

Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais Principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros¹

Sérgio Luiz Gadini²

A melhor maneira de fazer propaganda é que não pareça que se está fazendo propaganda (Richard Crossman).

Com base em uma pesquisa sobre o jornalismo cultural brasileiro, o texto apresenta as principais características, especificidades e marcas dos cadernos culturais diariamente publicados pelos principais diários do país. As áreas temáticas mais pautadas, a pluralidade do que é veiculado nos cadernos (seja como seção, área ou tema), a padronização do agendamento e a cultura midiática, que forma e também é integrada por essa produção jornalística, sintetizam o eixo de discussões deste artigo.

Palavras-chave: jornalismo cultural brasileiro, Cadernos de cultura, jornalismo.

Major editorial structures of cultural journalism sections: Main characteristics of cultural journalism in Brazilian newspapers. This article, which is based on a research project on cultural journalism in Brazil, discusses the main characteristics, specificities and highlights of the cultural sections published on a daily basis by the major Brazilian newspapers. The thematic fields that are more strongly present, the plurality of what is published in the sections, the standardization of agenda-setting and the media culture – which shapes that journalistic production and is also shaped by it – are the foci of its discussion.

Key words: Brazilian cultural journalism, Cultural sections, journalism.

Con base en una investigación acerca del periodismo cultural brasileño, el texto presenta las principales características, especificidad y marcas de los cuadernos culturales diariamente publicados por los principales diarios del país. Las áreas temáticas más pautadas, la pluralidad de lo que es vehiculado en los cuadernos (sea como sección, área o tema), la padronización del agendamento y la cultura mediática, que forma y también es integrada por esa producción periodística, sintetizan el eje de discusiones del presente artículo.

Palabras-clave: periodismo cultural brasileño, cuadernos de cultura, periodismo.

¹ O presente texto é resultado, e um recorte bastante pontual, da tese de doutorado defendida pelo autor junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na UNISINOS/RS, em março de 2004, sob orientação do professor Dr. José Luiz Braga. E-mail: sergiogadini@yahoo.com.br.

² Jornalista, professor do curso de Jornalismo e do Programa de Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR).

Marcas e características do jornalismo cultural nos diários brasileiros³

Este texto procura sintetizar as principais características que, regra geral, marcam os cadernos culturais dos diários que integram a amostra de uma pesquisa⁴, de onde este *paper* foi extraído.

Para além de especificidades – que, de certo modo, diferenciam os cadernos entre si, caracterizando uma certa “exclusividade” ou singularidade de cada um deles – existem estruturas editoriais, que aproximam e orientam a produção cotidiana dos cadernos culturais.

Pode-se falar, assim, em “marcas” estruturais que tipificam as editoriais de cultura, independentemente da cidade, região e dos valores de noticiabilidade ou regras (manuais) de edição setorizada. Tais características instituem o modo como, atualmente, funcionam e se configuram os referidos cadernos que, em outras épocas, também já tiveram outras orientações e formatos.

Com uma média de 6 a 12 páginas diárias⁵ em formato *standard*⁶ – ou entre 12 e 16 páginas no formato tablóide –, os principais jornais impressos do país apresentam uma estrutura editorial formada basicamente por (1) matérias jornalísticas – notícia, reportagem, entrevistas diretas, além de eventuais breves notas; (2) crítica cultural, que inclui, na maioria dos casos, espaço para um articulista por edição, com texto em forma de artigo, ensaio

ou crônica, dependendo do diário; (3) coluna social; (4) serviço e roteiro, com sinopses de filmes em cartaz, endereço de salas, programação de teatro na cidade base, roteiros de museus, centros culturais, bares e demais espaços com atividades artísticas e culturais; (5) programação ou guia de TV, com destaque para filmes do dia, seriados em exibição e informações sobre atores de telenovela, geralmente nos canais da televisão aberta; e (6) variedades.

Cobertura jornalística

Com impressão em cores e em forma de caderno (editado separadamente do primeiro bloco, mantendo a histórica herança de “caderno dois”), o jornalismo cultural brasileiro veicula cerca de 50% a 70% das matérias diárias com temas que abordam assuntos locais ou regionais. São pautados eventos, lançamentos ou questões de interesse e abrangência geográfica dos referidos periódicos, seja a capital político-administrativa ou o Estado em que os mesmos circulam predominantemente.

Os principais jornais do eixo Rio de Janeiro/São Paulo⁷ veiculam um maior número do total das matérias com assuntos locais, oscilando entre 80 e 100% do material jornalístico de cada edição. O restante das matérias inclui textos traduzidos de jornais estrangeiros, matérias enviadas por assessorias e agências noticiosas⁸, diariamente publicadas pela maioria dos diários brasileiros. É pertinente

³ A discussão deste texto – aqui transformada em arquivo para publicação – foi apresentada numa comunicação individual no II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), realizado em novembro de 2004, na Universidade Federal da Bahia (UFBA), em Salvador/BA.

⁴ Os dados da pesquisa deste texto foram extraídos de uma investigação realizada em nível de doutorado do autor (junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na UNISINOS [RS]). Foram considerados no estudo-base citado aqui os jornais de maior tiragem e influência nas respectivas regiões ou estados de circulação e abrangência: *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Extra* (RJ), *O Dia* (RJ), *Diário de S. Paulo*, *AgoraSP*, *Correio Braziliense* (DF), *Estado de Minas*, *Zero Hora* (RS), *Gazeta do Povo* (PR), *A Notícia* (SC), *A Tarde* (BA), *A Crítica* (AM), *O Liberal* (PA), *Diário do Nordeste* (CE), *Jornal do Comércio* (PE), *O Popular* (GO) e *A Gazeta* (ES). Os dados foram obtidos a partir de uma análise sistemática dos referidos diários, bem como de observações e elementos empíricos do campo cultural brasileiro.

⁵ Dos 20 diários que compõem a amostra da pesquisa de onde este *paper* foi extraído, apenas três possuem caderno cultural com formato tablóide (*Zero Hora*, *Extra* e *Agora*). Os demais mantêm o formato padrão do jornal *standard*.

⁶ O formato *standard* possui em torno de 48 cm de largura por 76 cm de altura. Esse tamanho pode variar, de um diário para outro, mas, em média, gira em torno dessa referência. O formato tablóide, embora também variável, apresenta um tamanho médio de 24 cm de largura por 38 cm de altura.

⁷ Inclui o *AgoraSP*, *Diário de S. Paulo*, *Extra*, *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*.

⁸ Conforme informação verificada no levantamento, a maioria dos jornais do país assina serviços de agências noticiosas, com destaque – em nível de adesão – para a Agência Estado, seguido das agências Folha, Globo, Jornal do Brasil, Planeta Pop, TV Press, dentre outras. Das agências internacionais, os editores culturais utilizam mais freqüentemente matérias da Reuters, France Press, EFE, AP, além de textos veiculados e traduzidos dos jornais *El País*, *Le Monde*, *Daily Telegraph*, *New York Times*, dentre outros.

destacar que as matérias publicadas pelos cadernos culturais são, na grande maioria das vezes, de autoria e produção da equipe de reportagem dos respectivos jornais.

As matérias jornalísticas veiculadas, por sua vez, diferenciam-se da estrutura discursiva informativa que marca as editoriais que formam o núcleo básico do jornalismo diário contemporâneo: política, economia, esportes, polícia e cidades, dentre outras. Com uma perspectiva de informação mais assumidamente interpretativa, as matérias publicadas nos cadernos culturais se aproximam, por um lado, das reportagens de revistas semanais e, por outro, da estrutura de análise cultural (crítica), sem desconsiderar o caráter da informação – na maioria dos casos com *lead* e a preocupação com atualidade e o gancho factual informativo – nem a lógica de serviço ao usuário/consumidor.

A caracterização dos cadernos culturais feita por Elcias Lustosa indica a estrutura que, apesar das variações e mudanças de perfil registradas a partir dos anos 1980-90, ainda perpassa a apresentação dos diários brasileiros.

Os textos do segundo caderno são constituídos essencialmente de pequenas notas ou textos opinativos. Uma parcela ponderável do material publicado obedece indicações dos próprios promotores da maioria dos eventos divulgados, como os proprietários de cinemas, donos de bares e restaurantes, empresas de televisão, etc. A proposta do segundo caderno é atender às necessidades lúdicas dos leitores dos jornais e, por isso, quase sempre seus textos são leves, irônicos e destinados a envolver o leitor em um clima de bem-estar. É verdade que, com certa regularidade, alguns temas mais densos são levados ao segundo caderno, especialmente quando se vincula a sua discussão a uma obra de arte, por exemplo (Lustosa, 1996, p. 170).

Em geral, pode-se dizer que a lógica do jornalismo cultural dos diários brasileiros é perpassada pelas tradicionais características da noticiabilidade periodística cotidiana: periodicidade, atualidade, universalidade, difusão, proximidade, etc. Contudo, ao discutir o caráter da produção simbólica, considerando a própria especificidade e demanda do público-alvo, acaba por distanciar-se da lógica que – nas palavras de Elcias Lustosa (1996) – marca o núcleo básico do jornalismo diário.

O caráter de atualidade, por exemplo, pode facilmente ser encontrado numa matéria que discute uma (re)edição bibliográfica, um lançamento musical, um aniversário de escritor, artista ou cineasta, o tema de uma programação, um

debate, a entrevista de um dirigente artístico, dentre outros recursos que também são freqüentemente utilizados em outras editoriais do jornalismo diário. Se a proximidade, em certos casos, pode restringir um alcance temático de uma pauta, a perspectiva universalizante da produção cultural parece complementar e até justificar a publicação de matérias que não se limitam à factualidade cotidiana.

Crítica cultural

As críticas culturais e os textos dos articulistas – que vão da análise de filmes e peças de teatro em cartaz, lançamentos editoriais e exposições, até produções televisivas – também ocupam espaço freqüente e diário nos cadernos culturais. A maioria dos jornais veicula, diariamente, ao menos uma crítica cultural por edição, além da publicação de um texto de articulista, que funciona em sistema de rodízio, na maioria dos casos, conforme o dia da semana. Mais espaço à crítica cultural e aos articulistas é dedicado pelos jornais *Folha de S. Paulo* (em média duas críticas, além de dois articulistas), *O Estado de São Paulo* (que publica, em média, três críticas a cada edição) e *O Estado de Minas* (que publica, diariamente, duas críticas culturais e mantém dois articulistas por edição), além d'*O Globo* e do *Jornal do Brasil* que, eventualmente, publicam duas críticas culturais por edição diária.

Na maioria dos casos, são textos ensaísticos – apresentados como crítica, artigo ou análise – que oscilam entre 2 e 4 mil caracteres, com eventuais ilustrações, que amenizam a diagramação da página. Entretanto, o caráter de comentário⁹, vale dizer, parece ser o que mais se aproxima da caracterização desses textos.

Tais articulistas, entretanto, não são publicados com exclusividade pelos respectivos cadernos culturais. Os mesmos textos de Arnaldo Jabor, por exemplo, podem ser lidos, às terças-feiras, simultaneamente no Segundo Caderno d'*O Globo*, no Caderno 2/Cultura d'*O Estado de São Paulo* e no Caderno 3 do *Diário do Nordeste*, editado em Fortaleza. Da mesma forma, um texto de José Simão é publicado nas mesmas edições diárias do *Ilustrada (Folha de S. Paulo)*, do Caderno C do *Jornal do Commercio (Recife)* e no *Bem-Viver d'A Crítica (Manaus)*. Miguel Falabella, dentre outros articulistas veiculados simultaneamente em

⁹ Conforme indica Braga (2002), em texto que discute as variações e formatos discursivos da crítica cultural no jornalismo brasileiro.

vários jornais do país, publica o mesmo texto, às quintas-feira, n' *O Globo* e no *Diário de São Paulo*, ambos pertencentes ao mesmo grupo empresarial.

Em todos os casos, a lógica da crítica cultural – bastante próxima do caráter de comentário, apontado por Braga (2002) – gira em torno de uma apreciação, estética, considerando o “modo de dizer”, dos produtos e eventos culturais abordados jornalisticamente pelas matérias informativas, presentes no roteiro ou programação na forma de serviços de orientação ao leitor, dentre outras perspectivas.

A abordagem de um determinado produto ou assunto – que em outros sub-setores do mesmo caderno são tratados de modos específicos – na perspectiva de uma apreciação, “comentário” ou análise, geralmente feitas por algum profissional que, em tese, apresenta um certo conhecimento do tema pautado. Essa é a lógica (específica) – no que diz respeito à crítica – que perpassa e constitui a produção da crítica nos cadernos culturais dos diários brasileiros.

Colunismo social

Enquanto as reportagens e notícias possuem um eco interpretativo nas críticas e nos textos dos articulistas dos cadernos culturais, “ampliando” por assim dizer o espaço de uma abordagem propriamente jornalística – o que, em alguns casos, totaliza entre duas e cinco páginas de uma média de oito a 12 dos cadernos –, a coluna social¹⁰ parece manter uma tradição herdada das revistas de variedades, com pequenas notas, comentários e frases de efeito, cercando imagens do que, em geral, é apresentado como “*flashes* da vida social” das cidades-pólo da região geográfica de abrangência de edição e circulação dos diários. Imagens festivas, comemorações, lançamentos, exposições, aniversariantes, homenagens e afins... tudo parece ser (bom!) motivo para ocupar os espaços das colunas sociais diariamente mantidas pelos cadernos culturais dos jornais brasileiros.

Como lembra Elcias Lustosa (1996, p. 161), as colunas podem ser classificadas em diferentes modelos: “O

termo coluna, assim, assume um conceito algo abrangente, pois um artigo regular, no mesmo espaço de um jornal, passa a receber a denominação de coluna.” O mesmo autor lembra que, além das setorizadas, existem colunas com “informações sobre uma variada gama de temas”.

Ao discutir a estrutura do texto jornalístico, Lustosa (1996, p. 163) também apresenta algumas dicas sobre o assunto: “As próprias colunas sociais podem e devem abordar com malícia e inteligência os fatos que divulgam, mesmo tratando de informações sobre recepções, festinhas e mexericos.”

O levantamento realizado na pesquisa que serve de base ao presente texto indica que a maioria dos diários mantém – nos cadernos culturais – duas ou três colunas sociais em cada edição. Em alguns casos, existe apenas uma coluna. Excluem-se, neste caso, outras colunas também diariamente veiculadas em outros cadernos, encartes ou suplementos dos jornais. O único jornal (da amostra) em que a coluna social não está circunscrita ao caderno cultural é o *Gazeta do Povo*, editado em Curitiba, onde os colunáveis estão espalhados do primeiro ao último caderno, menos nas páginas do *Caderno G* (de cultura). Além disso, o espaço dos diários dedicado à coluna social aumenta consideravelmente nas edições dominicais, chegando até a formar suplementos exclusivos. Num espaço que vai de uma, duas, ou até mais páginas, por edição, várias colunas sociais também se tornam comuns, para não dizer as mesmas, de norte a sul do país.

Claro que nem todas as colunas sociais são iguais ou de padronização facilmente caracterizada. Em vários diários, é possível encontrar variações, com mais ou menos imagens, foto-legenda, comentários de apresentação, elogios etc. Pode-se falar, nesse sentido, numa espécie de “notismo” colunista¹¹, marcado por breves notas, poucas fotos, com similar interesse e sentido do que é, comumente, apresentado como uma vida “social”.

Roteiro, agenda e serviço

Sete dos cadernos culturais dos jornais brasileiros,

¹⁰ “A palavra coluna, como conhecemos hoje, foi utilizada desde os primórdios dos jornais. Os textos recebiam tal denominação porque ocupavam efetivamente uma coluna do jornal, geralmente sendo redigida para cobrir um espaço que ia da cabeça ao pé da página” (Lustosa, 1996, p. 163).

¹¹ Como exemplos, podem-se citar o caso da coluna “Bazar”, veiculada em *A Crítica*; o espaço de Raul Sartori em *A Notícia* (editado em Joinville); a coluna do Alex no *Jornal do Commercio* (Recife); Nemo Cavalcante veiculado no Caderno 3 do *Diário do Nordeste*; e o “Fato em Notícia” veiculado no Caderno 2 d' *A Tarde* (Salvador).

analisados neste estudo, dedicam diariamente uma página formato *standard* (ou o equivalente em espaço ao formato tablóide) ao roteiro cultural e ao cartaz de cinema da semana. Quatro cadernos dedicam duas páginas ao roteiro e serviços, três jornais ocupam um espaço variável entre duas e meia e três páginas *standard*; outros cinco diários dedicam cerca de meia página *standard*, enquanto apenas um ocupa menos de meia página *standard* com a publicação do roteiro cultural.

Os casos mais ilustrativos são do Segundo Caderno d’*O Globo*, que utiliza entre duas e duas páginas e meia de um total de oito páginas; o *Sessão* do jornal *Extra*, que ocupa seis páginas tablóide com o roteiro; e o *Correio Braziliense*, que ocupa um espaço de aproximadamente duas páginas e meia com o roteiro e os serviços de agenda cultural em sua edição diária. O *Diário de São Paulo*, o *Jornal do Brasil* e *O Dia* dedicam duas páginas dos seus respectivos cadernos de oito páginas diárias ao roteiro cultural. Com um menor espaço, apenas o caderno cultural do jornal *O Liberal* dedica menos de meia página *standard* diária para publicação do roteiro. Os demais jornais¹² ocupam entre uma e meia página *standard* com a veiculação diária do roteiro, cartaz de cinema e demais atividades culturais.

Os jornais do Rio de Janeiro e São Paulo, muito provavelmente pela maior oferta de serviços e atividades culturais locais, ocupam mais espaço dos cadernos com a programação artístico-cultural e de cinema da cidade. Aliás, a demanda por mais espaço nos cadernos culturais encontra também uma explicação histórica, como afirma Evaldo Mocarzel (2000), editor do Caderno 2, d’*O Estado de São Paulo*. Nos anos 1950, “cerca de 30 espetáculos teatrais estreavam por ano numa cidade como São Paulo. Hoje, na mesma cidade, são mais de 400 montagens”.

Além do cartaz de cinema, peças de teatro em exibição, shows, exposições artísticas, palestras, debates de interesse público e demais atividades, alguns jornais veiculam diariamente o roteiro de bibliotecas, museus e até parques de diversão, dentre outras iniciativas pertinentes ao campo cultural. Nessa perspectiva, pode-se dizer que os roteiros mais abrangentes (ou completos) são os publicados pelo *Caderno Dois* d’*A Gazeta*, do Espírito Santo e o *Magazine*, d’*O Popular*, de Goiânia. Este último é o único que veicula, além da relação e endereços dos museus e bibliotecas, os serviços e agenda dos parques e demais espaços culturais da cidade-sede e de outras cidades do

Estado. O *Caderno G* da *Gazeta do Povo*, do Paraná, e o *Segundo Caderno* d’*O Globo* também publicam serviços dos museus nos seus roteiros culturais.

Geralmente impresso em letra (corpo) menor que o tamanho médio dos textos informativos, o roteiro cultural de vários jornais também vai além da agenda de eventos na cidade-sede, abrindo espaço para os filmes em cartaz e atividades afins em outras cidades do Estado, especialmente nas cidades que integram as regiões metropolitanas de abrangência (como é o caso da maioria dos diários das capitais). Alguns jornais ainda publicam, diariamente, o roteiro e cine-cartaz das principais cidades do estado de origem, confirmando o caráter de abrangência e circulação estadual que postulam. Outros, contudo, restringem-se ao roteiro do que acontece na cidade-sede da redação.

Nos fins de semana, alguns cadernos dedicam mais espaço ao roteiro cultural. Nos outros dias, em muitos casos na segunda-feira, os cadernos culturais saem com um menor número de páginas e, por consequência, com um roteiro restrito aos principais serviços de agenda, com destaque para o cinema.

Outro aspecto pertinente é o meio rádio como notícia nos cadernos culturais. Diferentemente da informação e serviço que caracterizavam as páginas de inúmeros suplementos culturais de diários entre os anos 1950/60, atualmente poucos jornais brasileiros tematizam o rádio em seus cadernos. De forma sistemática, apenas os jornais “populares” possuem seções que informam sobre a programação radiofônica.

Em vários casos, apresentado como um serviço ou subseção dos cadernos, dentre os jornais analisados, são os seguintes os que tematizam o rádio: o caderno *Show do AgoraSP* dedica uma página tablóide diária ao meio rádio – geralmente por meio da divulgação do índice do *dial* (frequência), do ranking de audiência das principais emissoras paulistas, dentre outras matérias, como o destaque de determinados programas ou apresentadores –; o *Diário de São Paulo* veicula a seção “Nas ondas do rádio”; o jornal *Extra* com a seção “Rádio”; e *O Dia*, onde a programação de algumas emissoras integra o roteiro.

Em geral, a perspectiva de serviço constitui a lógica dominante da seção de roteiro cultural (guia ou programação cultural) diariamente veiculada pela editoria de cultura dos jornais brasileiros. O próprio nome da seção – que, de um

¹² O Caderno 3, do *Diário do Nordeste* (editado em Fortaleza), não veicula o roteiro e a programação televisiva. O caderno “Zoeira”, em formato tablóide, que circula diariamente no *DN*, é que traz o roteiro cultural e a programação de TV. A edição diária do caderno *Ilustrada* (*Folha de S. Paulo*) também não veicula diariamente o roteiro cultural. Em sua edição de sexta-feira, o jornal (FSP) circula com o “Guia da Folha”, que cobre a agenda de uma semana.

jornal para outro, varia de roteiro, guia, acontece, divirta-se, agenda, em cartaz, programa, show, viver/lazer, dentre outras denominações – já indica essa perspectiva.

Programação televisiva nos cadernos culturais

Uma página *standard* ou o equivalente a duas páginas no formato tablóide dedicadas à publicação da grade de programação televisiva diária. Este é o espaço aproximado que os cadernos culturais dos diários brasileiros dedicam para temas televisivos¹³. Em alguns casos, este espaço inclui a programação das principais emissoras de TV fechada (cabo e/ou por assinatura). Impressa em letra (corpo) menor que as matérias de texto veiculadas, a seção “TV” (em alguns jornais denominada televisão, tevê, telemania, na telinha, programa, hoje na TV, guia de TV, teleprograma, dentre outras variações afins) também é destaque dentre a programação cultural do dia: geralmente formado por um breve texto, foto de divulgação de filme ou seriado, acompanhado de legenda e o serviço de informação (emissora, canal, horário, direção, etc.).

Em vários diários, a programação das telenovelas recebe tratamento diferenciado, com edição de imagens de atores/atrizes, seguidas de legendas. As imagens editadas, na grande maioria das vezes, são de autoria da divulgação do programa ou provenientes de assessorias de imprensa. Os destaques de programação seguem a lógica de estrelas artísticas ou televisivas que, também em outros espaços midiáticos, atraem audiência e um possível interesse dos leitores, ouvintes ou telespectadores.

A lógica (própria) da seção televisiva nos cadernos culturais é, preponderantemente, a divulgação da grade de programação das TVs abertas (e, em alguns casos, também da TV fechada), chamando o leitor para o que os editores consideram “destaques” da programação do dia. Também impresso em corpo (letra) menor que a média dos textos veiculados, a seção TV vem ao encontro de uma demanda forjada pela presença acentuada que a televisão possui no cotidiano dos leitores, ouvintes ou telespectadores na

sociedade contemporânea. Ao mesmo tempo em que opera como um serviço – via divulgação do que será ou está sendo transmitido pelas redes televisivas ao longo do dia – os cadernos culturais integram assim o que se poderia definir como o circuito midiático-cultural da contemporaneidade, onde a televisão ocupa um papel de destaque.

Obviamente, essa mesma seção televisiva dos cadernos pode vir acompanhada de críticas e análise de programas em exibição – como ocorre em alguns casos, mesmo que não diariamente –, seja pela veiculação de apreciações de filmes, atuações artísticas em filmes, seriados ou telenovelas, além de eventuais debates em torno de temáticas de programas.

Ao mesmo tempo, a publicação do resumo do capítulo de novelas e sinopse de filmes, entre outras breves notas sobre programação da TV, na seção ou página televisiva que integra os cadernos culturais, parece atender a demanda de informação do público brasileiro, em tese, bastante ligado ao que acontece e é programado pela televisão, quando, na verdade, não deixa também de forjar e alimentar uma expectativa de consumo, a qual os jornais impressos, por sua vez, integram e tampouco poderiam simplesmente ignorar.

Esse contexto indica uma lógica editorial e, pois, discursiva em que os cadernos culturais se torna(ram) também televisivos, em especial e de modo crescente ao longo das últimas três ou quatro décadas. Assim, ao mesmo tempo em que mantêm (reforçam ou tensionam, dependendo também dos modos como isso se apresenta) a relação televisiva que boa parte dos leitores possuem, os cadernos culturais operam numa lógica marcada por um “mix” de informação, serviço, guia e roteiro, onde aquilo que acontece nos outros principais espaços de produção simbólica também não pode(ria) ser ignorado.

É oportuno considerar que a constante presença de pautas televisivas nos cadernos culturais está associada ainda a outro fator de mercado: vários dos principais diários do país integram grupos empresariais de comunicação que, por sua vez, incluem redes ou emissoras de televisão. Ocorre, assim, um agendamento recíproco, ou interagendamento, no qual os programas televisivos têm destaque nas páginas dos jornais, que também são objetos de anúncio, referência ou mesmo fonte em programas de notícias e variedades das respectivas emissoras de TV; sobretudo no sistema aberto de transmissão.

¹³ Conforme análise realizada, 14 dos 20 diários da amostra deste estudo dedicam uma página *standard* (ou o equivalente, duas no formato tablóide) à programação televisiva (grade com destaques da edição). Os demais cadernos dos jornais analisados dedicam cerca de meia página *standard* ou, em um ou dois casos, até mesmo um espaço pouco superior a uma página *standard* à grade e programa diário de TV.

Espaço e lógica das variedades

Horóscopo, palavras cruzadas, jogo dos sete (ou oito) erros e algumas tiras (entre quatro e oito, variável de um jornal para outro). Em alguns cadernos, também são publicadas outras modalidades de entretenimento e atividades afins, como numerologia, tarô, búzios, o anjo do dia, além de piadas, jogos e outras modalidades de diversão ou lazer que formam o espaço das variedades dos cadernos culturais dos diários brasileiros. A fonte do horóscopo diariamente veiculado pelos jornais não possui padronizações significativas. As previsões (do zodíaco) provêm de autores diferentes, em alguns casos, exclusivo para certos diários.

Na maioria dos jornais, as variedades não chegam a ocupar muito espaço (entre 10 e 15% do total disponível) mas, ao que tudo indica, mantêm uma tradição do jornalismo brasileiro que, herdado das revistas, hoje ocupa as páginas dos diários, como forma de manter o interesse de um determinado segmento de leitores do periódico, seguindo uma perspectiva de oferta de entretenimento ao leitor.

Considerando o que foi apurado no presente estudo, não parece haver, entretanto, qualquer pesquisa de mercado ou mesmo sondagem que possa justificar ou explicar essa tradição que, hoje, integra o jornalismo cultural dos jornais do país. Ao que tudo indica, trabalha-se muito mais em torno de uma imagem de expectativa do que, propriamente, a partir de uma demanda de mercado ou mesmo com base em valores forjados e mantidos pelos respectivos leitores.

Outra subseção integrante das variedades nos cadernos culturais – as tiras¹⁴ de histórias em quadrinhos – está presente na grande maioria dos jornais brasileiros. *Hagar* de Dik Browne; *Chiclete com Banana* de Angeli; *Níquel Náusea* de Fernando Gonsales; *Recruta Zero* de Mort Walker; *Garfield* de Jim Davis; e *Turma da Mônica* de Maurício de Souza são algumas das tiras mais encontradas

nos cadernos. Os jornais *Extra*, *Diário de São Paulo* e *O Liberal*, entretanto, não veiculam tiras em seus respectivos cadernos de cultura. A maioria dos cadernos veicula, diariamente, entre três e seis tiras de diferentes autores.

Há que se observar, entretanto, na ampla diversidade de tiras publicadas, que existem poucas personagens¹⁵ ou figuras culturalmente representativas das respectivas regiões onde a grande maioria dos jornais é editada. Observa-se uma certa padronização de mesmas personagens de histórias em quadrinhos, publicadas de Norte a Sul do país, a maioria das quais, diga-se de passagem, produzidas por artistas de abrangência nacional ou internacional, como se pode verificar na procedência das tiras acima citadas.

Por fim, pode-se dizer que a maioria dos cadernos culturais dos jornais diários brasileiros utiliza quase 50% do seu espaço total (teoricamente aproveitável) com a publicação do roteiro, a programação televisiva e as colunas sociais. Essa média é ainda maior nos jornais conhecidos como populares ou que assumem estar mais voltados às classes C e D¹⁶.

Se as variedades forem incluídas nesse cálculo, estima-se que o percentual do caderno ocupado com essas seções passa para 60% do espaço existente. Restaria, portanto, cerca de 40% para a publicação de matérias jornalísticas e críticas culturais. O espaço publicitário nos cadernos culturais, ocupado geralmente por anúncios de filmes, livros editados, teatro em cartaz, entre outros produtos e serviços menos freqüentes, demanda um maior número de páginas especialmente nas edições de sexta-feira – quando ocorrem as trocas de cartaz de cinema, shows e estréias de peças de teatro – bem como nas edições de sábados e domingos.

Nos outros dias da semana, a média de anúncio publicitário é relativamente pequena, garantindo aos editores um maior espaço para publicação de matérias jornalísticas, eventuais reportagens, entrevistas diretas ou críticas culturais. Esse espaço, na maioria dos dias da semana, pode ser estimado em torno de 30% do total do caderno.

¹⁴ Conforme Elcias Lustosa (1996, p. 169), “uma das seções mais expressivas do segundo caderno, por muitos anos, foram as tiras de quadrinhos, responsáveis por parcela ponderável do sucesso dos chamados jornais populares – de um *cent* – que surgiram e tiveram excepcional sucesso no final do século passado (XIX), nos Estados Unidos”.

¹⁵ Raras exceções podem ser situadas nessa perspectiva: *Hans & Klaus*, de Poerner, veiculado em *A Notícia*; *Rollmops & Ketchup*, de Pancho, e *Salmonellas*, de Bennet Alberto, ambas publicadas na *Gazeta do Povo*; *Xaxado*, veiculado em *A Tarde*, e *Radici*, de Iotti, veiculado em *Zero Hora*, são as únicas a apresentar eventuais aspectos que se aproximam do que se poderia entender por características das culturas regionais, seja por expressões, temática, interesse ou olhar afim, algumas vezes voltados ao cotidiano, situação política ou história das cidades onde os referidos jornais são editados.

¹⁶ A pesquisa apurou que a grande maioria dos diários de maior tiragem, circulação e influência no mercado jornalístico e profissional da área dizem – assumidamente – estar voltados ou possuir, entre seus leitores, a maioria integrante das classes A, B e, em alguns casos, C.

Considerações finais

É pertinente considerar que essas estruturas (principais) dos cadernos culturais não podem ser compreendidas de modo estanque ou isolado, separado por linhas fixas, ou como supostas distâncias prévias. Basta lembrar o modo como a leitura de um jornal “desloca” – numa espécie de deslizamento por entre páginas, assuntos e seções que, necessariamente, se relacionam entre si – e sugere conexões no interior do produto, passando de uma página a outra, de um caderno a outro, de uma seção a outra, de cima para baixo da página, e assim por diante, sempre considerando os valores predominantes que integram o universo simbólico do usuário ou leitor deste mesmo produto cultural (jornal diário impresso).

Uma linha – nem sempre explícita ou racionalmente lógica – também relaciona frequentemente as matérias apresentadas com a programação cultural veiculada; sugere atividades de lazer por meio de notas em colunas sociais, que também integram o roteiro do dia; sinaliza para um programa de TV que, por sua vez, é destacado com imagem no meio da página; além das eventuais suítes (seqüências de matérias) que ganham desdobramentos em críticas e análises de filmes que entram em cartaz, sugerindo opções de lazer, consumo e cultura ao leitor do jornal.

Esse interagendamento não está dissociado do que acontece nos demais meios de comunicação, bem como nos espaços culturais da cidade, que ganha reciprocidade e, ao mesmo tempo, legítima a existência (social) dos cadernos.

Enfim, vale destacar que as observações aqui apresentadas centram-se fundamentalmente no que seriam grandes estruturas dos cadernos culturais dos diários brasileiros. Não se pode esquecer que, para além destas características apresentadas como mais frequentes e importantes na formatação dos cadernos, outros aspectos

(com maior ou menor frequência) também estão presentes nas páginas da editoria de cultura, que aqui é considerada pela sua importância e presença no complexo e não menos polêmico campo cultural brasileiro contemporâneo.

Não é preocupação central, deste breve texto¹⁷, problematizar os conteúdos que integram e constituem cotidianamente tais publicações e tampouco os demais fatores que instituem as marcas editoriais do jornalismo cultural brasileiro contemporâneo, seja as estratégias de produção comercial, o agendamento temático, as rotinas produtivas ou mesmo as orientações e preocupações profissionais da área. Fatores esses que também devem ser considerados em qualquer discussão sobre o assunto.

Referências

- BRAGA, J.L. 2002. *Investigação sobre as lógicas do comentário social crítico*. São Leopoldo, Unisinos. Cópia xerográfica.
- GADINI, S.L. 2003. Tematização e agendamento cultural nas páginas dos diários portugueses. In: Biblioteca on line de Ciências da Comunicação (BOCC). Acessado em: 05/02/2003, disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gadini-sergio-jornalismo-cultural-diarios-portugueses.pdf>.
- LUSTOSA, E. 1996. *O texto da notícia*. Brasília, Editora da UnB, 192 p.
- MOCARZEL, E. 2000. Arte banalizada? A razão cínica e o futuro dos cadernos de cultura. In: Seminário de Jornalismo e Comunicação do Banco do Brasil, 6. Rio de Janeiro, 2000, Labjor. Sessão sobre Jornalismo Cultural. Acessado em: 31/01/2003, disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/atualiza/artigos/jd080120011.htm>.

Submetido em: 14/09/2006

Aceito em: 22/09/2006

¹⁷ Em especial pelo pouco espaço para discutir o assunto e também considerando que este tópico é parte de um capítulo de uma pesquisa bem mais abrangente sobre o jornalismo cultural brasileiro; deste modo, outras questões podem ser discutidas oportunamente.