... Tudo bem, é sempre maleável em termos de trabalho... é uma adaptação” (Sílvia Borges Silva em entrevista, 2021).

No entanto, estas adaptações passaram também por dar um maior foco ao catálogo dos filmes disponíveis nas plataformas de *streaming* mas também, em alguns casos, desviar o ângulo do campo do cinema para o das séries: “está ao meu alcance audiovisual avaliar uma série minimamente ou escrever sobre ela, mas não avaliar dando estrelas, classificar. Isso não faço, mas escrevo várias vezes sobre séries. Comecei a escrever muito sobre séries com a pandemia, sobretudo” (Inês N. Lourenço em entrevista, 2021).

A realidade dos programas de rádio é distinta da dos jornais. O *Cinemax* da Antena1 foi suspenso assim que as salas de cinema encerraram e “por razões de grelha da própria Antena 1, porque surgiram programas dedicados à pandemia e o espaço que tínhamos cedido num primeiro momento e depois já não podíamos retomá-lo. Porque os cinemas fecharam e quando abriram, os distribuidores foram muito conservadores, nos filmes que propuseram. Tínhamos dificuldade em ter conteúdo, e como em grelha também tínhamos o nosso espaço ocupado, o espaço *Cinemax* foi ocupado por outros programas” (Tiago Alves em entrevista, 2021). Mesmo no período da nossa análise (Junho-Julho 2020), quando as salas reabriram pela primeira vez, “prevaleciam as piores razões e, portanto, decidimos não fazer o esforço de produzir o programa” (Tiago Alves em entrevista, 2021). O *Cinemax* voltaria às emissões semanais em Setembro de 2020, com a equipa regular.

Já o *A Grande Ilusão* da Antena2 foi emitido neste período, embora com algumas alterações a nível temático. Os ciclos e retrospectivas passaram a ser o principal tema do programa, seguidos das estreias e do cinema na televisão. Neste período, o programa centrou-se ainda mais na divulgação do cinema que os ouvintes tinham ao seu dispor, seja uma estreia em sala, no *streaming*, uma retrospectiva de um realizador, ou determinados filmes que vão ser emitidos na televisão. O programa continuou com o discurso tendencialmente interpretativo, embora nestes meses numa abordagem de divulgação.

Se na rádio houve um programa suspenso, também na televisão o *Cartaz Cinema* da SICNotícias e o *Cinebox* da TVI24 foram cancelados ao fim de 15 e 11 anos de emissões, respectivamente. “O programa parou em Março de 2020, eu, entretanto (como muitas pessoas da TVI) e muitas empresas deste país, passei praticamente dois meses confinado em casa a trabalhar, ainda assim, em teletrabalho a comentar e a dar algumas notícias à distância, mas sempre em casa” (Vítor Moura em entrevista, 2021). Tal revela que, com o início da situação de confinamento, se verificou uma reconfiguração do contexto laboral dos jornalistas, pautada pela migração dos diferentes espaços de trabalho para a habitação pessoal dos jornalistas (Miranda, Fidalgo, & Martins, 2021, p. 295). No entanto, a situação empresarial da TVI altera-se meses depois: “Entretanto, voltei para a TVI em Junho e no outono, chega uma nova direção que tem uma nova filosofia e novas apostas para desenvolver e é aí que surge a ideia de criar um novo *magazine* que não se limitasse apenas ao cinema – que fosse mais abrangente – e assim surgiu o *CoolBox*⁸” (Vítor Moura em entrevista, 2021).

O *Janela Indiscreta* da RTP continuou a ser emitido também com algumas alterações e adaptações a nível temático. O principal tema passou a ser a história do cinema, uma vez que não havia uma agenda de estreias tão rica como era frequente no pré-pandemia, “alarguei o conteúdo que tinha dos Grandes Essenciais do Cinema — que era uma rubrica que incluía em todos os programas ao longo das emissões sempre com um especial de clássicos, para despertar um bocadinho o interesse das pessoas em reverem alguns filmes que são essenciais na história do cinema. Agora, desde Março, como deixou de haver cinema temos estado focados nesse conceito de dar destaque aos clássicos e arranjar temáticas para divulgar” (Augusto, 2020, p. 103). Além da história do cinema, as estreias e o cinema na televisão foram outros dos principais temas do programa da RTP. As peças continuaram a ser apresentadas através do formato híbrido a que estes programas recorrem e, por norma, as peças tinham uma duração superior a 5 minutos.

Os jornalistas de televisão também tiveram de se adaptar, nomeadamente no contacto com fontes. Se antes os *junkets* eram a plataforma de excelência para o contacto directo com fontes, durante a pandemia os *junkets* foram transpostos para o *online*, o que facilita o acesso dos jornalistas uma vez que deixam de existir viagens e custos associados. Sobre esta realidade, Vítor Moura refere que “nas últimas semanas já fiz uns quatro [*junkets*]; tenho mais uns para a semana. E, ao mesmo tempo com atores dispersos em vários pontos do globo, ligados por *Zoom*, numa mesma plataforma, para falar com alguns jornalistas” (Vítor Moura em entrevista, 2021).

8 A par desta nova aposta num novo programa de informação cultural, a direcção de informação da TVI decidiu apostar na criação de uma editoria de cultura, “ao contrário de antes, que não havia. Estou na TVI desde 2009 e acho que nunca houve. Portanto é a primeira vez que há uma editoria de cultura, com uma equipa especializada nas várias dimensões da cultura, não necessariamente no cinema” (Vítor Moura em entrevista, 2021). Meses depois, com a extinção da TVI24, que deu lugar à CNN Portugal, também este programa recentemente criado foi extinto. Até à conclusão desta investigação, a CNN Portugal não apresentou nenhum programa de informação cultural na sua programação.

Esta realidade levanta a questão se não se irá manter num futuro pós-pandémico. Porque, tal como é apontado por Miranda, Fidalgo e Martins, com a pandemia surgiram novos recursos digitais e comunicacionais como os *junkets* e as entrevistas via *Zoom* que reformatam os modos de trabalho dos profissionais da informação, nomeadamente ao nível do relacionamento com as fontes e com os eventos das notícias, onde a emergência de novas possibilidades comunicativas viabilizou o emprego de fórmulas remotas e mais despersonalizadas de contacto (Miranda, Fidalgo, & Martins, 2021).

Neste sentido, o paradigma estético (Hellman & Jaakkola, 2011) e a reflexão em torno do cinema perderam-se, pois o jornalismo de cinema, “inevitavelmente, desviou-se muito da pura questão artística para se tornar muito mais uma questão de contexto, do negócio, de sociedade... Acho que é natural porque a maneira como isto veio alterar o negócio de cinema e mercado do cinema e como veio desequilibrar, em favor das plataformas e contra a sala, era evidente que iria acabar por, de certa maneira, ofuscar um bocadinho a questão puramente artística” (Jorge Mourinha em entrevista, 2021).

De um modo geral, a cobertura do cinema durante estes dois meses da pandemia revelou-se enfraquecida com programas e secções culturais suspensas e um empobrecimento temático e de formatos. O *Público* e a *Lusa* (e por consequência o *Observador* ao replicar as peças) foram os poucos casos que acompanharam questões relacionadas com o sector cinematográfico português, seja através das instituições públicas e das suas medidas, seja através de questões relacionadas com a sobrevivência dos agentes do sector. Enquanto isso a pandemia só representou um acelerador de tendências anteriores da crise do campo jornalístico (Garcia, Matos, & Silva, 2021) ao que o jornalismo de cinema e, arriscamo-nos a dizer, o cultural não foi excepção.

Contudo, a visão de Vasco Câmara não é tão apocalíptica⁹ (fazendo uso do termo de Umberto Eco):

Hoje [Março 2021] já somos um suplemento [Ípsilon] diferente porque já temos uma maneira diferente de tratar... Ou seja, o confinamento e a pandemia obrigou-nos a colocar noutra ponto e foi muito bom. Obrigou-nos a reinventarmo-nos e isso agora ficou connosco. Portanto, foi muito útil para nós a pandemia. Isto pode ser um bocado perverso de dizer, mas a pandemia foi-nos útil. Permitiu-nos uma reinvenção. Provavelmente continuaríamos na rotina se não tivesse havido. A pandemia fez-nos mal em muita coisa, a todos, mas fez-nos bem; ao jornal, obrigou-nos a sair da zona de conforto. (Vasco Câmara, em entrevista, 2021)

Neste sentido, o empenho dos jornalistas em fazer face a estes desafios permite, entretanto, acalentar esperanças sobre a recuperação da confiança das pessoas na genuína informação jornalística, embora seja claro que muito do que aqui está em causa não depende só dos jornalistas e até há quem entenda que o essencial das mudanças desejadas terá de vir de fora do jornalismo, como por exemplo a Academia (Miranda, Fidalgo, & Martins, 2021).

De certa forma, a pandemia expôs ainda mais as fragilidades não só do Jornalismo de Cinema, como do próprio Jornalismo. Se não fossem dois ou três órgãos de comunicação social a introduzir o cinema na sua agenda, este seria praticamente inexistente na comunicação social portuguesa. A

9 Termo cunhado por Umberto Eco na sua dicotomia “Apocalípticos e Integrados” (Eco, 2015 [1964]), que indicava aqueles que associam à comunicação e cultura de massas a corrosão do pensamento crítico e autónomo dos indivíduos, “aqueles que vêem no advento dos *mass media* o apocalipse da ‘verdadeira cultura’, a ‘cultura culta’, a anulação do bom gosto, o retorno dos bárbaros, a desintegração da ordem, a inversão da história” (Paquete de Oliveira, 2017, p. 38).

pandemia mostrou-nos que, mesmo com o regresso das salas e das estreias semanais, muitos não tiveram meios ou abertura suficiente para dar continuidade ao seu trabalho no que ao cinema diz respeito. Resultado disso foram as secções de cultura que desapareceram de alguns títulos neste período e os programas de televisão cancelados (com um historial de mais de uma década na grelha dos canais), apesar de o consumo de alguns produtos culturais, como filmes, ter disparado durante o confinamento (Baptista C., 2021), nomeadamente filmes nas plataformas de *streaming*.

5. Conclusão

A presente investigação tornou possível perceber as fragilidades que a cobertura jornalística do Cinema apresentou durante a pandemia, abrindo mais a ferida da crise do Jornalismo português de Cinema, nomeadamente nos dois meses observados (Junho e Julho de 2020).

Se estudos anteriores já apontavam para uma especialização jornalística debilitada, próxima das tendências da cobertura jornalística de manifestações artísticas e culturais, como a aproximação a uma abordagem de entretenimento, a relação com a indústria e a adopção da agenda por esta determinada, o esbatimento de fronteiras que orienta o consumidor e esquece a condição de cidadão do leitor/ouvinte/espectador, ou as várias crises do campo jornalístico, a pandemia veio agravar ainda mais o sector e a prática jornalística, nomeadamente no que diz respeito à cobertura de matérias culturais e artísticas como o cinema. Exemplo disso, é a inexistência de fontes de informação nas peças publicadas durante o período analisado nos meios impresso e *online*, à semelhança do registado em 2019 (Lourenço, 2022).

Este foi um período marcado pela reabertura progressiva das salas de cinema e pelas estreias semanais (depois de três meses de encerramento) e os órgãos de comunicação social portugueses demitiram-se da cobertura do Cinema (salvo raríssimas excepções) com um empobrecimento temático e de formatos. Este cenário ficou ainda mais pobre, enfraquecido e frágil com as secções de cultura de alguns jornais suspensas nesse período (como o *Correio da Manhã*) e o cancelamento dos programas de televisão *Cinebox* (TVI24) e *Cartaz Cinema* (SICNotícias). Tal revela que as estratégias editoriais adoptadas pelos órgãos de comunicação social portugueses não passaram pelo cinema, informando insipidamente sobre o calendário de estreias, as dificuldades atravessadas pelo sector cinematográfico português e acontecimentos como óbitos de personalidades e festivais internacionais (dos poucos que tiveram lugar), mas esquecendo por completo o papel de reflexão e contextualização inerente à responsabilidade social e cultural do Jornalismo. É certo que se torna muito complicado, pelo menos, dar continuidade ao trabalho que vinha a ser realizado com uma alteração profunda no processo jornalístico e nas rotinas produtivas dos próprios jornalistas como a verificada pela pandemia Covid-19 num cenário que anteriormente já era debilitado.

É uma *mise en scène* fragilizada, com uma ferida a céu aberto marcada pelas crises do Jornalismo e ainda mais infectada pela pandemia. Um cenário apocalíptico (na acepção de Umberto Eco) em que nem a remediação (Cachopo, 2020) lhe basta. Nos dois meses analisados, se não fossem órgãos de comunicação como o *Público* ou a agência *Lusa*, o Cinema teria desaparecido por completo da agenda do Jornalismo português.

Será este o início do acto final do jornalismo português de cinema? É a pergunta que deixamos, na esperança de que um iluminismo futuro pós pandémico recupere esta especialização jornalística no panorama português atendendo às suas especificidades de democratização de obras, bens e pensamentos e da sua função promotora de uma participação cultural ativa.

Referencias

- Alves, P. (2018, 13 de Novembro). *Amplificar o real pela essência pedagógica do cinema*. Público. <http://bitly.ws/u46w>
- Augusto, M. (2020). *O cinema na televisão pública portuguesa: Um olhar sobre os magazines cinematográficos atualmente exibidos na RTP*, 102-107. (Dissertação de mestrado. Universidade da Beira Interior).
- Balsemão, F. P. (1993). O Jornalismo sobre Cinema. En *Expresso, Jornalismo e Cinema*, Expresso - Cinemateca Portuguesa, 9-10.
- Baptista, C. (2014). Dez Anos de Jornalismo Cultural em Portugal (2000-2010) Traços e Tendências. En C. Baptista (Ed.), *Cultura na Primeira Página: O Lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo - Caderno de Reflexões* (pp. 9-20). Mariposa Azual.
- Baptista, C. (2021). Televisão, Covid-19 e Cultura: análise da cobertura de temas culturais nos telejornais durante a pandemia. En J. Lourenço, & P. Lopes (Edits.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*, 3-35. NIP-C@M. <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.1>
- Cachopo, J. P. (2020). *A Torção dos Sentidos: pandemia e remediação digital*. Documenta.
- Cardoso, J. A. (2020). *Streaming ultrapassou TV tradicional quando a pandemia mudou os hábitos*. Público. <http://bitly.ws/u47t>
- Carneiro Mendes, E. (2021). Combates pelo Cinema: da importância de ver, ouvir e ler narrativas audiovisuais na escola. En J. Lourenço, & P. Lopes (Edits.), *Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural*, 71-92. NIP-C@M. <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.4>
- Cunha, I. F. y Peixinho, A. (2020). *Análise dos Media*. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Cunha, T. C. (2004). *Argumentação e Crítica*. Minerva Coimbra.
- Garcia, J. L., Matos, J. N. y Silva, P. A. (2021). Jornalismo em Estado de Emergência: Uma Análise dos Efeitos da Pandemia Covid-19 nas Relações de Emprego dos Jornalistas. *Comunicação e Sociedade*, 39, 269-285. [https://doi.org/10.17231/comsoc.39\(2021\).3177](https://doi.org/10.17231/comsoc.39(2021).3177)
- Hellman, H. y Jaakkola, M. (2011). From aesthetes to reporters: The paradigm shift in arts journalism in Finland. *Journalism*, 13(6), 783-801. <https://doi.org/10.1177/1464884911431382>
- Jaakkola, M. (2015). *The Contested Autonomy of Arts and Journalism*. University of Tampere.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2005). *Os Elementos do Jornalismo: O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público exigir*. Porto Editora.
- Kristensen, N. N. (2017). Churnalism, Cultural (Inter)mediation and Sourcing in Cultural Journalism. *Journalism Studies*, 19(14), 2168-2186. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1330666>

- Kristensen, N. N. y From, U. (2013). Blockbusters as Vehicles for Cultural Debate in Cultural Journalism. *Akademisk Kvarter*, 7, 51-65.
<https://doi.org/10.5278/ojs.academicquarter.v0i7.2819>
- Kristensen, N. N. y From, U. (2015). Publicity, News Content, and Cultural Debate: The Changing Coverage of Blockbuster Movies in Cultural Journalism. *Communication, Culture & Critique*, 8, 485-501.
<https://doi.org/10.1111/cccr.12094>
- Leão, T. (2020). Política e Trabalho no sector do cinema e audiovisual em contexto pandémico: velhas tensões, novos protagonistas. En T. Leão (Ed.), *Cadernos da Pandemia – Em Suspenso. Reflexões Sobre o Trabalho Artístico, Cultural e Criativo na Era Covid-19*, 5, (40-55). Instituto de Sociologia da Universidade do Porto.
- Lisboa, R. V. (2020). O Ano da “Comodificação” das Imagens. *Revista Cinema*, 47, 84-89. https://www.fpcc.pt/revista/cinema_47_web20210412.pdf
- Lourenço, J. (2016). *Um Olhar sobre o Jornalismo de Cinema na Televisão Portuguesa: O Caso do Cinebox da TVI24*. (Tese de Mestrado, Escola Superior de Comunicação Social).
- Lourenço, J. (2022). *Jornalismo de Cinema em Portugal: uma análise à imprensa, rádio, televisão e meios online em 2019*. (Tese de Doutoramento. Iscte - Instituto Universitário de Lisboa).
- Lourenço, J. y Centeno, M. (2019). A Evolução da Imprensa sobre Cinema em Portugal: Da Ditadura aos Primeiros Anos da Democracia. *Media & Jornalismo*, 19(35), 149-164.
https://doi.org/10.14195/2183-5462_35_10
- Lourenço, J. y Centeno, M. J. (2020). Cinema in the Front Page: a look through the journalistic coverage of cinema by the main Portuguese newspapers. En A. d. Domínguez, & N. A. Vences (Edits.), *La comunicación especializada del siglo XXI*, (123-135). McGrawHill.
- Lourenço, J. y Centeno, M. J. (2021a). A cobertura jornalística do cinema: géneros e discursos jornalísticos nos media portugueses em 2019. *Media & Jornalismo*, 21(38), 223-239.
https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_11
- Lourenço, J. y Centeno, M. J. (2021b). Film Journalism: ways to build a definition. En J. S. González, & N. A. Vences (Edits.), *Comunicar en Pandemia: de las Fake News a la Sostenibilidad*, (69-86). McGrawHill.
- Lourenço, J. y Subtil, F. (2017). Tendências e Desafios do Jornalismo de Cinema na Televisão Portuguesa: O Caso do Cinebox. En S. Pereira, & M. Pinho (Ed.), *Literacia, Media e Cidadania* – pp. 238-250. CECS.
- Lusa. (2021). *Cinemas com quebras de quase 76% em 2020, ano de “profundos constrangimentos”*. Público. <https://bit.ly/3pitlaS>
- Mesquita, M. (2001). *A cultura na primeira página*. Público: <http://bitly.ws/u49s>
- Metz, C. (1980). *O Significante Imaginário – Psicanálise e Cinema*. Livros Horizonte.
- Miranda, J., Fidalgo, J. y Martins, P. (2021). Jornalistas em Tempo de Pandemia: Novas Rotinas Profissionais, Novos Desafios Éticos. *Comunicação e Sociedade*, 39, 287-307.
<https://doi.org/10.17231/comsoc.39>
- OberCom. (2020). *Impacto do Coronavirus e da crise pandémica no Sistema mediático português e global*. OberCom.
- Oliveira, J. S. (2020). Un retrato de la cultura local a través del Periodismo cultural. Análisis comparado de Sevilla y Porto Alegre. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (49), 105-120.
<https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i49.07>
- Paquete de Oliveira, J. M. (2017). *Comunicação e Quotidiano*. Tinta da China.
- Pastoriza, F. R. (2006). *Periodismo Cultural*. Editorial Síntesis.

Pena, P. (2018). A Crise do Jornalismo. Em G. Cardoso, A. P. Martinho y M. Crespo (Edits.), *Jornalismo, Indignação e Esperança*, (201-203). Editora Mundos Sociais.

Santos Silva, D. (2015). *Cultural Journalism in a Digital Environment. New Models, Practices and Possibilities*. (Tese de Doutoramento, Universidade Nova de Lisboa).

Tavares, F. (2009). O jornalismo especializado e a especialização periodística. *Estudos em Comunicação*, 5, 115-133.

Torres da Silva, M. (2013). As narrativas do jornalismo cultural: Análise discursiva de peças informativas sobre Música durante o ano 2000. En M. L. Andiñon, y M. Vassallo de Lopes (Ed.), *XIII Congreso Internacional IBERCOM - Comunicación, Cultura e Esferas de Poder*, (4083-4089).

Semblanza del autor

Jaime Lourenço é doutorado em Ciências da Comunicação pelo Iscte-Instituto Universitário de Lisboa, com uma bolsa da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT). Mestre em Jornalismo e licenciado em Relações Públicas e Comunicação Empresarial pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa. É professor assistente convidado na Universidade Autónoma de Lisboa (UAL) e investigador do Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES), do Iscte, e investigador do NIP-C@M da UAL. Como jornalista, coordenou a rubrica cultural do jornal *Reconquista (Navegações)*, trabalhou na Warner Bros. Television Production, na RTP, estagiou na TVI (no programa *Cinebox*), foi apresentador e assistente de produção e redacção do programa *E2 (RTP2)*, membro da 4ª edição da Academia RTP, e colaborou pontualmente com várias publicações.