

Jornalismo cultural em revista: o discurso e suas representações nas entrevistas da *Cult*¹

Vanessa Calvo GUERRA²

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR
Centro Latino-americano de Estudos em Cultura, Foz do Iguaçu, PR

RESUMO

O jornalismo, em seu processo de produção, seleciona os assuntos que serão pautados para o leitor. Como construtor social da realidade, estabelece relações entre a sociedade e os próprios acontecimentos a partir de técnicas, processos, gêneros e formatos. Também atua na construção das memórias coletivas e, além disso, fortalece e constrói identidades.

O jornalismo age visando a sua própria legitimidade “enquanto instituição explicada, justificada e reconhecida socialmente” (NETO, 2013, p. 71) e, para isso, busca mecanismos para construir uma imagem de confiança em seu discurso: objetividade (verdade), imparcialidade e neutralidade.

Mas cada um dos veículos midiáticos possui um tipo de discurso, como observa Charaudeau (2009), e através de suas reflexões é possível perceber de que maneira a sociedade pode ser representada.

O texto da revista, por exemplo, se apropria de algumas formas literárias e pratica o noticiar com a prática de narrar, sendo assim, possui um jornalismo que investiga, interpreta e diagnostica (VILAS BOAS, 1996). A revista está associada à segmentação, não apenas de público, mas também de “especialidade temática, de competências e exigências profissionais e discursivas” (TAVARES, 2008, p.2) e pode ser enxergada como um instrumento social que promove ideologias, vende ideias e imagens através de seus elementos linguísticos e não-linguísticos. Além disso, possui uma forma específica de discurso, enunciação e construção de sentidos, assim como uma forma de ver a realidade, o que traz uma interação distinta com a sociedade.

E é a partir destas concepções que optamos por trabalhar com as revistas e, dentro desta escolha, decidimos trazer o jornalismo cultural (JC). Ao escolher esse jornalismo mais

¹ Trabalho apresentado na DT 01 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de junho de 2022

² Mestranda do Curso de Jornalismo da UEPG-PR e pesquisadora associada do CLAEC-PR, email: vanessa.cguerra@gmail.com

específico vamos ao encontro de uma revista especializada, no caso em cultura, com aspectos e lógicas próprias.

O JC é um jornalismo especializado/perito, que aborda um tema para um público específico e, também, possui características que, “enquanto especialidade jornalística, reafirma também o seu suposto sistema perito. A partir da confiança do leitor, silenciando ou consolidando valores culturais” (CAVALCANTI, 2016, p. 6), o que faz com que o seu discurso reflita e projete modos de viver e de pensar.

O jornalismo cultural conta com a presença de ensaios, resenhas, artigos, críticas, reportagens, perfis e entrevistas, mas assim como qualquer outra especialidade, precisa atender às exigências da produção jornalística. A partir destes pressupostos, foi escolhida como objeto da pesquisa a Revista *Cult* devido à sua importância no cenário jornalístico cultural.

A *Cult* foi fundada pelo jornalista Manuel da Costa Pinto em 1997 e tinha como foco principal a crítica literária. Seu formato foi baseado na revista francesa *Le Magazine Littéraire*, mas também trazia assuntos relacionados a pensadores como Marilena Chauí ou Pierre Bourdieu. Após um período, Manuel vende a revista para a jornalista, editora e filósofa Daysi Bregantini.

Já à frente como proprietária e editora-chefe da *Cult*, Bregantini traz uma revista que tem como proposta um jornalismo cultural mais amplo ao tratar de assuntos das áreas da arte, cultura, filosofia, literatura e ciências humanas. Usa a cultura para dialogar com outros campos e para trazer assuntos de interesse da sociedade, o que a torna mais que um documento que preserva a memória, pois contextualiza o momento histórico-cultural do país. É uma revista mensal e tem como público alvo principal pessoas ligadas ao meio acadêmico. Em suas edições é possível encontrar matérias especiais, dossiês, artigos, resenhas, ensaios, entrevistas e perfis. Os textos muitas vezes são escritos por colaboradores externos especializados nos assuntos em pauta, mas, também, por jornalistas que atuam efetivamente no veículo.

Ao entender um pouco mais do objeto, o *corpus* foi formado por edições de 2017, 2018, 2019 e 2020, totalizando 48 revistas. Optou-se por trabalhar com as entrevistas, que foram selecionadas a partir de critérios pré-estabelecidos: primeiramente foram retiradas as edições especiais (dossiês) e edições que não possuíam entrevistas. Após, optamos por retirar aquelas que também não se encontravam em destaque com chamada na capa e, por fim, selecionamos as entrevistas que foram realizadas por colaboradores

(jornalistas e editores) que trabalham efetivamente na *Cult*, sendo eles Amanda Massuela (editora assistente), Daniel de Mesquita Benevides (editor) e Fernanda Paola (diretora de conteúdo). Por fim, foram consideradas 16 edições. A escolha das entrevistas, de forma específica, se justifica por se tratar de um gênero textual muito presente no JC e por se tratar de um texto considerado opinativo, mais pessoal, um diálogo, por assim dizer, que nos leva a características e lógicas que diferem muito de outros formatos. Isso porque, de acordo com Rouchou (2003), a entrevista causa uma identificação do público pelo fator mais “humanizado” ali presente, podendo levar para novas descobertas e possíveis confirmações de histórias.

Levando em consideração os estudos de Medina (1986), pode-se considerar a entrevista como uma forma de interação social. Na comunicação impressa, para além de um registro histórico, a entrevista permite expandir pontos específicos de assuntos considerados relevantes naquele momento e influenciar debates, construir uma identificação entre o veículo de comunicação, o jornalista e o leitor e criar rejeição ou aceitação do entrevistado ou assunto em questão. Nilson Lage (1979) aponta que a entrevista deve considerar alguns valores como: atualidade, proximidade, intensidade e ineditismo, e o seu diferencial será definido através da originalidade, do impacto, pela identificação social e humana provocada no público.

Por estes fatores, a escolha da entrevista como objeto se mostrou interessante e justificável, mostrando potencial para grandes contribuições para analisar o discurso jornalístico dentro da questão que guia a pesquisa: *de que maneira a Revista Cult configura e representa o jornalismo cultural e suas construções ideológicas no debate cultural, a partir das entrevistas publicadas?*

O objetivo é mapear as vozes presentes, através de marcas representativas e textuais que comandam a construção do texto e conduzem as interpretações. Como o discurso jornalístico opera na configuração das identidades e na projeção de debates públicos, busca-se refletir de que forma o jornalismo cultural é representado e configurado a partir desses discursos que podem ser considerados plurais (do entrevistador e entrevistado), à medida que são permeados por outros campos. Pensando nessa pluralidade e levando em consideração os estudos de Pêcheux (1975), podemos considerar que um discurso é composto por outros discursos, com isso, também se constrói o seu sentido e significado.

Para chegar aos resultados utilizaremos a análise de discurso (AD) da linha francesa a partir das perspectivas de Eni Orlandi (que tem como base o autor Michel Pêcheux, por isso, seus estudos têm como desdobramentos a matriz francesa) e Michel Foucault, além de outras referências que serão utilizadas como suporte.

O método AD teve como um dos principais precursores o filósofo francês Michel Pêcheux, que propôs o discurso como novo objeto de estudo, analisando desde suas condições da produção até os processos discursivos. Seus estudos foram base para vários autores da AD, inclusive Eni Orlandi (2020), como já citado anteriormente.

A autora compreende o discurso como uma produção de sentidos dentro de um determinado contexto, seja ele social, histórico e em certas condições de produção. Outro ponto importante que deve ser destacado e reforçado por Orlandi (2007) é que o discurso possui uma exterioridade e ela deve ser compreendida como forma de melhor delimitação do sentido produzido, ou seja, de que existe uma coerência interna ao discurso efetuado. A exterioridade seria o caráter histórico, social e ideológico do sentido. Em relação à produção de sentido, percebe-se que a exterioridade pode sobrepor-se às leis do sistema da língua. Os sentidos não são fixos, se deslocam e se movimentam a cada acontecimento discursivo, a partir da significação da língua e sua relação com a história, sob certas condições de produção.

Na análise de discurso compreende-se que o acontecimento é o sentido decorrente da exterioridade discursiva que permeia o discurso, a memória, o já dito, o interdiscurso, as condições de produção; dessa maneira, a exterioridade pode ser entendida como uma forma de distinguir a ordem discursiva e a organização textual.

Orlandi (2020) mostra como peça principal a ideologia, que está intimamente ligada ao discurso. Ela também considera que a AD busca dar sentido a aquilo que foi dito (o que o sujeito explicitou em seu processo de comunicação e diálogo) e dar “luz” ao não-dito/não-dizer (não se mostra explicitamente).

A autora ainda destaca a importância de levar em consideração os processos de produção do discurso, em que traz três momentos: constituição (memória, história e ideologia), formulação (contexto da produção e as condições específicas da enunciação) e a circulação (o conjunto do discurso – quando, por que e para quem).

Em diálogo com essas percepções de Eni Orlandi, trazemos Michel Foucault, para quem o enunciado é elemento chave para a análise. Dentro dos enunciados, o autor, no livro *Arqueologia do Saber* (2012), traz as variações de sentidos dos discursos e esse sentido

é fruto de uma convenção estabelecida entre o enunciador e enunciado, que acontece no ato comunicacional de forma implícita. Ainda sobre os enunciados, ele apresenta três critérios (efeitos) que serão usados para guiar a AD. A raridade busca “[...] determinar o princípio segundo o qual puderam aparecer os outros conjuntos significantes que foram enunciados [...]” (FOUCAULT, 2012, p. 146); a exterioridade, que caracteriza os efeitos dos enunciados e sua existência; e o acúmulo, em que para o autor é necessário entender que existe um conjunto de já-ditos, uma memória, um processo de buscar elementos do passado para trazê-los ao presente.

Esse método arqueológico que Foucault propõe transformar os documentos analisados pelos historiadores em monumentos, dessa forma tentar “compreender a verticalidade histórica dos acontecimentos, considerando um conjunto sistemático e integrado de elementos inscritos nos discursos da sociedade” (GOMES; LEITE, 2020, p. 273). Assim, Foucault (1987) mostra que os discursos não podem ser analisados por uma “superfície de emergências” (GOMES; LEITE, 2020, p. 273).

Apesar de ser uma metodologia proposta para as Ciências Humanas, a AD pode trazer grandes contribuições para a comunicação, no caso desta pesquisa, pensando na aplicação para analisar o discurso jornalístico.

Esse tipo de análise não tem a pretensão de “adivinhar” o pensamento das pessoas, mas é preciso reconhecer que o campo dos enunciados é formado por transformações e relações e que nunca se encontra isolado em um discurso e sua compreensão se dá em uma relação estreita e singular para determinar as condições em que existe e, assim, estabelecer sua conexão com outros enunciados. Ainda em *A arqueologia do Saber* (2012), Foucault, ao falar sobre a análise dos enunciados, não se preocupa com o não-dito; em sua proposição, a voz oculta não é levada em consideração.

É a partir desta observação que se reconhece a importância de trazer a perspectiva de Eni Orlandi para dialogar com a metodologia arqueológica. A pluralidade do discurso jornalístico nos traz a possibilidade da voz “sem nome” a partir de uma exterioridade, em que através de estratégias discursivas o jornalismo pode mostrar ou esconder, discussão que é trazida por Eni Orlandi. Ambos os autores possuem, de certa maneira, suas interseções, mas, em alguns momentos, se diferem. Com essas diferenças foi realizado um movimento em que ambos dialoguem entre si e, apesar de parecer complexo, esse diálogo se mostrou necessário e enriquecedor para aplicação do método

no objeto de pesquisa, a partir de uma apropriação apoiada nos estudos de autores que analisam criticamente os discursos e com o suporte de outros textos relacionados.

O resumo aqui apresentado se trata da pesquisa em andamento no Programa de Pós-graduação (mestrado) em Jornalismo. Como resultado espera-se mostrar, a partir das entrevistas, de que maneira se configura o jornalismo cultural do objeto de pesquisa e como o discurso presente e suas representações refletem na produção de sentido a partir de elementos discursivos e não discursivos.

PALAVRAS-CHAVE: discurso; jornalismo; jornalismo cultural; jornalismo em revista; Revista *Cult*.

REFERÊNCIAS

ABREU, K. C. K.; BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz. A história das revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial. **Revista Científica Plural**, v. s/n, p. 1-23, 2010.

ALTMAN, F. **A arte da entrevista:** Uma antologia de 1823 aos nossos dias. São Paulo, Scritta, 1995.

BALLERINI, F. **Jornalismo Cultural no Século 21.** São Paulo: Summus, 2015.

BAPTISTA, I. Y. F.. A arqueologia do saber de Michel Foucault no campo da comunicação. **Linguagens - Revista de Letras, Artes e Comunicação**. v. 10, n. 2, p. 275-287, 2016. Disponível em:
<https://proxy.furb.br/ojs/index.php/linguagens/article/view/4947>

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 1970.

BOURDIEU, P. **A Distinção. Crítica social do julgamento.** Porto Alegre: Editora Zouk, 2011.

BOURDIEU, P. **Coisas Ditas.** São Paulo: Brasiliense, 2004.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico.** Difel: Lisboa, 1989.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro, Zahar, 1997.

BOURDIEU, P. The political field, the social Science field and the journalisc field. In: BENSON, R; NEVEU, E. **Bourdieu and Journalistic Field**. London/Malden: Polity Press, 2005.

CAVALCANTI, A. C. **Jornalismo cultural e personalização: o acionamento do perito nas capas da revista Bravo! (1997-2013)**. Porto Alegre: Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/133747>

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e Discurso: modos de organização**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

FARO, J. S. Jornalismo cultural e presença intelectual na esfera pública. **Revista Eco Pós**, v. 16, nº 2, p. 60-72, 2013. Disponível em: www.pos.eco.ufrj.br

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 8ª Edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

FOUCAULT, M. **As Palavras e as coisas**. Lisboa: Portugalia, 2000.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2004.

FOUCAULT, M. **O Que é um autor?** Lisboa: Vega/Passagens, 1992a.

FAUSTO NETO, Antônio. **Mortes em derrapagem: Os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed., 1991.

GADINI, S. L. **Interesses Cruzados: A produção da Cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Editora Paulus, 2009.

GARRETT, A. **A entrevista, seus princípios e métodos**. Rio de Janeiro: Agir, 1981.

GOMES; D. L.; LEITE, M. F. P. A Arqueologia do Saber: um roteiro de leitura.
Revista Moara, vol.1, nº 57, 2020. Disponível em:
<https://www.periodicos.ufpa.br/index.php/moara/article/viewFile/9735/6708>

GRAMSCI, A. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982; 1991.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LAGE, N. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis: Editora Vozes, 1979.

MEDINA, C. A. **Entrevista, o Diálogo Possível**. 2ª Edição. São Paulo: Editora Ática, 1986.

MIGUEL, L. F. Jornalismo como sistema perito. **Tempo Social-Revista de Sociologia da USP**, 1999. p. 197-208. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20701999000100011&script=sci_abstract&tlng=pt

NETO, G. I. G. **O discurso de legitimação do jornalismo**. Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/122820>

ORLANDI, E. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 8ª Edição. Campinas: Pontes, 2007.

ORLANDI, E. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 13ª Edição. Campinas: Pontes, 2020.

ORLANDI, E. **Discurso e Leitura**. São Paulo, Cortez Editora, 2008

ORLANDI, E. **Discurso em Análise: sujeito, sentido, ideologia**. Campinas: Pontes, 2012.

PÊCHEUX, M. **Análise de Discurso**. São Paulo: Pontes, 2011.

PÊCHEUX, M. **Discurso: estrutura ou acontecimento?** Campinas: Pontes, 1990.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 1ª edição. Campinas: Editora Unicamp, 1975.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 1ª edição. Campinas: Editora Unicamp, 1988.

PIZA, D. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

ROUCHOU, J. **Entrevista na história oral e no jornalismo**. João Pessoa: ANPUH – XXII Simpósio Nacional De História, 2003. Disponível em: <http://www.encontro2014.rj.anpuh.org/resources/anais/anpuhnacional/S.22/ANPUH.S2.2.359.pdf>

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

TAVARES, F. M. B. **Jornalismo especializado e a mediação de um *ethos* na sociedade contemporânea**. Contemporânea, vol. 6, nº 2, 2007.

TAVARES, F. M. B. “Entre objeto”, “objetos no entre”: **Revista, Jornalismo Especializado e Qualidade de Vida**. Revista Em Questão. v. 25, nº 3, 2008.

TAVARES, F. M. B. **O jornalismo especializado e a especialização periodística**. Estudos em Comunicação, nº 5, p. 115-133, 2009. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>

TAVARES, F. M. B. **Sobre o jornalismo de revista e o seu infinito singular**. Contracampo, nº 25, 2012. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17273/10911>

TSUTSUI, A. L. N. **Revista *Cult* - Canal de expressão pública da Produção intelectual**. Dissertação apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, 2006. Disponível em: <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/846?mode=full>

VILAS BOAS, S. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Editora Summus Editorial, 1996.