



Os cadernos de cultura nos jornais como espaço social de batalhas simbólicas¹

Ceres Passos Vaz da Costa ²
Maria de Lourdes Pereira Sousa³
Paulo Fernando de Carvalho Lopes ⁴
Universidade Federal do Piauí

Resumo

O presente trabalho objetiva fazer uma análise comparativa entre os cadernos de cultura dos jornais Meio Norte, publicação local que circula no estado do Piauí e Maranhão e a Folha de São Paulo de circulação nacional e produzido no estado de São Paulo. À luz da Análise de Discursos, busca-se identificar e refletir como esses periódicos constroem o conceito de cultura a partir da noção de jornalismo cultural, quais são os principais porta-vozes, os modos de dizer a respeito do tema e quais as relações de poder presentes na mídia, tendo em vista produção-circulação-consumo desses textos. Para tanto tomaremos como base a partir da Teoria dos Discursos Sociais os trabalhos de Benveniste (1989), Verón (2004), Bakhtin (1990), Authier-Revuz (1990) e Pinto (2002), além de outros que se tornam pertinentes ao longo do trabalho.

Palavras-chave

Cultura; Jornalismo; Discursos

Introdução

Em meios a diversas tentativas de sistematização e discussões a cerca da definição e classificação dos gêneros jornalísticos, podemos considerar que essa divisão se constitui como fenômeno histórico, fruto de um trabalho coletivo construído pelo meio social e cultural inscrito num contexto.

Durante muito tempo, acreditou-se que a finalidade da composição discursiva se configurava o principal critério para dividir, classificar e compreender o gênero jornalístico. Mas atualmente, esse critério ultrapassa a esfera textual e entra na esfera da instituição de comunicação. São nos critérios estabelecidos dentro das empresas jornalísticas e nas regras de redação impostas, que os gêneros são definidos

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Jornalismo, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste;

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, membro pesquisador do Núcleo de Pesquisa em Comunicação e Jornalismo, e-mail: cerespazos@yahoo.com.br

³ Estudante de graduação 8º semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, membro pesquisador do Núcleo de Pesquisa em Comunicação e Jornalismo, e-mail: loudessp18@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor Doutor da Universidade Federal do Piauí; Coordenador do Núcleo de Pesquisa em Comunicação e jornalismo – NUJOC, e-mail: pafecalo@ufpi.br



No Brasil, Luiz Beltrão publicou os primeiros estudos sobre gêneros jornalísticos, trazendo a divisão entre jornalismo informativo, opinativo e interpretativo na trilogia *Imprensa Informativa* (1969), *Jornalismo Interpretativo* (1976) e *Jornalismo Opinativo* (1980). Hoje, as classificações mais utilizadas, no país, pelos jornais são as propostas por José Marques de Melo (1992) e Jorge Medina (2001). O primeiro divide os gêneros jornalísticos em dois: opinativo e informativo. A diferença entre eles dois se dá através de critérios como a intenção e a estrutura que o texto está disposto. No gênero informativo, a intenção é relatar um acontecimento, reproduzindo o real e o texto dependerá unicamente do fato e do contado do jornalista com os protagonistas do acontecimento. Já no opinativo, a intenção é de atribuir valores ao real através de uma leitura da realidade.

Já Medina, J. (2001), procuram classificar os gêneros jornalísticos em quatro grandes grupos: Informativo, Interpretativo, Opinativo e de Entretenimento. Esse último teria a função de distrair o leitor, contudo, para o autor, não seria caracterizado como texto jornalístico, pois engloba horóscopo, cruzadas, propaganda, edital, resumos de filmes, etc., sendo, assim, o trabalho de outros profissionais que não os jornalistas, apenas utilizando o jornal ou revista como meio de divulgação desses gêneros.

Dentro da classificação feita por José Marques de Melo, estão incluídas subdivisões, nas quais, nesse caso, o Jornalismo Cultural pode ser considerado como parte do gênero opinativo, sendo que a opinião aparece por meio das crônicas, resenhas e artigos. Por outro lado, porém, não exclui o caráter informativo já que este se apresenta na forma de reportagens, notícias, entrevistas, e etc. Dessa forma o Jornalismo Cultural é de grande relevância para pesquisa, já que é a partir dele que buscaremos identificar, nos jornais, o conceito de cultura utilizado nessa editoria.

Nos seus primórdios o Jornalismo Cultural era marcado por uma produção de valorização intelectual, as revistas e jornais se dedicavam a resenhas, reflexões sobre peça de teatro, pintura, e analisavam o cenário cultural da época, avaliando valores e a arte como um todo. Para Faro (2006) o Jornalismo Cultural sedimenta-se como um espaço público de produção intelectual – extrapolando a cobertura noticiosa e caracterizando-se por uma forte presença autoral, opinativa e artística. Ele assume diante da sociedade uma postura de espaço público de produção intelectual, gerando uma polêmica que, muitas vezes, ultrapassa as discussões jornalísticas, como por exemplo, o entendimento do jornalismo cultural ora como criação, ora como produção.



Apesar de o Jornalismo Cultural ser praticado no Brasil desde o século XIX, foi só a partir dos anos 1950, que os jornais no Brasil criaram o caderno de cultura. Atualmente existe grande dificuldade na definição exata do que seja Jornalismo Cultural. Por não explorar todos os vieses das obras culturais da sociedade como um todo, o gênero tem enfrentado críticas a cerca do papel que desempenha na atualidade, principalmente porque em alguns casos se limitar a certos temas, como lançamentos de CDs, livros ou apenas se restringindo a ser uma agenda cultural. Seguindo muitas vezes um modelo que se atrela ao mesmo critério de seleção da notícia e lançando mão de publicidade e interesses que estão ligadas às bases de sustentação econômica da mídia.

Assim, cabe ao jornalismo cultural escapar à limitação temática de lançamentos de CDs, livros e exposições de artistas consagrados para poder, enfim, compreender o sentido forte de cultura, explorando mais as implicações das obras na sociedade do que, propriamente, reduzir-se a uma agenda de eventos.

Metodologia

Utilizaremos nesse trabalho como o principal referencial teórico-metodológico a Teoria dos Discursos Sociais (PINTO, 2002). Partindo do pressuposto de que os textos fornecem marcas ou pistas deixadas pelos processos sociais de produção de sentido, a análise do discurso procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados àqueles produtos na sociedade (PINTO, 2002).

Tendo em vista que o foco da pesquisa está direcionado a apontar qual é o conceito de cultura construída pelos periódicos analisados, utilizamos autores importantes para Análise do Discurso e os conceitos que se tornam pertinentes para esse tipo de análise.

Desse modo utilizamos os estudos sobre Dialogismo, Polifonia (BAKHTIN, 1990) e Contrato de Leitura (VERON, 2004). Mas, antes de examinarmos esses conceitos-chave, devemos esclarecer a definição de enunciado, uma vez que, ao analisarmos os cadernos de cultura, estaremos constantemente nos deparando com enunciados, que têm como produto, os discursos socialmente construídos pelos jornalistas. Émile Benveniste se propõe a observar como o sentido se forma em palavras. Dito de outro modo, o autor preocupa-se em como determinado uso individual da língua se transforma em discurso, que é produzido toda vez que se fala. Mais



sinteticamente, a enunciação seria um processo de apropriação do aparelho formal da língua, tendo como produto, o discurso.

Segundo Benveniste, a enunciação seria esse colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização. Antes da enunciação, a língua não é senão possibilidade da língua. Depois desse processo, a língua é efetuada em uma instância do discurso, que emana de um locutor e suscita outra enunciação de retorno, uma alocução, na qual o outro sempre está incluso. (BENVENISTE, 1989)

Ao falarmos em “outro”, trazemos à tona conceito Bakhtiniano denominado Polifonia, que nos permite analisar a alteridade enquanto presença de outro discurso no interior do discurso, além de observar como as vozes dos outros se misturam com a voz do sujeito do enunciado. Assim como Benveniste, Bakhtin acredita na existência de um outro discurso no interior e ainda acrescenta que todo enunciado comporta um começo e um fim absolutamente marcados pela tomada de palavra do outro. Juntamente com a Polifonia, é desenvolvido por Bakhtin o conceito de Dialogismo, que parte do pressuposto de que todo enunciado responde a enunciados anteriores, mesmo que imperceptivelmente.

Para BAKHTIN (1990), o Dialogismo refere-se à idéia de que todo discurso se refere a um anterior, que por sua vez irá “influenciar” outras falas no mesmo ritmo que o mesmo for difundido. Esse modo de ver o discurso não admite a idéia de discurso puro, inédito, mas sim que todo discurso sofre influência de outros. Nesse sentido o conceito de heterogeneidade torna-se pertinente para o nosso estudo e se materializa de duas formas: heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva (AUTHIER-REVUZ, 1990).

A primeira inscreve o outro na seqüência do discurso através de uma quebra sintática no enunciado, como por exemplo, o uso do discurso direto e das aspas, facilmente encontrada pelo analista de discurso. Na heterogeneidade mostrada, o fragmento mencionado pelo autor é uma espécie de alteridade, uma vez que é usada explicitamente a voz do outro dentro de um discurso. Já no caso da heterogeneidade constitutiva o fragmento designado como o outro é integrado à cadeia discursiva sem ruptura sintática, na qual o elemento mencionado é inscrito na continuidade sintática do discurso ao mesmo tempo em que, pelas marcas deixadas pelo autor, é remetido ao exterior do discurso.

De Pinto serão utilizadas as reflexões sobre ideologia e poder, onde é pensada a produção-circulação-consumo dos sentidos dos textos como processo que passa por



duas dimensões da semiose social: a primeira é o ideológico, este “está presente num texto pelas “marcas ou traços” que na produção de sentido deixam na superfície do texto, como preconstruídos, ou seja, inferências e pressuposições feitas pelo leitor para suprir possíveis lacunas deixadas no texto. E em relação ao poder, este é resultado da hegemonia já citada, na qual cada lado quer sobrepor sua ideologia sobre o outro levando à formação de um consentimento de ambas as partes. O poder está em jogo em qualquer situação comunicacional através da disputa para “dar a palavra final”, ou ainda por meio de regras que as pessoas são obrigadas a seguir para que a interação seja bem sucedida.

O contrato de leitura, de Verón, é, em uma definição simples, um laço estabelecido entre o enunciador e o destinatário, que se confirma a partir do momento em que o leitor passa a consumir o veículo com frequência. Ele é geralmente utilizado para os veículos de comunicação escritos, como jornais ou revistas e é um dispositivo da enunciação adotado por um suporte. Logo, nesse conceito, o que importa é a relação entre um suporte e seu público e as estratégias de enunciação utilizadas na construção discursiva.

O contrato se estabelece a partir de três dispositivos de enunciação: o primeiro se refere à imagem daquele que fala. Imagem aqui designa lugar, ou lugares, que aquele que fala atribui a si. O segundo tem a ver com a imagem do outro, a quem o discurso é dirigido. E por fim, o terceiro dispositivo se refere à relação entre o enunciador e o destinatário, que é proposta no e pelo discurso. (VERON, 2004)

A análise do contrato de leitura abrange conseqüentemente, todos os aspectos da construção de um suporte e sua ligação com o leitor: cobertura, relação texto/imagem, modo de classificação do material redacional, dispositivos de chamadas (títulos, subtítulos, chapéus, etc.), modalidades de construção das imagens, tipos de percursos propostos ao leitor e as variações que são produzidas. (LOPES, 1998)

Folha de São Paulo

O jornal Folha de São Paulo foi criado oficialmente no dia 1º de janeiro de 1960 a partir da fusão de três outros diários: Folha da Manhã, Folha da Tarde e Folha da Noite. Publicado diariamente e com sede na cidade de São Paulo, a Folha é considerada um dos maiores e mais influentes jornais do país. Sua modernização foi iniciada em 1967, sendo o primeiro jornal impresso em offset no Brasil. E já na década de 80, além



de ter a maior circulação do país, se tornou o primeiro da América Latina a ter a redação informatizada. Em 1992 o jornal passa a ser de propriedade de Octavio Frias de Oliveira que iniciou uma revitalização na infra-estrutura do jornal.

No período compreendido entre os anos de 1978 e 1986, a Folha criou um Conselho Editorial que produziu documentos contendo padrões a serem seguidos, entre eles o conceito de informação para o jornal, assuntos sobre os quais se poderiam opinar, modos de edição, redução de erros ortográficos e de informação e, principalmente, a imparcialidade política dos jornalistas, apesar deles serem bastante politizados. Esses documentos ficaram conhecidos como Projeto Folha e que mais tarde veio a se tornar o Manual Geral de Redação.

O Jornal Folha de São Paulo possui uma circulação média em dias úteis de 300 mil exemplares e 370 mil aos domingos. A filosofia do jornal sempre foi noticiar com pluralismo, apartidarismo, jornalismo crítico e analítico e independência.

A Folha Ilustrada é o caderno de cultura da Folha de São Paulo e circula desde dezembro de 1958. Até chegar ao formato de hoje o caderno atravessou algumas reformas gráficas e mudanças na linha editorial, mas segundo Marcos Augusto Gonçalves, jornalista e editor do caderno “tudo o que havia no primeiro número de algum modo está presente nas edições de hoje” (“Ilustrada”, Folha de S.Paulo, 24/11/2008).

Atualmente, a “Ilustrada” traz uma linguagem voltada para os jovens, com textos mais leves, informais e por diversas vezes cheio de gírias. O caderno objetiva divulgar cultura, publicando assuntos de cinema, internet, música, teatro, literatura, moda, arquitetura, artes plásticas, gastronomia, quadrinhos, horóscopo, além de trazer um foco na vida dos artistas impressas na coluna social.

Já aos domingos, o jornal traz também o suplemento *Mais!* que, ao contrário da Folha Ilustrada, circula com assuntos mais densos envolvendo literatura, artes, sociologia e filosofia. Sua linguagem culta e formal sugere um público mais elitizado e composto por adultos, talvez por isso preocupa-se em legitimar o que diz buscando avaliar os textos com depoimentos de especialistas no assunto tratado.

Para José Luiz dos Santos (1994), a diversidade cultural e a divisão da sociedade em classes geraram a distinção entre cultura erudita e cultura de popular. A primeira se restringe a elite social, política, econômica e cultural e o seu conhecimento tem origem do pensamento científico, dos livros, da universidade e das academias ou estudos em



geral. Já a cultura popular se refere às manifestações das populações mais pobres de uma sociedade.

Contudo, ainda segundo Santos (1994) os interesses que envolvem o controle dos benefícios que a cultura, atribuída ao mercado de consumo, pode assegurar deram sustento à cultura de massa que, ao contrário da cultura erudita e da popular, não é produzida pelo povo, mas sim pelos meios de comunicação de massa e destinada a um público consumidor. O termo cultura de massa foi desenvolvido pelos estudiosos da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer. (HOHLFELDT, 2001).

A cultura de massa tenta democratizar o conhecimento da cultura erudita e popular afim de, através dos meios de comunicação, torná-la acessível à sociedade. Mas por outro lado, é no próprio discurso veiculado pelas mídias que as necessidades de consumo são criadas, os gostos e interesses são padronizados, entrando assim no circuito comercial. (SANTOS, 1994). Numa matéria auto-referente “Guinada editorial do caderno foi nos anos 80” a Folha conta um pouco sobre a trajetória da “Ilustrada” e reafirma essa discussão: “Contrários ao velho nacionalismo da esquerda cultural e antenados no que acontecia no pop internacional e no cinema norte-americano, começaram a dar mais atenção para a cultura de mercado, que aparecia no caderno convivendo com temas ‘cult⁵’” (“Ilustrada”, Folha de S.Paulo, 24/11/2008). Nesse enunciado a Folha afirma tratar de temas “Cult”, mas ao mesmo tempo ela é “antendada” com o que há de interessante e atual no mercado cultural.

O periódico tem como slogan “Um jornal a serviço do Brasil” passando a idéia ao leitor que os serviços prestados abrangem a população de todo o território nacional. Entretanto, apesar do jornal circular em todo o país, no que diz respeito ao objeto de nossa análise: o caderno de cultura, as informações deste se restringem em sua maioria a informações locais do estado de São Paulo. O aprofundamento trazido nos assuntos abordados pela “Ilustrada” infere a antecipação do conhecimento prévio do leitor sobre o assunto a ser tratado nas reportagens, e dessa forma não há a necessidade de dar informações que serviria apenas aos leitores desinformados. A partir dessas considerações podemos dizer que a Folha Ilustrada atribui a si e aos seus leitores posições sociais elitizadas. Sendo que o primeiro é responsável por coletar e interpretar

⁵ Termo utilizado para designar a tudo que seja relacionado com a cultura popular (cinema, quadrinhos, televisão, música, games, etc.). Geralmente, algo cult continua a ter admiradores e consumidores mesmo após não estar mais em evidência, devido à produção interrompida ou cancelada. Muitas obras e franquias, inclusive, atingem status de cult depois que suas “vidas úteis” supostamente expiraram.



as informações de interesse do seu público, sem, contudo deixar a de afastar o caráter opinativo inerente a alguns gêneros jornalísticos presente no jornal. Seu público, por sua vez, é composto por pessoas exigentes que consomem informações privilegiadas e com pressupõem ter profundo conhecimento dos assuntos normalmente abordados pela publicação.

A Folha Ilustrada laça mão de características nos títulos e no interior das matérias que tentam dar conta do quanto a publicação tem conhecimentos sobre o assunto, no título da crítica “Glenn Close volta a assustar em "Damages" o enunciador deixa claro que já assistiu a primeira temporada do seriado "Damages", afirma que ele foi assustador e volta na segunda fase com as mesmas características, além de se referir a protagonista de forma direta, antecipando assim que o leitor conheça o trabalho da atriz. Ao mesmo tempo pressupõe-se que o leitor da “Ilustrada” também conheça o seriado, e a ele interessa saber novidades relacionados ao assunto.

A “Ilustrada” fala dos eventos como conhecedora das circunstâncias em que estes ocorreram. Em “O teatro de la Maestranza, em Sevilha, estava com os 1.800 lugares ocupados. Antes mesmo da entrada de Israel Galván, 35, para sua apresentação na 15ª Bienal de Flamenco, em setembro deste ano, o público não parava de aplaudir” (“Ilustrada”, Folha de S.Paulo, 24/11/2008) e “A 41ª edição do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, (...) teve um painel heterogêneo de filmes e um público cindido na recepção a eles. Houve evasão de parte da platéia em três dos cinco longas” (“Ilustrada”, Folha de S.Paulo, 25/11/2008) o locutor dos dois enunciados se autoriza a falar do assunto, pois ao descrever o evento com propriedade, pressupõe que esteve na apresentação, ou pelo menos conversou com alguém que esteve lá e, por tanto, conta com uma testemunha ocular.

A legitimidade do que é dito pode ser colocada de outra forma durante a construção do enunciado. Uma das estratégias utilizadas pelo locutor da Folha é a intercalação de falas dos próprios personagens durante a narrativa, “O presidente do Comissariado Francês, Yves Saint-Geours, ressaltou a ‘territorialidade’ do evento. ‘Temos atividades em todos os Estados do país. E procuramos não apenas valorizar os projetos culturais, mas também os acadêmicos, educativos e científicos’, disse” (“Ilustrada”, Folha de S.Paulo, 29/11/2008). Nestes enunciados o jornalista se autoriza a falar do assunto, quase sempre a partir de seus depoimentos, a intercalação de vozes de pessoas habilitadas a falar é um artifício de legitimação. Para Authier-Revuz (1990) essas estratégias se caracterizam como um distanciamento, deslocamentos enunciativos,



polifonia, desdobramentos ou divisão do sujeito enunciador. A heterogeneidade mostrada constitui sempre de outros discursos “inscreve o outro na seqüência do discurso – discurso direto, aspas, formas de retoque ou de glosa, discurso indireto livre, ironia – relativamente ao estatuto das noções enunciativas” (Authier-Revuz, 1990).

O discurso jornalístico é constituído a partir dos códigos que os outros campos do saber lhe ofertam, isto é, outras vozes e múltiplas polifonias provenientes de outros campos culturais. Os enunciados construídos pela “Ilustrada” manifestar essa multiplicidade de vozes, algumas são facilmente identificadas a partir das marcas como as aspa, discurso indireto, etc., mas outras vozes culturais também constituem o mesmo enunciado. Para Bakthin (1990) apesar de reunidas para produzir sentido, em nada se harmonizam, pelo contrário essas vozes muitas vezes conflitantes, suscitam a tencionalidade comum às relações dialogizantes das práticas e instituições sociais.

“As letras são reflexo de sua própria vida, e nesse momento o *rapper* se mostra como o sujeito que “chegou lá” e indica o caminho aos novatos, como um pai de bons conselhos.” O trecho refere-se ao “sucesso” alcançado pelo *rapper* Marcelo D2 ao consolidar o gênero samba-rap. A expressão “chegou lá” tenta assumir para si, o que não foi dito com todas as palavras, no processo de construção de sentidos é resgatado o desejo dos artistas que buscam um “lugar ao sol”, chegar lá pressupõe chegar a algum lugar a que se objetivava estar, no caso do artista, estar no topo, chegar ao sucesso, como é discutido na matéria. “Pai de bons conselhos” também sugere que alguém com bagagens alcançadas no caminho para os bons resultados, possa dar boas dicas, ser um bom “pai”, título creditado as experiência adquirida e a crença religiosa de ser protetor.

Meio Norte

O jornal Meio Norte faz parte de um conglomerado de empresas de comunicação pertencentes ao empresário Paulo Guimarães, que adquiriu a estrutura do antigo jornal Estado após o falecimento do seu proprietário, Helder Feitosa. O periódico circula em Teresina, desde janeiro de 1995 e atualmente é considerado o maior do estado, com grande abrangência no interior, tendo a maior equipe de jornalistas.

Paulo Guimarães comprou a empresa com intuito de formar um sistema de comunicação, já que tinha como propriedade a TV Timon, hoje TV Meio Norte, e a rádio MN. Várias reformas foram realizadas após a compra do jornal e O Estado ganhou novo nome e projeto gráfico. Ele foi o primeiro a circular nas segundas-feiras e passou



por três mudanças quanto ao projeto gráfico, uma em 2003 e as outras em 2005 e 2008.

Entre as modificações feitas pelo jornal, a mais evidente foi a de 2008, com a implantação do novo layout, ainda mais colorido, causando impacto à primeira vista e com o formato tablóide às segundas-feiras, o que, para o jornal significa melhor manuseio para o leitor, mas para outros, significou redução de custos.

Com essa última reforma, ocorreu também uma mudança na quantidade e no nome de cadernos que circulavam anteriormente. Antes da reforma, o jornal circulava diariamente com três cadernos. O primeiro deles, chamado Caderno “A”, continha as páginas de opinião, política, polícia, nacional, internacional, geral e esporte.

O segundo, caderno “B”, corresponde ao caderno de cidades, que é formado pelas páginas relacionadas assuntos relacionados aos acontecimentos da cidade, uma página referente a educação, uma a bairros, outra a economia e ainda, municípios. Já o caderno “C” corresponde ao caderno “Alternativo”, que se refere a assuntos culturais. Apenas na segunda-feira o caderno Alternativo não circula. Neste dia é agrupado ao jornal o caderno de “Negócios” e o “Esportes”. O jornal conta também com suplementos, como o “For Teens”, dedicado para adolescentes todas as quintas-feiras; “Clube do Assinante” às sextas-feiras e aos domingos os suplementos “Municípios”, “Notícia da TV”, “Infantil” e ainda um caderno especial da coluna social “Inside”.

Em fevereiro de 2008, o jornal adotou uma nova diagramação, com cores que acabavam chocando o leitor, usando cores como dois tons de azul no título, roxo, laranja e vermelho. Os cadernos também mudaram: o primeiro caderno continua sendo o caderno “A”, com as páginas de opinião, política e justiça, Piauí (antes denominada municípios), O mundo (antiga internacional), geral, olé (no layout anterior, denominada esportes) e últimas.

O caderno “Teresina” corresponde ao caderno “B”(antes chamado de Cidades) e compreende as páginas de Cidades, Educação, Bairros, Economia e Polícia. O terceiro caderno foi renomeado de “Art & Fest” que continua com a coluna “Inside”. As tonalidades utilizadas no jornal também mudaram, antes usava a cor azul escuro no título e alguns detalhes em vermelho tanto na capa, quanto dentro do próprio jornal.

Na capa, no lugar destinado à data e à cidade na qual o jornal é feito, usa-se a seguinte expressão: “Teresina, capital do Meio Norte do Brasil”, mostrando a importância da capital do Piauí e passa a idéia de um jornal predominantemente local. Além disso, o slogan do jornal (“Como é bom ser piauiense”) que permanece o mesmo após a reforma gráfica ocorrida, ressalta o caráter local e regional do periódico, além de



passar a idéia para o público de que é o jornal que tem orgulho de sua terra. Os leitores são pessoas que se identificam com essa autodenominação regional do MN e fazem parte de uma classe social média, correspondente à maioria da população consumidora do jornal, uma vez que os textos são didáticos e de fácil leitura.

Com as mudanças ocorridas, alguns aspectos foram modificados, outros permaneceram iguais. Os aspectos que permaneceram foram: presença de chapéu e linha fina apenas nas matérias principais e de maior destaque, das quais também se retira uma frase e a usa como “olho”.

O caderno referente à cultura é denominado Art&Fest, que substituiu o antigo nome “Alternativo”, que dava uma idéia de ser um forma de alternativa, como o próprio nome indica, aos outros cadernos de cultura que circulam no estado. Já o novo nome, ao mesmo tempo em que sugere uma idéia de sofisticação e modernidade, uma vez que se usa o idioma inglês, também gera dúvida quanto ao caráter regional tão defendido pelo Meio Norte, evidenciado no seu slogan.

Art&fest é composto, além de matérias informativas, por uma coluna intitulada "Eu vou", onde é divulgada uma programação cultural, como estréia de filmes, shows, peças teatrais e cursos. As colunas “Atitude” e “Inside” demonstram a força de uma tendência nacional, o colunismo social, também presente no jornal Folha de São Paulo.

Diferente dos cadernos de cultura dos jornais de circulação nacional, o caderno Arte&Fest dá enfoque à cultura de massa, ao trazer dicas de shows, peças de preço mais acessível e por dar destaque aos acontecimento da televisão, do mundo dos famosos, atingindo assim, uma parcela maior da sociedade. No caso do Jornal Meio Norte, as reportagens veiculadas e analisadas são decorrentes das condições econômicas e sociais de sua produção e consumo, uma vez que o jornal tem caráter de venda, e se constrói como vitrine do mercado cultural.

No que se refere ao conceito de contrato de leitura (VERON, 2004), percebemos que o MN enfatiza matérias divulgando projetos culturais que estejam ao alcance da população. Isso configura ao mesmo tempo, a imagem de um periódico voltado à utilidade pública (imagem de si) e a imagem do leitor, que é delineado ao longo das matérias como pessoas interessadas em aumentar conhecimentos através de cursos e atividades culturais populares, de preço acessível, divulgadas pelo jornal.

Em matérias como "B.J. Thomas: a estrela americana na Celebration" a imagem que o jornal deixa transparecer é a de que o Piauí, apesar de ser um estado considerado pobre, pode ter eventos de grande porte, com artistas internacionais, como diz na



matéria : "A festa, que já trouxe grandes nomes da MPB, inova a cada ano e neste cenário globalizado, a Celebration coloca Teresina no mapa-múndi da música mundial, trazendo para o seu palco B.J. Thomas, um profissional versátil, antenado e ligado em todos os ritmos e linguagens." (Meio Norte, 26/11/2008). Nesta mesma matéria, o MN se utiliza de recursos como o uso de adjetivos positivos, criando uma intimidade com o público leitor: "A festa, que já trouxe grandes nomes da MPB, inova a cada ano e neste cenário globalizado, a Celebration coloca Teresina no mapa-múndi da música mundial, trazendo para o seu palco B.J. Thomas, um profissional versátil, antenado e ligado em todos os ritmos e linguagens."

Outro recurso também utilizado é o de opinar ao longo da matéria, tentando seguir uma tendência de grandes jornais, que fazem uso disso nos textos de jornalismo cultural. É o que acontece na matéria "Festival mostra um Brasil profundo" (Meio Norte, 25/11/2008): "Bastante simples e convencional, emociona pelos depoimentos dos índios, muito mais que pelas falas dos 'especialistas', por bem intencionadas que sejam. A esta altura do campeonato, poderíamos esperar mais de um filme sobre índios, em especial depois de Serras da Desordem, de Andrea Tonacci, e Terra Vermelha, de Marco Bechis."

Em matérias como "Alunos fazem exposição sobre bumba-meu-boi" e "Casa da Cultura abriga II mostra de cinema marginal" (Meio Norte, 26/11/2008) o jornal deixa marcas enunciativas que comprovam o caráter local tão defendido no slogan ao dar destaque e valorização ao que é da terra, aos eventos culturais locais. Outras evidências são deixadas através de discursos reproduzidos nos textos, através da polifonia constituída a partir da alteridade das falas de grandes nomes da cultura local, pessoas ligadas aos poderes estadual e municipal, que tem respaldo, prestígio e autoridade diante do público leitor.

Já no texto veiculado no dia 27 de novembro de 2008 intitulado "Ramami faz música alternativa no sertão piauiense", o jornal se mostra preocupado com movimentos culturais que envolvam a temática social, que discutam os problemas da população, dando destaque a projetos de cunho social e que visam o desenvolvimento da sociedade. O texto já começa enfatizando esse caráter social "Eles não são somente um grupo musical, mas um projeto social... A letra é, em muitas ocasiões, usada como denúncia social e tem proposta de fazer o público, sobretudo o jovem, a refletir"; "Trabalhando a formação, pesquisando elementos da cultura popular e preservando as tradições, o grupo segue seu caminho".



Na matéria “A história da Balaiada 170 anos depois”, o Meio Norte, através da importância dada à luta do povo piauiense, mostra mais uma vez o quanto valoriza os feitos e a cultura do estado: “um dos mais importantes movimentos sociais do século XIX do Brasil - ocorrido no Maranhão e Piauí -”. A reportagem é bastante didática, o que foge aos padrões de jornalismo adotado pelo Meio Norte, que é conhecido na academia como pirâmide invertida. O jornal deixa evidências de que tem preocupação com as pesquisas científicas e com o fator conhecimento da história do Piauí : “torná-lo mais conhecido à luz das pesquisas acadêmicas e científicas e dar a chance de ampliar a produção porque, apesar do interesse de historiadores, pesquisadores e estudiosos brasileiros pelo assunto, é ainda muito pouco conhecido mesmo nas universidades e escolas do Brasil.”.

Considerações Finais

Nessa pesquisa, consideramos jornal, e mais especificamente o caderno de cultura, importante ferramenta nos processos de comunicação, circulação de saberes e formação de opinião pública. Os jornais escolhidos para esta análise gozam de grande credibilidade perante a sociedade, seus discursos são amparados por estratégias e técnicas que buscam ocupar o lugar de verdade e legitimidade, e através desses pilares ofertam seus códigos de forma a compartilhar o maior número de sentidos possíveis.

Dito isso, após a leitura e análise geral dos textos (enunciados) que compõe os cadernos de cultura, e tendo em vista a prática do Jornalismo Cultural, foi possível perceber que a Folha Ilustrada atende a um público bem informado, com pautas voltadas para pessoas intelectualizadas ou formadoras de opinião se aproximando, assim, da chamada cultura erudita. Contudo, obedece aos ditames que regulamenta as empresas de comunicação ao tratar também de assuntos que atendem ao apelo popular. O caráter jornalístico da publicação é preservado ao trazer informação de atualidades e exerce a função de prestadora de serviços. Nela a informação e a opinião são muitas vezes diluídas no mesmo espaço, não se sabendo ao certo onde começa uma e termina a outra.

Na “Ilustrada” cultura se refere às produções artísticas e divulgação de acontecimentos da vida cultural paulista, considerados pelo jornal de importância para a formação cultural da sociedade. O jornal tenta dar conta da população brasileira, mas aponta para São Paulo como distribuidor de conhecimentos - que são em sua maioria de difícil acesso para o resto da população do país. O caderno se desenha ao leitor como



sóbrio, respeitado e conhecedor da verdade, seu leitor pode ser considerado de bom poder aquisitivo e por sua vez é marcado pela forma de abordagem dos assuntos e a seleção do que é elencado nas páginas da “Ilustrada”.

Para o jornal Meio Norte, a cultura corresponde a todas aquelas atividades lúdicas, envolvendo a diversão, o entretenimento e o conhecimento histórico e artístico local. A cultura divulgada no caderno Art&Fest tem a pretensão de atingir o maior número de pessoas, já que é voltado para o popular, em detrimento do erudito, que é característica do público leitor do jornal Folha de São Paulo.

A produção jornalística cultural feita pelo jornal Meio Norte tem aspectos voltados principalmente para a cultura de massa, para o popular, tentando atingir ideológica e mercadologicamente a maior parcela da sociedade local, uma vez que o jornal tem caráter de venda, e se constrói como vitrine do mercado cultural. Quanto à imagem que o MN constrói de si, podemos perceber, a partir das análises que tem características regionais, primando pelos movimentos e acontecimentos históricos que constroem a identidade do povo do Piauí e, conseqüentemente, a imagem do jornal, genuinamente piauiense.

Para garantir uma confiabilidade por parte do leitor, o jornal usa de recursos como dar voz a personagens do cenário cultural e artístico do Piauí, principalmente da capital, e ligados a entidades governamentais para legitimar os discursos defendidos através dos textos publicados.

Referências

AUTHIER-REVUZ, **Jacqueline**. **Heterogeneidade(s) enunciativa(s)**. Caderno de Estudos Lingüísticos, v. 19, 1990.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1990.

BELTRÃO, **Luiz**. **Imprensa Informativa: Técnica da Notícia e da Reportagem no Jornal Diário**. São Paulo: Editora Folco Masucci, 1969

_____. **A Imprensa Informativa**. São Paulo: Editora Folco Masucci, 1976

_____. **Jornalismo Opinativo**. São Paulo: Edirora Sulina, 1980

BENVENISTE, **Émile**. **O aparelho formal da enunciação**. In: Problemas de Lingüística Geral II. 3 ed. São Paulo: Pontes, 1989.



FARO. **Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre jornalismo cultural.** Revista Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo: Metodista. nº 46, 2006.

HOHLFELDT, Antonio (Org.). **Teorias da comunicação; conceitos, escolas e tendências.** Petrópolis/RJ: Vozes, 2001

LOPES, P.F.C. **Negociando Sentidos, Articulando Lugares: o modelo semiológico-discursivo nas teorias da comunicação e do jornalismo.** Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, Defendida em setembro de 2004. 274p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia – jornalismo como produção social da segunda natureza.** São Paulo: Ática, 1989.

MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. **Gêneros jornalísticos: uma questão de gênero.** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/viii-sipec/gt05/40-%20Jorge%20Lellis%20-%20trabalho%20completo.htm>>. Acesso em: 17 janeiro. 2009.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso.** São Paulo: Hacker, 2002.

SANTOS, José Luiz dos Santos. **O que é cultura?.** 14 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo: UNISINOS, 2004.