

Estruturas semiolinguísticas do jornalismo cultural

J.S.Faro e Elizabeth Moraes Gonçalves

Resumo: O artigo apresenta os resultados de uma leitura comparativa dos suplementos culturais dos jornais *O Estado de S.Paulo* (Caderno 2) e *Folha de S.Paulo* (Mais) a partir de uma abordagem semiolinguística, com subsídios em referenciais teóricos das áreas da Linguagem e dos Estudos Culturais. A análise leva em conta o contrato de comunicação existente entre esses veículos e seus leitores, obtido a partir de um jogo de imagens entre as instâncias de enunciação, reiteradas por representações narrativas de natureza estético-conceituais ou ético-políticas. Os suplementos reproduzem as imagens que os dois jornais construíram na sociedade, porém, enquanto o Mais apresenta-se como inovador e surpreendente, o Caderno 2 mantém um padrão mais convencional de jornalismo. Contudo, o Mais reforça uma imagem elitista de cultura já arraigada à sociedade, cultura distante do cotidiano, enquanto o Caderno 2 insere as temáticas de cultura no dia a dia do jornalismo e do leitor.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural, Linguagem, Cultura, Mais, Caderno 2.

Abstract: *Semiolinguistic Structures of Cultural Journalism.* This article presents the results of a comparative reading of the cultural supplements of the newspapers (*Caderno 2*) and *Folha de S.Paulo* (Mais) from a semiolinguistic approach, underpinned by theoretical references from the areas of Language and Cultural Studies. The analysis takes into account the existing agreement between these media and their readers, determined from a game of images between the moments of articulation, reinforced by narrative representations of an aesthetic-conceptual or ethical-political nature. These supplements reproduce the images the two newspapers have built in society, but while Mais appears to be innovative and surprising, Caderno 2 adheres to a more conventional standard of journalism. However, Mais reinforces a strongly rooted elitist image of culture far removed from the quotidian, while Caderno 2 inserts cultural themes into the daily life of journalism and of the reader.

Key-words: Cultural Journalism, Language, Culture. Mais, Caderno 2.

Introdução

Estudar o jornalismo cultural na perspectiva da linguagem ou mais especificamente em sua composição sígnica é o principal objetivo deste estudo. Procura-se demonstrar o compromisso editorial de cada veículo com seu leitor, consubstanciando uma imagem construída ao longo do tempo. A inspiração para a pesquisa vem das reflexões feitas por Gomes (2009), quando argumenta a respeito do sincretismo no jornal por meio da análise de dois textos de gêneros diferentes em distintos jornais, “buscando observar a estruturação numa forma única de expressão, veiculadora de um todo de sentido”(GOMES, 2009, p.215).

A hipótese com a qual trabalhamos decorre da constatação de que para além do valor-notícia inerente às informações dispostas na cobertura cultural, os suplementos dispõem uma marca simbólica que agrega ao veículo valores de outra ordem, expressos na atividade da crítica cultural cuja proposta é reflexiva e temática e não apenas noticiosa, fato que remete o leitor ao universo dos padrões de respeitabilidade com os quais ele identifica o veículo. A construção desses cadernos de cultura se dá por um conjunto de significantes cuja articulação revela a imagem do veículo e contribui para a construção de uma determinada imagem de cultura.

Os exemplos que ilustram essa reflexão são oriundos dos suplementos de cultura dos jornais *O Estado de S.Paulo* (Caderno 2 – Cultura) e *Folha de S.Paulo* (Mais¹), produtos que circulam aos domingos em ambos os veículos. Os temas culturais que nas edições regulares são publicados, na *Folha de S. Paulo*, pelo suplemento *Ilustrada*, ganham reforço aos domingos com o Mais (um caderno à parte), enquanto *O Estado de S.Paulo* acrescenta o nome Cultura ao seu Caderno 2.

Esses cadernos da *Folha* (Mais) e do *Estadão* (Caderno 2 – Cultura)² classificados como culturais, apresentam em suas propostas editoriais características muito marcantes: em ambos, há uma redução da carga informativa que prevalece durante os demais dias da semana e uma formatação que os aproxima de “revistas de leitura”, com produções textuais mais volumosas, resenhas especializadas e uma forte presença autoral nas matérias publicadas. Tais elementos consagram todo o complexo de construção de sentidos e de demonstração do capital simbólico e cultural dos dois jornais. Trata-se de uma escolha discursiva que carrega para suas edições uma força de solidificação da imagem que esses jornais construíram junto ao seu público.

A especificidade do jornalismo cultural que nos ocupa neste artigo é o fato de que, em várias de suas manifestações, a “cultura” vem destacada em cadernos específicos

¹ O Caderno de cultura da *Folha de S.Paulo*, intitulado Mais, é grafado no jornal com uma logomarca que agrega à palavra “Mais” o sinal de soma (+) e também o ponto de exclamação (!). Optou-se, neste trabalho por usar apenas a palavra Mais.

² Tomamos a liberdade, em certos momentos, de usarmos a denominação popular dos dois jornais, alternadamente *Folha* e *Estadão*, tal como são conhecidos esses veículos.

de forma diferenciada. Edições especiais que tratam de efemérides de toda ordem ou de acontecimentos de larga repercussão junto à opinião pública sempre têm merecido tratamento de destaque nos veículos impressos com grandes reportagens, eventualmente dispostas em suplementos especiais e não é novidade que a “cadernilização” dos jornais já é uma prática consagrada. Com o jornalismo cultural, no entanto, o caderno específico, embora com dimensões gráficas igual às dos demais cadernos, lança mão de apelos visuais diferenciados e invariavelmente recebe chamadas na apresentação da edição geral do veículo que o evidenciam como uma construção jornalística à qual estão associados atributos simbólicos e semiolinguísticos também específicos. Como explica Charaudeau (2003, p.16), ao refletir sobre a dupla lógica segundo a qual funcionam os meios de informação: a econômica, segundo a qual todo órgão informativo atua como uma empresa cuja finalidade consiste na fabricação de um produto que se define pelo lugar que ocupa no mercado de intercâmbio de bens de consumo; e uma lógica semiológica, segundo a qual todo órgão de informação deve considerar-se uma máquina produtora de signos que se originam na parte da atividade humana dedicada a construir sentido social.

Uma primeira abordagem formal dessas publicações identifica diferenças importantes: o Mais tem uma produção gráfica de fácil identificação pelo leitor e sempre tem sua apresentação visual destacada pela titulação forte e sistematicamente associada a ilustrações cuja característica principal é a da busca da originalidade, isto é, representações inusuais no restante dos cadernos do jornal e até mesmo em outros órgãos da imprensa. O suplemento, além disso, apresenta uma pauta fortemente intelectualizada na temática e na autoria das colaborações que recebe. O Caderno 2 – Cultura, contudo, acompanha um padrão de produção gráfica e também de abordagem temática que em muito se identifica com as demais seções do jornal.

A fusão de signos e o efeito de sentidos

Na terminologia de Greimas e Courtés (1979, p.426), as semióticas sincréticas, em sentido amplo, referiam-se, por exemplo, à ópera e ao cinema, aos textos cuja existência requer necessariamente a fusão de elementos de várias linguagens, embora os autores reconheçam que também “a comunicação verbal não é somente do tipo linguístico: inclui igualmente elementos paralinguísticos (como a gestualidade ou proxêmica), sócio-linguísticos etc”. Ampliamos esta noção de composição sígnica ou de sincretismo de linguagens para o contexto do texto impresso, mais especificamente para o jornalismo cultural impresso, objeto deste estudo.

Quando retomamos o texto da aula inaugural da cadeira de Semiologia Literária do Colégio de França, proferida por Roland Barthes em 1977, podemos observar que o autor se refere a Saussure, o pai da Linguística, para introduzir suas novas ideias e reconhece o valor daquele trabalho ao dar bases metodológicas à ciência da língua.

Apresenta a semiologia, essa nova disciplina, como “o refugio da linguística, a corrupção imediata da mensagem: nada menos do que os desejos, os temores, as ternuras, os protestos, as desculpas, as agressões, as músicas de que é feita a língua ativa” (BARTHES, 2002, p.32). Dessa forma, a palavra, no sistema linguístico, está desprovida dos elementos da comunicação e se torna signo, provido de significado, no contexto, o que extrapola os limites de estudo da linguística. Ao analisar os suplementos de cultura, vários exemplos poderão constatar o fato de a palavra não se valer por si só, mas na confluência com outros elementos de linguagem fazer sentidos que ultrapassam as barreiras semânticas. O primeiro desses exemplos, que salta aos olhos mesmo do leitor mais desatento é o logotipo do suplemento da *Folha*: além da palavra “mais” há o sinal de soma e a exclamação: +MAIS! . A redundância expressa pelos signos sugere que o leitor deverá encontrar naquele caderno não um simples acréscimo ao conteúdo veiculado pelo jornal, mas algo surpreendente e inovador, algo que não faz parte do cotidiano factual tratado pela publicação, ou seja, soma-se à carga semântica da palavra nuances significativas e valorativas do conteúdo ali veiculado.

Entendemos, a partir desse pressuposto, que uma simples leitura ou uma análise de textos da mídia não deve se limitar a uma abordagem linguística imanente, primeiramente porque os enunciados não são apenas junções de palavras ou frases, mas que tais junções são determinadas por posicionamentos e ideologias subjacentes a eles. Consideramos ainda que a palavra, mesmo na oralidade, nunca está presa unicamente ao seu sentido dicionarizado, pois carrega consigo toda a significação dos recursos extralinguísticos que a acompanham, tais como a entonação e a gestualidade. No que se refere ao texto escrito acrescentam-se ainda todos os recursos visuais que vão desde a diagramação do texto, com seus destaques, negritos e itálicos, divisão em colunas ou não, cores e tipologias diferenciadas para determinadas palavras, até o acréscimo de imagens fotográficas, desenhos, ilustrações em geral, gráficos, tabelas, entre tantos outros. Charaudeau e Maingueneau (2004, p.466), ao discorrerem sobre os conceitos de textos, lembram que embora a palavra texto esteja corretamente vinculada à escrita, é um conceito ampliado, não apenas para a oralidade: “opor texto escrito a discurso oral reduz a distinção ao suporte ou ao meio e dissimula o fato de que um texto é, na maioria das vezes, plurissemiótico”. Portanto, é nessa perspectiva que se propõe uma análise contextualizada dos múltiplos signos que compõem os suplementos culturais.

Na perspectiva da Análise do Discurso, entende-se o discurso como prática social, ou seja, “a linguagem verbal e as outras semióticas com que se constroem os textos são partes integrantes do contexto sócio-histórico e não alguma coisa de caráter puramente instrumental, externa às pressões sociais” (PINTO, 1999, p.24). O que determina a forma de dizer ou de compor os enunciados são elementos que vão além do projeto gráfico do jornal ou do seu projeto editorial; são consideradas as relações estabelecidas entre o veículo e seus leitores, responsáveis por criarem suas imagens conceituais. Charaudeau e Maingueneau (2004, p.109) estudam o conceito de comunidade semiológica, “cuja

identidade é marcada por *maneiras de dizer* mais ou menos rotineiras, constitui o *saber dizer, os estilos*, nos quais os membros da comunidade se reconhecem” (grifos no original).

O contexto enunciativo dos suplementos analisados está configurado pelos elementos que compõem as condições de produção e de recepção dos conteúdos veiculados, portanto, os efeitos de sentido são produzidos na prática comunicativa, considerando a história do veículo, a imagem de si que foi construída na mente dos indivíduos e que reforça a expectativa que se tem sobre o quê tratar e o como tratar, em um esquema de constante retroalimentação mercadológica e simbólica. Bakhtin (1997, p.315) avalia que o estilo depende do modo que o locutor percebe e compreende seu destinatário, e do modo como ele presume uma compreensão responsiva ativa: “a relação valorativa com o objeto de discurso (seja qual for esse objeto) também determina a escolha dos recursos lexicais, gramaticais e composicionais do enunciado”.

De acordo com Orlandi (1996, p.466), “a significação é um movimento, um trabalho na história e as diferentes linguagens com suas diferentes matérias significantes são partes constitutivas dessa história”. Se tomarmos a evolução tecnológica aplicada à imprensa, à indústria gráfica, constatamos que muitos elementos são acrescentados às páginas dos jornais, como novos significantes, contribuindo para os efeitos de sentido que se quer causar no interlocutor, trata-se de uma fotografia cada dia mais elaborada, com mais opções de captação e de tratamento, dos softwares de edição de textos que possibilitam a organização do texto, conforme determinadas intenções.

Nos exemplos que estamos analisando, é possível verificar que, independentemente do conteúdo abordado, a elaboração gráfica do suplemento de cultural de ambos os jornais trazem características do próprio jornal, da imagem que construiu junto aos seus leitores e também da imagem que cada veículo faz do seu leitor. Existe, portanto, um movimento de mão dupla:

O discurso seria responsável por um processo de semiotização do mundo, que consiste num duplo movimento: um processo de *transformação* de um mudo a ser significado num mundo significado e um processo de *transação*, já que essa transformação ocorre em função das características dos sujeitos envolvidos e se insere num contexto do qual emerge o discurso (MELO, 2007, p.105, grifos no original)

Cadernos de cultura: a relação com o leitor

Da mesma forma que outros gêneros, também o jornalismo cultural trabalha com o conceito de valor-notícia ou o de noticiabilidade: a rigor, praticamente todo o conteúdo de cadernos, suplementos, seções e revistas especializadas, se constitui da massa de fatos nos quais o profissional da imprensa identifica o interesse público que forma o âmbito da esfera de identidades que o motiva à leitura. No jornalismo cultural, esses critérios estão circunscritos aos eventos de natureza estético-conceitual e ético-políticos, que formam

a substância do noticiário em torno das diversas formas de manifestações artísticas e editoriais, conforme pudemos discutir amplamente em trabalho anterior (FARO; GONÇALVES, 2009). Processa-se nas edições dos produtos do jornalismo cultural algo muito semelhante ao que ocorre em outras editorias dos veículos: a novidade do fato, travestida de elementos carregados da objetividade informativa, atualiza o leitor – o lançamento literário, a estreia ou a remontagem de uma obra da dramaturgia, a edição musical de um clássico ou de um grupo de vanguarda, o lançamento de uma obra acadêmica legitimada pelo próprio campo a que pertence o intelectual que a produziu. Não é, portanto, uma surpresa a constatação de que o público tenha diante dessa produção, guardadas as diferenças de interesse, o mesmo padrão de comportamento que o leitor em geral tem frente ao conjunto do noticiário disponível em outras seções do veículo que tem em mãos: um atravessamento linearizado, pontuado por interrupções de foco, de onde decorre a leitura propriamente dita.

Ao sair desse percurso, é possível constatar que houve ali, no contato entre a fonte autorizada do jornalista e o receptor, a consagração de um dos pilares clássicos e modernos que explicam o jornalismo: sua contribuição, em sentido lato, para a formação do indivíduo, para o seu esclarecimento (MORETZSOHN, 2007). Essa sequência de procedimentos dos pólos envolvidos no processo de produção jornalística parece estar presente no jornalismo cultural como um dado de natureza positiva e que domina a evidência da observação. No entanto, vistas algumas características peculiares do gênero, percebe-se uma variedade de distinções que o tornam permeado de uma complexidade bastante original que precisa ser explicada para que essa forma específica de produção jornalística seja entendida em todas as suas dimensões.

A opção por uma composição sgnica não é aleatória ou determinada simplesmente pelo gosto estético do profissional ou da equipe responsável pela publicação. Pelo contrário, trata-se de uma adequação à imagem que o órgão editorial construiu ao longo dos tempos, à imagem que o público tem do veículo e também àquela que o veículo faz do seu leitor. Assim, “em um universo de discurso em que, do ponto de vista do conteúdo, a oferta é quase a mesma, o único meio de cada título construir sua ‘personalidade’ é através de uma estratégia enunciativa própria, ou seja, construindo um certo vínculo com seus leitores (VERÓN, 2004, p.249). Nos exemplos que buscamos discutir é possível observar que os jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* não se diferenciam pelas temáticas ou pelos conteúdos abordados no que se refere à cultura, porém constroem de formas distintas a apresentação de tais conteúdos em seus suplementos – de maneira inovadora ou inesperada na *Folha* e de maneira mais formal e já previsível no *Estadão*.

Fica evidente, dessa forma, que cada veículo produz uma enunciação no contexto cultural que busca identificação com seu possível leitor, ou seja, “este é o lugar em que se produzem ‘efeitos possíveis’, que surgem como um eco dos efeitos propostos pela instância de enunciação e representam possíveis interpretivos para a instância da recepção”

(CHARAUDEAU, 2003, p.25-26). Há uma previsibilidade no que se refere ao tratamento dispensado aos conteúdos pelos jornais e os suplementos, mesmo quando procuram alterar essa lógica, utilizando elementos gráficos inusitados, convidando especialistas para compor as matérias, a própria escolha deixa transparecer as características marcantes do veículo.

Uma leitura dos cadernos de cultura

Para esta leitura ilustrativa selecionamos as edições do Mais (*Folha*) e do Caderno 2 – Cultura (*Estadão*), publicadas em 2 e 9 de agosto de 2009.

O confronto da capa dos dois cadernos das edições de 2 de agosto mostra que o Mais apresenta a capa com uma charge de 1909 estourada em meia página, enquanto o Caderno 2 – Cultura apresenta uma faixa pequena, com cerca de 15cm; o restante da capa é ocupado por um anúncio publicitário do Colégio Bandeirantes (um dos tradicionais redutos de ensino das classes A e B de São Paulo)³. Essas simples constatações estão longe de se resumir a aspectos gráficos formais dos dois produtos: a rigor, elas permitem uma observação importante sobre a natureza desses suplementos: o Mais é invariavelmente apresentado em assimetria com o conjunto da superfície gráfico-discursiva dos demais cadernos da *Folha*; o Caderno 2 – Cultura compõe com o restante do *Estadão* uma estrutura de coerência visual, fatos indicativos da valoração que a pauta cultural obedece nas edições dos dois veículos.

A pretexto da comemoração do centenário da morte de Euclides da Cunha, a charge do Mais é a ilustração sobre a cena dramática do duelo entre o escritor e o oficial Dilermando de Assis publicada originalmente pela revista *Dom Casmurro*, fato que culminaria com a morte do escritor. Todos os títulos que acompanham a reprodução têm uma forte conotação intelectualizada e parecem buscar a originalidade verbal e não verbal: abaixo dela os indicativos de que o aniversário do desaparecimento de Euclides vem acompanhado de análises extrajornalísticas consubstanciadas na autoria do historiador Marco Antonio Villa, que escreve sobre o “temperamento difícil” do escritor e sobre sua desilusão “com o país e com a própria vida”, e no depoimento de “intelectuais [que] analisam as razões da permanente inquietude do homem que conheceu glória meteórica ao publicar seu relato da Guerra de Canudos”.

Já na edição seguinte, em 9 de agosto, o Mais apresenta em 2/3 da capa uma ilustração composta de um quadro com o retrato de Lênin em um hospital abandonado da Ucrânia. O tom sépia, o desalinhamento da foto e as condições gerais de conservação do ambiente, inclusive os ramos secos que compõem a cena, denotam abandono, passado,

³ A análise dos anúncios publicitários inseridos nos cadernos culturais não integra os objetivos deste trabalho, mas vale a pena observar, a título de exemplo, que a inserção de uma peça nas dimensões em que o Estado coloca a propaganda comercial do Colégio Bandeirantes já é, por si só, um forte indicativo de uma representação social específica que o jornal assume para si, fato que reitera a construção simbólica que o suplemento adquire junto ao público leitor do veículo.

memória, em coerência com o título da matéria que faz referência à história da Guerra Fria, elementos certamente justificados pelo vigésimo aniversário da queda do muro de Berlim. O restante da página, em fundo preto, como na edição anterior, anuncia e sintetiza a matéria principal do caderno. O que muda no aspecto gráfico da capa é a indicação do nome do jornal e do suplemento, configurações diversas entre as duas edições, embora em ambas uma tarja no pé da página indique o comentário de uma livro em destaque na última página da publicação.

O sentido se completa na leitura propiciada pela fusão dos vários significantes linguísticos e extralinguísticos, numa perspectiva sincrética da linguagem: todo o conjunto dessas edições do *Mais* é composto por artigos de autores diversos, sempre associados a marcas construtoras de uma significação geral de erudição. Na edição de 2 de agosto, 15 matérias são assinadas por acadêmicos que associam o prestígio de suas especialidades a textos que percorrem um universo variado de assunto; apenas quatro matérias têm autoria de jornalistas e/ou são atribuídas a produções “da redação”. Na edição de 9 de agosto, as proporções são semelhantes: 8 matérias de especialistas; 2 outras e pequenas notas “da redação” produzidas por jornalistas.

Trata-se, assim, de um feixe de representação de valores culturais que, segundo entendemos, vincula ao jornal – e, por conta disso, permite-lhe acumular – o capital simbólico com que comparece à preferência de seu público. Aqui parece se confirmar a análise feita por Bourdieu sobre a denegação deliberada de um vínculo do produto jornalístico com o mercado, pois nada há de comercial no *Mais*, embora esse seja o principal efeito que, como produto, reforça sua imagem junto aos leitores que o consomem. (BOURDIEU, 1997)⁴.

A análise do Caderno 2 – Cultura revela, por seu lado, a marca de conservadorismo com a qual o *Estadão* faz questão de se caracterizar junto ao público. Ainda que em termos gráficos toda a apresentação do veículo tenha passado por uma forte modernização, certamente em razão de imperativos visuais de um fenômeno que afetou toda a produção jornalística, o caderno cultural, diferentemente de seu congêneres da *Folha*, é mais comedido na maneira como se apresenta ao leitor: estão presentes as fotos estouradas na capa e nas páginas internas e há uma evidente associação entre os temas que pauta em suas edições e o conjunto de referências autorais que o suplemento oferece como um norteammento para o leitor, mas a percepção geral é a da disposição semiótica calibrada por uma mesma tipologia, uma mesma hierarquia de sinais, uma mesma elencagem de colunas e

⁴ É interessante observar que recursos semelhantes são usados pela *Ilustrada* (o outro suplemento cultural da *Folha*). Neste caso, no entanto, embora os recursos de natureza gráfica se aproximem do conceito geral do *Mais*, as matérias são de natureza predominantemente informativa, ainda que não escapem à determinação de natureza intelectualizada sobre a qual se controí todo o universo do jornalismo cultural. São notícias que funcionam como um “roteiro” para o público, às quais se agregam indicativos que qualificam espetáculos em geral, estreias de peças de teatro e de filmes, pequenas curiosidades biográficas, tudo isso em torno de um apelo juvenil irreverente que aproxima o produto de uma leitura alternativa – elementos integrantes do capital simbólico do jornal como um todo.

seções. No Caderno 2 – Cultura, ao contrário do que ocorre com o Mais, o leitor não se surpreende, e é esta constatação segura – portanto, conservadora de curiosidades e de hábitos – de que o suplemento não lhe fugirá dos parâmetros da estabilidade que forma, no caso do Estadão, a essência do capital simbólico com que se apresenta ao público.

A edição de 2 de agosto traz Edgar Morin, mas apenas na metade superior da capa. Na metade inferior, um anúncio com tal concepção de abstração que a primeira dificuldade está em identificar tanto o produto quanto o anunciante. Mas não há segredo nisso: a foto do intelectual francês – cujo nome tem larga penetração no público intelectualizado brasileiro – não traz nenhuma dissonância com a expectativa que provoca, não há charges de qualquer espécie nem qualquer recurso que possa “quebrar” ou relativizar a seriedade do título que a acompanha (“No andar do filósofo”), numa espécie de contraponto com o concorrente. Nas páginas internas, a mesma sobriedade – se é possível chamar de sobriedade o igual recurso a títulos cheios de apelos verbais e não verbais que estão sempre colados à prática jornalística. As matérias todas são assim, indicativos de biografias, lançamentos literários, filmes, música etc. Também aqui, a presença da autoria como âncora de credibilidade das análises, resenhas, comentários e tanto na edição de 2 de agosto quanto na de 9 de agosto, para um total de 12 matérias assinadas em cada uma delas, apenas 4 eram de autoria de jornalistas.

No suplemento do *Estadão*, no entanto, ainda que em sucessivas ocasiões a assinatura de intelectuais acadêmicos, brasileiros ou não, componha o quadro geral da edição, os temas tratados vêm acompanhados de autorias cuja presença nas sucessivas edições é mais frequente, ou de matérias produzidas por jornalistas que se notabilizam junto ao leitor por sua especialidade nas suas áreas de cobertura. Essa marca de “estabilidade” do Caderno 2 permite o levantamento de outra hipótese a ser desenvolvida em novos estudos: a nucleação de preferências do público. Trata-se de um diferencial em relação ao Mais uma vez que, no suplemento da *Folha*, a diversidade de nomes que compõem o quadro de colaboradores do veículo é maior.

Na edição de 9 de agosto, contudo, uma diferenciação importante: uma composição bastante poética – uma imagem que acompanha exatamente o teor da matéria (recurso idêntico ao utilizado pelo Mais). O conteúdo fala sobre o pouco conhecimento que se tem da obra e Villa Lobos – “Villa pela metade” é o título da reportagem que vem acompanhada da foto do compositor cortada ao meio, ilustração que se completa na página seguinte com a outra metade da foto e o texto que completa a matéria.

As demais colunas reproduzem o perfil semiolinguístico que o suplemento construiu: seções permanentes e a presença majoritária dos articulistas do caderno, além de contribuições inescapáveis de especialistas que, a título de colaboração, emprestam ao produto toda a credibilidade de suas assinaturas: historiadores, críticos literários, intelectuais acadêmicos.

Considerações finais

Os exemplos analisados dão conta da complexidade discursiva que o jornalismo cultural tem nos meios impressos, mas uma complexidade que tanto se coaduna com o projeto editorial mais amplo do veículo quanto com a demanda da própria dinâmica da pauta de seus produtos, isto é, uma dupla dimensão que adquire na construção semiolinguística sua concretude.

Essas considerações permitem deduzir que a variedade das pautas do jornalismo cultural da Folha e do Estadão compõe “mapas cognitivos” já configurados pelo público leitor a partir de uma construção discursiva que encontra sustentação na disposição gráfica e na caracterização de suas respectivas representações simbólicas materializadas pela natureza das matérias, pela forte presença autoral dos textos e pela caracterização que esses elementos têm na formatação da imagem que os veículos desfrutam junto aos receptores. Porém, não está no conteúdo abordado a diferença entre os suplementos de cultura, mas na forma de apresentação desses conteúdos, na composição sígnica e na articulação desses signos, compondo um visual capaz de levar à identificação das imagens desses veículos. Surpreende, contudo, que embora o *Mais* prime por uma imagem leve, inovadora e surpreendente, diferentemente do *Caderno 2 – Cultura*, o resultado final em relação à construção de uma imagem de “cultura” aparece invertido: o inovador (o *Mais*) é elitista, separado do cotidiano, longe do sentido comercial, apartado da notícia; o conservador (o *Caderno 2 – Cultura*), lineariza sua produção e alinha a cultura com o corrente, o noticioso, atributos com os quais se localiza a si mesmo como parte da cobertura jornalística.

Os cadernos de cultura – em especial aos domingos – são uma espécie de “lustro” intelectual dos veículos aos quais pertencem um complexo plurissemiótico cuja função é assegurar que o contrato de leitura abarque todas as demandas de seu público, no plano de suas referências de sociabilidade moderna e cosmopolita e no plano das demandas de natureza estética e cognitiva. A construção semiolinguística desses cadernos evidencia que há em ambos os jornais uma preocupação de outra natureza com a fidelidade do leitor: ela se acrescenta às distinções de natureza política, evidenciadas nas posições editoriais do veículo e acabam por construir um complexo de sentidos que chamamos aqui de “integral”, isto é, um conjunto de marcas simbólicas que vão ao encontro de seu público.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail (1997). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- BARTHES, Roland (2002). *Aula*. 10ª ed. São Paulo : Cultrix.
- BOURDIEU, Pierre (1997). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (2004). *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo : Contexto.

CHARAUDEAU, Patrick (2003). *El discurso de la información: la construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa editorial.

FARO, J.S.; GONÇALVES, Elizabeth Moraes (2009). "O performativo no jornalismo cultural: uma organização discursiva diferenciada". *Revista Famecos*. Nº 38, v.1. Porto Alegre : PUC-RGS.

GOMES, Regina Souza. "O Sincretismo no Jornal". In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; TEIXEIRA, Lucia. (orgs) (2009). *Linguagens na Comunicação – Desenvolvimentos de Semiótica Sincrética*. São Paulo : Estação das Letras e Cores.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph (1979). *Dicionário de semiótica*. São Paulo : Cultrix.

MELO, Mônica Santos de Souza (2007). "Pressupostos de uma Teoria Psicossocial do Discurso: a Semiolinguística". In: GOMES, Maria Carmen Aires; MELO, Mônica Santos de Souza; CASTALDI, Cristiane. (editoras). *Gênero Discursivo, Mídia e Identidade*. Viçosa – MG : Ed. UFV.

MORETZSOHN, Sylvia (2007). *Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Editora Revan.

ORLANDI, Eni P.(1996) "Efeitos do Verbal Sobre o Não-verbal". In: MAGALHÃES, Izabel (org). *As múltiplas faces da linguagem*. Brasília: Ed. UnB.

PINTO, Milton José (1999). *Comunicação e Discurso*. São Paulo: Hacker Editores.

VERÓN, Eliseo (2004). *Fragmentos de um Tecido*. São Leopoldo-RS : Editora Unisinos.

ELIZABETH MORAES GONÇALVES é doutora em comunicação social pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP e docente do programa de Pós-graduação *stricto sensu* em Comunicação social da Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. É líder do grupo de pesquisa "Estudos de Comunicação e Linguagem".

bethmgoncalves@terra.om.br
www.elizabethgoncalves.pro.br

J. S. FARO é doutor em Jornalismo pela ECA/USP e docente do PPGCOM da Umesp, onde lidera o grupo de pesquisa "Jornalismo Cultural, espaço público da produção intelectual". Autor do livro *Revista Realidade, 1966-1968. Tempo da reportagem na imprensa brasileira*. Porto Alegre: AGE, 1999.

jsfaro@uol.com.br
www.jsfaro.net

Artigo recebido em outubro
e aprovado em dezembro de 2009.