



## Veredas atemática Volume 18 nº 2 – 2014

---

### “Folha, o jornal do futuro”: *ethos* e cenografia na análise de um documentário

Marília Giselda Rodrigues (UNIFRAN)

RESUMO: Este artigo<sup>1</sup> apresenta uma análise do documentário “Folha, o jornal do futuro”, parte de um *corpus* mais amplo de pesquisa que objetivou estudar as práticas discursivas do jornalismo contemporâneo. A análise do filme – texto que integra o verbal e o não-verbal – se faz a partir dos pressupostos da Análise de Discurso de linha francesa, utilizando sobretudo os conceitos de *ethos* e *cenografia* (MAINGUENEAU, 2005; 2008). O filme faz desfilar vários locutores, cujas opiniões nem sempre coincidem, mas constrói um *ethos* que pode ser atribuído a um *metaenunciador* (MAINGUENEAU, 2008), o próprio jornal.

Palavras-chave: análise do discurso; jornalismo; *ethos*; cenografia.

### Introdução

O jornalismo, no Brasil e no mundo, vive um momento de profundas transformações, difíceis de serem apreendidas, uma vez que se encontram ainda em curso. O fenômeno denominado convergência das mídias, propiciado pelas novas tecnologias de comunicação e informação, tem colocado novas questões para o exercício das funções na redação e também para os estudos no campo da Linguagem e da Comunicação que se preocupam com a

---

<sup>1</sup> Uma versão preliminar deste artigo, ainda na fase inicial da pesquisa que lhe deu origem, foi apresentada em comunicação oral intitulada “*Ethos* e incorporação na análise de um documentário” no II Fórum Internacional de Análise do Discurso, realizado em setembro de 2010, na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

circulação dos discursos e dos sentidos. Não se pode mais, por exemplo, dizer que um jornalista trabalha para o jornal impresso, pois, quase sempre, um mesmo conteúdo apurado por um repórter envolve produção de material para publicação no jornal impresso e para o jornal *online*, que usa tanto textos escritos como produção em áudio e vídeo, e pode acontecer também de a matéria que fez ser editada para um programa de televisão produzido pela mesma empresa, para uma revista semanal, enfim, para uma multiplicidade de plataformas, de suportes diversos.

As tecnologias mais recentes, sempre mais visíveis, podem nos cegar para a presença de formas antigas ainda atuantes. Esse é o caso do jornalismo tradicional, que engloba, por exemplo, os jornais de papel, os telejornais e outros programas jornalísticos televisivos, frente ao fenômeno cada vez mais presente do consumo de notícias nos *sites*, *blogs*, redes sociais e outras mídias, por meio das quais, pelo menos em tese, qualquer um pode ser produtor e consumidor de notícias, sem que seja necessária a atuação daqueles que, ao longo dos tempos, têm sido os produtores usuais de noticiário, os jornalistas.

Conforme McLuhan (2002), cujas reflexões têm se mostrado bastante proficuas para os estudos atuais no campo da Comunicação, os meios de comunicação, cada vez mais sofisticados em termos de tecnologia, moldam a organização social uma vez que participam da estruturação das relações de espaço e de tempo que interferem na maneira como se organizam os modos de pensar e a própria inteligência humana – novos modos de percepção, novos modelos cognitivos, novos modos de ação e novos modelos socioculturais se delineiam.

Para a Análise do Discurso de linha francesa (AD), teoria que embasa nossa pesquisa, o suporte não pode nunca ser tomado como simples suporte, mas como parte das condições de produção do discurso e, juntamente com os modos de circulação dos textos, podem e devem ser investigados.

Esse contexto levou-nos a realizar uma pesquisa<sup>2</sup> com o objetivo de conhecer práticas discursivas de uma comunidade de jornalistas, nesse momento de acentuadas transformações na profissão. Para sua realização, baseamo-nos no tratamento dos discursos a partir de uma *semântica global* (MAINGUENEAU, 2007), que pressupõe que as mesmas determinações de uma dada formação discursiva, suas restrições semânticas, se estendem simultaneamente sobre o conjunto dos planos discursivos e sobre todos os domínios da discursividade, não somente o enunciado, mas também a enunciação, e mesmo, além dela, as instituições, os modos de organização dos homens, submetidos todos ao mesmo processo de estruturação.

Reunimos então um *corpus* que combinou anotações de 22 horas de observação do trabalho e de verbalizações de jornalistas sobre o trabalho na editoria de *Cotidiano* do jornal *Folha de S. Paulo*, em visitas realizadas entre os anos de 2010 e 2012; textos publicados em edição correspondente a um dia de trabalho observado; e, ainda, textos publicados por ocasião de reforma gráfica e editorial em 2010. Neste artigo, trazemos para discussão a análise de um dos recortes desse *corpus*: por ocasião do lançamento do novo projeto, a *Folha* publicou um texto por meio do qual anunciava um “documentário” dos “bastidores” de reforma arquitetônica pela qual passara a sede da empresa, envolvendo a união das redações do jornal impresso e do *online*, além de reforma gráfica e editorial dos jornais *Folha de S. Paulo* e

---

<sup>2</sup> A pesquisa foi realizada para a tese de doutorado defendida em 2013 no LAEL-PUCSP, sob orientação da Profa. Dra. M. Cecília P. de Souza-e-Silva, com bolsa do CNPq (Processo 140058/2010-9).

*Folha.com*. O texto<sup>3</sup> traz depoimento do jovem cineasta Fernando Grostein Andrade, contratado para realizar o filme, que diz ter procurado um meio de expor o jornal em sua nudez, e que o jeito de fazer isso foi mostrando como “as opiniões divergentes, mesmo as críticas negativas mais contundentes, são aceitas pela *Folha de S. Paulo*”. O que seria, em suma, uma prova de que a *Folha* é, de fato, pluralista tal como se proclama.

A análise desse filme, organizada em torno da questão do *ethos* (Cf. MAINGUENEAU, 2005), mas também articulando outros conceitos e dimensões do discurso, revelou certa complexidade. Primeiramente, trata-se de um sistema semiótico que articula o verbal (as falas de diversos locutores, as legendas que acompanham algumas cenas etc) e o não verbal (as imagens, a música, os sons incidentais etc), mas que não se faz apenas na simples junção desses elementos. Há o roteiro, os personagens, os enquadramentos, os planos, a luz, a meticulosa seleção e organização do material, a que corresponde o que costumamos chamar de edição. Conforme declarado na apresentação do filme ao público, ele teria sido concebido como um documentário, gênero não ficcional, que pressupõe um compromisso com os fatos e um retrato da realidade. Retrato que é feito, entretanto, a partir de um ponto de vista dentre outros, e que corresponde, geralmente, ao ponto de vista de um diretor. Temos aí, portanto, um dispositivo enunciativo-discursivo, em que alguém diz alguma coisa a outrem visando a sua adesão, e o modo de dizê-lo, articulando todos esses elementos que compõem o filme, dá corpo a um fiador, um *ethos*, que deverá ser incorporado pelo coenunciador. Pergunta-se, então, qual o *ethos* que se constrói nesse enunciado?

A análise permitiu depreender algumas restrições semânticas que permeiam o discurso do jornalismo na atualidade, e confirmou a hipótese principal da pesquisa, de que, comparado ao jornalismo tradicional, o novo jornalismo que emerge é menos comprometido com responsabilidade social e mais envolvido com entretenimento.

## 1. O discurso como prática discursiva

Retomando o termo *prática discursiva*, proposto por Michel Foucault, Maingueneau (1989; 2007) propõe aprofundar a articulação entre discurso e condições de produção, para designar a reversibilidade essencial entre as duas faces do discurso, social e textual, quando se trata de apreender um discurso como inseparável das *comunidades discursivas* que o produzem e o difundem, sendo também, tais comunidades, ao mesmo tempo produzidas por esses discursos. Assim, o conceito integra conteúdos, modos de organização dos homens e redes específicas de circulação dos enunciados produzidos.

O conceito de *comunidade discursiva* designa os grupos que existem somente na e pela enunciação de textos que eles produzem e fazem circular. Há a imbricação de uma certa configuração textual e do modo de existência de um conjunto definido de indivíduos. Nessa perspectiva, dirá o autor que “todo estudo de enunciados que se interroga sobre seu modo de emergência, de circulação e de consumo, sem considerar o funcionamento dos grupos que os produzem e administram, só pode ser redutor” (MAINGUENEAU, 2008, p. 143).

Por meio da noção de condições de produção se designa geralmente o “contexto social” que envolve um *corpus*, considerando desde sempre, em AD, que a situação

---

<sup>3</sup> O texto e o filme encontram-se disponíveis em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/videocasts/739063-documentario-revela-bastidores-das-mudancas-na-folha.shtml>. Último acesso em 16.fev.2014.

extraverbal nunca é apenas causa exterior dos enunciados, que não age do exterior como força mecânica, mas que age como constituinte necessário à estrutura semântica dos enunciados. Pode-se então contestar as concepções que opõem ao interior do texto o exterior das condições de produção que o tornam possível.

Para a pergunta sobre em que condições um discurso é possível, dirá que não é suficiente lembrar a existência de um conflito social, de uma língua, de ritos e lugares institucionais de enunciação, mas “[...] é preciso lembrar que o próprio espaço de enunciação [...] supõe a presença de um grupo específico sociologicamente caracterizável, o qual não é um agrupamento fortuito de ‘porta-vozes’” (MAINGUENEAU, 1989, p. 54). E, ainda:

Não basta dizer que “entre” as informações brutas e os jornais existe o mundo da imprensa, “entre” os escritores e os textos literários, as instituições literárias, “entre” os cidadãos e os enunciados políticos, os meios políticos, e assim por diante. De fato, não dispõem inicialmente, das informações, dos escritores ou dos cidadãos; a seguir, das instituições mediadoras e, por fim, dos enunciados em circulação, mas tudo emerge ao mesmo tempo. A instituição “mediadora” não é secundária em relação a uma “realidade” que ela se contentaria em formular de acordo com certos códigos. [...] É preciso, de uma maneira ou de outra, considerar o modo de existência destes grupos que negam constantemente sua importância, ao se considerarem transparentes: fiéis zelosos, simples técnicos, representantes dos trabalhadores, consumidores etc., sempre se apresentam como portadores de mensagens (MAINGUENEAU, 1989, p. 54).

As mensagens das diversas comunidades discursivas são sempre compatíveis com os modos de existência das comunidades, e estão, portanto, sujeitas às mesmas coerções sociais e históricas.

### 1.1 Lugar de enunciação e cena enunciativa

Buscando os pontos de aproximações e rupturas da AD com as correntes pragmáticas, em *Novas tendências em análise do discurso* (1997), Maingueneau tece a seguinte afirmação:

Em geral, e isto desde seu início, a AD prefere formular as instâncias da enunciação em termos de “lugares”, visando a enfatizar a preeminência e a preexistência da topografia social sobre falantes que aí vêm se inscrever [...] Trata-se, segundo o preceito de M. Foucault, de “determinar qual é a posição que pode e deve ocupar cada indivíduo para dela ser o sujeito” [...] essa instância de subjetividade enunciativa possui duas faces: por um lado, ela constitui o sujeito em sujeito de seu discurso. Por outro, ela o assujeita [...] submete o enunciador a suas regras (MAINGUENEAU, 1997, p. 33).

Propõe, então, “rearticular o discurso sobre a suposta cena de sua enunciação e, além disso, aprofundar o caráter institucional da atividade discursiva” (MAINGUENEAU, 1997, p. 21). Assim, trabalha com os conceitos de cena enunciativa e cenografia do discurso. A partir do pressuposto de que um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por

um discurso em que a fala é encenada, se constrói a noção de cenas de enunciação. Tal cena se desdobra em cena englobante – que diz respeito ao tipo de discurso (tipo tem a ver com funcionamento, com função social; por exemplo, o discurso publicitário, que visa levar ao consumo) e cena genérica, mais diretamente ligada à questão do gênero do discurso (por exemplo, um panfleto é diferente de uma embalagem de produto).

Ambas as cenas – englobante e genérica – definem o quadro cênico em que um discurso pode se inscrever para produzir sentido (o tipo e o gênero do discurso, que são mais ou menos estáveis). São, portanto, formas dadas historicamente e socialmente, no tempo e no espaço. O tipo de discurso está relacionado ao seu modo de funcionamento social, por exemplo, quando recebemos um panfleto na rua, devemos ser capazes de determinar a que tipo de discurso pertence para que possamos interpretá-lo. Temos antes que definir se é um discurso religioso, político ou publicitário, por exemplo. De modo que a noção está relacionada àquela de campo discursivo. Esses diferentes tipos de discurso só fazem sentido em determinada época e cultura.

Quanto ao gênero do discurso, Maingueneau assim se refere:

Os enunciados dependentes da AD se apresentam, com efeito, não apenas como fragmentos de língua natural desta ou daquela formação discursiva, mas também como amostras de um certo gênero de discurso. [...] cada gênero presume um contrato específico pelo ritual que define (MAINGUENEAU, 1997, p.34).

O gênero é definidor dos papéis, como lugares sociais de produção de enunciados, atribuídos por cada discurso para que os sentidos se construam. Por exemplo, numa aula, estão definidos os lugares do professor que se dirige aos alunos.

Cena englobante e cena genérica, como constituintes do quadro cênico relativamente mais estável, se distinguem da *cenografia*, em que um discurso constitui sua própria cena de enunciação: “todo discurso, por sua manifestação mesma, pretende convencer instituindo a cena de enunciação que o legitima” e, por isso a cenografia implica um processo paradoxal “uma vez que é ao mesmo tempo fonte do discurso e aquilo que ele engendra” (MAINGUENEAU, 2001, p. 87).

Uma cenografia pode apoiar-se em cenas de fala já instaladas na memória coletiva, que se inscrevem positivamente ou negativamente num determinado grupo. Analisando uma carta de François Mitterrand por ocasião da campanha presidencial de 1988, intitulada “Carta a todos os franceses”, que foi publicada na imprensa e enviada pelo correio a um certo número de eleitores, Maingueneau conclui que a cena englobante é a do discurso político; a cena genérica é a dos programas de governo e outras publicações por meio das quais um candidato apresenta suas propostas aos eleitores; e a cenografia é a da correspondência particular, que pressupõe contrato entre pessoas que mantêm relações pessoais.

O autor destaca as marcas linguísticas e também aspectos não-verbais, na superfície textual, que levam a essa leitura: vocativo e assinatura manuscritos, margem esquerda como nos cadernos escolares, que levam a uma encenação do gênero epistolar. Desse modo, o leitor da tal carta recebe ao mesmo tempo amostra de discurso político, programa eleitoral e carta pessoal, e a enunciação não apenas expressa ideias, mas constrói e legitima o próprio quadro da enunciação.

Os gêneros de discurso também só podem ser entendidos, segundo Maingueneau, na maneira como o discurso se relaciona com a cena de sua enunciação, a cenografia, com o *ethos* do enunciador e com as formas ritualizadas que o organizam, classificam e impõem a sua ordem.

Assim, vemos se entrelaçaram no quadro cênico, os lugares que o sujeito pode e deve ocupar para ser sujeito de sua enunciação, e os modos mais ou menos estáveis, mas sempre também históricos, ritualizados, como a enunciação se realiza (os gêneros), categorias que reenviam para a noção de campo, posto que tais formas de ocupar um lugar e dele enunciar variam de um campo para outro e, simultaneamente, ajudam também a delimitá-los, organizando um pouco o vasto universo discursivo.

## 1.2 Do *ethos* retórico ao *ethos* discursivo

Na Retórica, a prova pelo *ethos*, parte da *techné* que o orador deve mobilizar, consiste em causar boa impressão mediante a forma com que se constrói o discurso, em dar uma imagem de si capaz de ganhar a confiança do auditório e alcançar a persuasão. Assim, o *ethos* está ligado à enunciação em si mesma, e não a um saber extradiscursivo sobre o locutor. Em outras palavras, o *ethos* é distinto dos atributos reais de um locutor de carne e ossos. Maingueneau (1997; 2005; 2008) amplia essa noção em um quadro da Análise do Discurso para uma concepção mais “encarnada” do *ethos*, que recobre não apenas a dimensão verbal, mas também características físicas (corporalidade) e psíquicas (caráter) associadas ao fiador, sempre com base em estereótipos, representações sociais coletivas, que a enunciação pode reforçar ou transformar.

O modo como a AD trabalha a noção de *ethos* se distingue daquela da Retórica, sobretudo no que diz respeito à enunciação. A noção tal qual originalmente formulada na retórica aristotélica coloca o *ethos* como uma escolha do enunciador, à maneira “psicologizante” e “voluntarista” de um autor dono de seu dizer, que elaboraria a sua escolha em função dos efeitos que pretende produzir sobre seu auditório. Do ponto de vista da AD, diz Maingueneau (1997, p. 45), “esses efeitos são impostos não pelo enunciador, mas pela formação discursiva”.

Dessa forma, a questão da adesão é também um reflexo do processo mais geral da adesão de sujeitos a uma posição discursiva (MAINGUENEAU, 2005, p. 69). A *incorporação* – maneira pela qual o leitor se apropria do *ethos* – ultrapassa a simples identificação a um fiador, implicando o acesso do leitor a um “mundo ético”, que está impregnado no fiador, e ao qual ele dá acesso ao leitor por meio da enunciação. Assim, mesmo quando o fiador de um texto não é explicitado, quando há o apagamento do enunciador, o texto o mostra por meio de sua maneira de dizer, inserindo o leitor num mundo instaurado pela cena de enunciação, por uma cenografia, cena construída no e pelo discurso, também com a invocação de cenas validadas, já aceitas e instaladas na memória coletiva. A adesão aos discursos se dá então por um processo que envolve a cena de enunciação, da qual o *ethos* participa, e o conteúdo apresentado.

Se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, diz Maingueneau (2005, p. 71), não se pode ignorar, entretanto, que o leitor constrói representações do enunciador antes mesmo que ele fale. A essas representações prévias, costuma-se chamar *ethos* pré-discursivo. Ainda que o leitor nada saiba sobre o enunciador, o simples fato de que um texto pertence a

um gênero do discurso ou a um posicionamento ideológico, ou mesmo ao quadro de uma instituição, induz expectativas em termos de *ethos*.

É importante ressaltar que não se trata de considerar essa voz como um “sopro iniciador relacionado à intenção de uma consciência”, mas do tom específico que constitui uma vocalidade que é parte da identidade de um posicionamento discursivo. Pode-se entender, portanto, essa “voz” como uma maneira de dizer que remete a uma maneira de ser.

Relacionando o conceito de *ethos* ao de cenografia, é possível entrever um percurso de leitura dos sentidos nos textos, considerando que

o leitor reconstrói a cenografia de um discurso com o auxílio de indícios diversificados, cuja descoberta se apoia no conhecimento do gênero do discurso, na consideração dos níveis da língua, do ritmo etc., ou mesmo em conteúdos explícitos. Em uma cenografia [...] a figura do enunciador, o fiador, e a figura correlativa do coenunciador são associadas a uma cronografia (um momento) e a uma topografia (um lugar) das quais supostamente o discurso surge (MAINGUENEAU, 2005, p. 77).

Deve-se ainda discernir o *ethos* dito – caracterizado pela referência direta ao enunciador (“eu sou um homem simples”, por exemplo) e/ou pela citação de cenas validadas em cada cultura –, do *ethos* mostrado, aquele que decorre não do que o enunciador diz de si mesmo, mas daquilo que emana da forma de seu discurso, seu “tom”, entendendo ainda que todas essas representações se tecem nos estereótipos próprios de cada cultura, em cada época.

## 2. O jornal entre a tradição e a novidade

Logo na abertura do filme realizado pela *Folha de São Paulo* para a divulgação de uma nova etapa na produção dos jornais impresso e *online*, a primeira imagem que vemos, imediatamente após a logomarca da produtora Spray Filmes e bem antes do crédito do diretor, é um enunciado verbal, em letras brancas sobre fundo negro, sem marca de subjetividade enunciativa, e que assume, portanto, caráter de universalidade: “Enquanto se discutia o futuro do jornal, a Folha fez o jornal do futuro” (ver Figura 1 a seguir):

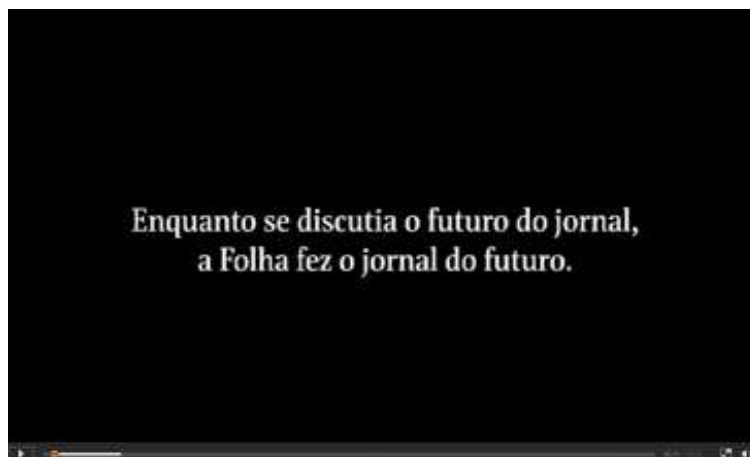


Figura 1: *print screen* da tela de abertura do filme “Folha, o jornal do futuro”. Fonte: FOLHA, 2010.

A oração principal, uma assertiva, está colocada após a adverbial temporal, alçada ao lugar de tópico, antes da oração principal, indicando a importância do contexto em que se dá a reforma no jornal. A ideia é de que há antecipação da *Folha*, e também o seu afastamento em relação aos demais jornais e mesmo ao conjunto do jornalismo praticado no momento em que surge o novo jornal. A *Folha* é aquela que sai na frente, faz o seu futuro e o do jornalismo, enquanto o jornalismo tradicional ainda discute sua sobrevivência. Há nesse enunciado um tom de superioridade, uma esperteza; é possível recuperar, no intertexto, o dito popular “enquanto uns vêm com o amendoim, eu estou voltando com a paçoca”.

Esse efeito de sentido de antecipação, de pioneirismo, retoma um dado da memória discursiva do campo, compartilhado por jornalistas na redação, por críticos de mídia e professores de cursos de jornalismo, e mesmo por historiadores do jornalismo no Brasil: a *Folha* é quem lidera as grandes mudanças no jornalismo impresso do país, ocupando sempre o lugar de modelo a ser seguido.

No tempo que decorre para que os caracteres componham na tela esse primeiro enunciado, começa um som incidental, quase um chiado, tipicamente urbano, imediatamente relacionado à correria da grande cidade, o centro com seus prédios imóveis, os carros tráfegando rápidos nas muitas ruas, pontes e avenidas, o ritmo pulsante e veloz da metrópole e suas máquinas. Mas há também o canto vivo, confortador dos pássaros. Novamente o verbal, escrito, apresenta: “o jornal do futuro”. Será ele capaz de conciliar a máquina e a natureza, a tradição e a novidade, as contradições da pós-modernidade?

Nas primeiras sequências do filme somos apresentados à sede da empresa, sede do jornal também, que abriga a redação – “o prédio velho da Folha”. Quem nos fala agora, com orgulho e respeito à “tradição e história” de um jornal de 90 anos, mas também destacando o edifício “inquieta, moderno, nervoso”, é o jovem editor-executivo, Sérgio Dávila, nomeado para o cargo por ocasião das mudanças. A música instrumental que ouvimos durante toda essa sequência é quase minimalista na repetição das frases, mas bastante vigorosa. Assim, a narrativa fílmica, por meio de diferentes locutores e outros tantos recursos imagéticos e sonoros, faz emergir um *ethos* de confiança, de segurança. O tom é de cordialidade, familiaridade, respeito às tradições e valorização do passado, mas com valorização também do vigor daquilo que é novo.



No decorrer do filme, que tem 18 minutos de duração, vemos esse jornalista, que detém o cargo mais importante na hierarquia da redação, passar, indistintamente, de narrador que apresenta o novo jornal aos leitores potenciais, instaurando a tão conhecida cenografia da visita monitorada à redação, a garoto-propaganda do jornal do futuro, em outra cenografia, que lembra as entrevistas com celebridades nos programas televisivos mais ousados, nas quais, sem a presença constante do entrevistador, a própria celebridade vai se apresentando a si mesma, mostra sua casa, conta passagens emocionantes de sua vida e de seu trabalho.

Diferentes locutores, a maioria jornalistas conhecidos do leitor-modelo da *Folha de S. Paulo*, tais como Juca Kfourri, José Simão, Mônica Bérghamo, Barbara Gancia e o próprio Dávila tecem comentários sobre o novo editor-executivo, e os enunciados verbais, sempre elogiosos, são permeados por forte ludicidade, na expressão facial dos locutores, nas inflexões de voz, mesmo nos conteúdos, o que permite a assimilação dos elogios mais pela afetividade que pela racionalidade, buscando afastar o fantasma da soberba e da falsa modéstia e estabelecer empatia com o coenunciador.

Há um tom de pretensa naturalidade no modo com que ele trata dessas coberturas, como se os eventos tratados fossem corriqueiros. A dinamicidade do jornalista, e do jornal que ele representa, está nos enunciados verbais, na sintaxe, nas frases curtas, na linguagem desprovida de qualquer traço de sofisticação. A mesma dinamicidade, e o tom lúdico, estão também na sintaxe do filme, que vai apresentado rapidamente personagens, falas, fotos coloridas das capas dos jornais conforme os episódios são citados.

Embora os eventos trazidos pela fala de Dávila sejam de uma seriedade incontestável – eleições para presidente nos EUA, atentado terrorista em Nova York, Guerra do Iraque – a expressão de humor, de brincadeira, no rosto do jornalista, nos seus gestos, reforçam o tom de leveza, de brincadeira mesmo, presente também nos enunciados verbais: “Fiz uma cobertura aí que foi a guerra do Iraque”. Assim como no comentário quase absurdo do enunciador seguinte, rindo, acerca da foto do correspondente de guerra: “Ele não parecia um ‘playmobil’ quando ele tava com aquele capacete?!”. Tudo reforça o *ethos* jovial do filme.

Os relatos de coberturas realizadas pelo editor-executivo em seus tempos de correspondente internacional reforçam também a construção de um modelo de jornalismo que tem no repórter a sua função mais nobre, paradigmática. O efeito de sentido construído é de que esse editor tem competência para o cargo, para liderar o novo jornalismo da *Folha*, justamente porque já atuou como repórter, já foi a campo, inclusive aos campos de batalha, para buscar a verdade da política internacional, do atentado terrorista e da guerra.

Na sequência do filme, a equipe responsável pela reforma gráfica é apresentada em situação que simula reunião de trabalho, os protótipos do novo jornal espalhados sobre uma mesa. Quase todos opinam, mas as falas não são claras, quase não há locuções nem legendas. A designer gráfica, em sua sala, explica a opção pela retomada de uma tipologia que já havia sido usada antes e a tentativa de recuperar a identidade visual do jornal, que era dada como perdida. A sequência fecha, novamente, com uma brincadeira de José Simão: "A Folha fez uma lipo, não é isso?! [longa gargalhada] Tirou as olheiras". Em outras palavras, operou uma estratégia de rejuvenescimento.

Voltamos a passear pela redação com o editor-executivo Sérgio Dávila. O clima é sempre de descontração. E, mais uma vez, estamos na sala de reuniões em que os exemplares são apreciados pela equipe. Assistimos à diretora de revistas, Cleusa Turra, que aparenta estar na casa dos 50 anos de idade, fazer uma crítica às fotografias escolhidas para as capas do jornal porque "não olham para o leitor". Mas imediatamente após essa fala de Turra, que

deveria servir para mostrar como o jornal é pluralista e aceita as críticas que recebe, o filme traz o jovem editor de fotografias, Marco Aurélio Canônico, explicando que nem sempre a fotografia olha para o leitor porque isso muitas vezes não faria sentido. Mostra uma capa dedicada à história de uma mãe que havia tido seu bebê roubado e o recuperou. A fotografia mostra a mãe olhando para o bebê em seu colo, e o editor explica que não pode ser regra a foto da capa olhar para o leitor. Essa sequência cria o efeito de sentido de embate entre o velho e o novo, daquilo que já venceu e ainda não se retirou. A diretora de revistas faz um apelo por seriedade quando menciona os olhos do fotografado olhando para o leitor (encarando o leitor). A combinação do apelo da diretora com o caráter de indiscutível de que se reveste a réplica do editor de fotografias cria efeito de sentido de obsolescência da profissional que faz a crítica.

Além desse caso, em que a crítica feita pela diretora de revistas é desqualificada pela explicação do editor de fotografias, há outros que recebem tratamento similar no filme. A uma crítica bem construída por Juca Kfourri acerca da orientação para que os textos sejam cada vez mais sintéticos, mais curtos, o filme contrapõe uma série de jovens jornalistas em cargos importantes na edição do jornal, explicando como o mundo e o leitor contemporâneos pedem textos mais curtos nos jornais impressos, e culmina com o sempre jocoso José Simão: "Aliás, moderno mesmo seria fazer jornal em 140 caracteres como no *twitter* [gargalhada]. Aí eu quero ver".

Após uma reunião no grande auditório da empresa em que todos os colaboradores da redação são apresentados à nova versão do jornal, abre-se o microfone para a plateia. O filme mostra várias pessoas ao microfone, mas não se pode ouvir o que falam, só a música. A única fala destacada nesse trecho é a de uma redatora, uma senhora com cabelos brancos nas raízes e loiros na extensão, deixando ver uma tintura que precisa de retoques, sem maquiagem e com rugas visíveis, cuja fala apresenta concordâncias verbais típicas de outras variedades linguísticas que não a fala culta ("o Lula e o PT meteu"; "as cores da Folha é"), e que faz uma crítica negativa aparentemente contundente:

[...] Aquela estrela vermelha que representa a Folha da Tarde tá no lugar errado. Principalmente depois que o Lula e o PT meteu um esparadrapo na boca do Jabor [corte da fala da redatora na edição] a Folha tá popularesca, tá horrorosa [...] quem tem tempo de Folha aqui sabe que as cores da Folha é azul e amarela [...] (fala de redatora, sem indicação de nome, transcrita do áudio do filme, aos 12' de exibição).

Sua fala é seguida de uma série de risos, altos, dos colegas. A variedade de fala popular, presente na declaração da redatora, desfruta de prestígio muito baixo no campo do jornalismo, sobretudo entre os jornalistas que trabalham no jornalismo impresso. As gargalhadas da plateia em resposta a sua fala reforçam o efeito de sentido de ridículo com que a fala da redatora é recebida por todos. Além do *ethos* democrático e jovial pretendido, de um jornal que é espaço de debates e diversidade de valores, saberes e fazeres, a sequência constrói novamente o efeito de sentido de embate entre o velho e o novo, em que o velho se sai muito mal.

Em outro trecho do filme, o editor-executivo enfatiza o fato de, numa pesquisa informal feita pela própria empresa, a *Folha* ser o jornal com maior número de colunistas

dentre os 30 maiores jornais do mundo. A edição do filme privilegia o colunista “revelação” João Montanaro, de 14 anos (Ver Figura 2, a seguir).



Figura 2: *print screen* de tela aos 13’42” do filme, no qual se pode ver a imagem do colunista adolescente em seu ambiente de trabalho.

Fonte: FOLHA, 2010.

O garoto prodígio é entrevistado e brinca com sua própria precocidade: “Não, eu sou muito velho, eu tenho 38 anos. Eu tive um problema de hormônio e fiquei desse jeito... não... é... eu sou muito novo sim” (fala de Montanaro, transcrita do áudio do filme, aos 13’40” de exibição). Assim, uma série de elementos combinados permite a construção de um mundo ético (derivado do *ethos*) permeado pela jovialidade, dinamismo e alegria.

Com esse modo descontraído de mostrar o jornal, procura-se vender a ideia de que se trata de um jornal pluralista, que dá espaço às diversas opiniões e correntes políticas; mais que isso, que se trata de uma empresa, uma organização empresarial democrática, na qual todos os colaboradores têm oportunidades para se expressar, para criticar. No entanto, o discurso opera ridicularizando, neutralizando, com seu tom permanente de brincadeira, todas as opiniões que não coincidem com a proposta do jornal.

### À guisa de conclusão

A despeito das intenções verbalizadas pelo diretor do filme de desnudar a *Folha de S. Paulo*, vemos como, ao realizar a edição do filme, acabou por assimilar os valores do jornal por meio do processo de incorporação, e como construiu um *ethos* que pode ser atribuído a uma mesma instância, um metaenunciador, que regula a multiplicidade de pontos de vista e faz emergir a posição dominante, pragmaticamente ou ideologicamente, da própria empresa.

Assim, o destinatário que o diretor intencionava atingir como espectador de um documentário, em que a realidade vai se revelando aos poucos sob o ponto de vista original do diretor, acaba interpelado como num filme publicitário, em que as virtudes do produto devem ser assimiladas juntamente com uma série de valores compartilhados.

O jornal do futuro, por meio do *ethos* discursivo construído nesse texto verbo-visual, parece assim: jovial, alegre, descontraído. Seus jornalistas são capazes de produzir também

entretenimento, num mundo pautado pela busca do prazer mais imediato. O novo jornalismo impresso pode então, muito bem, competir com as novas formas de produção e difusão de informações, das quais o *twitter* era até ontem o representante mais ameaçador. Por isso, o jornalismo impresso permanece absolutamente necessário para o leitor do presente.

Vemos também como, embora talvez não fosse esse o pretendido, o filme constrói um *ethos* de confiança e superioridade, sobretudo centrado na figura do editor-executivo, e o jornalista permanece o dono da Verdade.

As práticas discursivas do jornalismo contemporâneo mostram que o sema entretenimento começa a aparecer no conjunto das restrições semânticas do discurso do jornalismo, não só nas práticas do telejornalismo e da *web* em que é já intensa sua presença, como observaram outros pesquisadores, mas também nas práticas interdiscursivas do jornalismo impresso diário, embora com menor grau de intensidade e com algumas resistências dos sujeitos dessas práticas.

O *ethos* discursivo da *Folha de S. Paulo*, como um metaenunciador, que pôde ser observado na análise do filme em que há claramente a gestão de vários enunciadores jornalistas, todos eles enunciadores competentes (no sentido de uma competência social), supostamente livres para dizer o que pensam, produzindo à primeira vista um efeito de polissemia, conduz à construção de um mundo habitado por um corpo jovem e democrático, aventureiro, pronto para novos desafios e para encará-los com tremendo bom humor, quase como um adolescente irresponsável – o que dizer de um chargista de política com 14 anos de idade ou de um repórter que conta da cobertura de uma guerra como quem viveu uma grande aventura?

Uma análise do discurso que se proponha a olhar a linguagem entendendo-a como lugar de trabalho de sujeitos sempre clivados, sobre uma língua que é constitutivamente opaca e polissêmica, pode revelar das falas de sujeitos trabalhadores alguma interpretação possível sobre as práticas de trabalho e as práticas culturais. Não um desvendamento do interior dos sujeitos, nem a verdade do que diz, mas falas sempre marcadas por lugares sociais definidos em função de uma rede de discursos, que envolvem os sujeitos, no trabalho ou fora dele.

### **"Folha, o jornal do futuro": *ethos* and scenography in the analysis of a documentary**

ABSTRACT: This article presents an analysis of the documentary "Folha, o jornal do futuro [the newspaper of the future]", part of a larger corpus of research that aimed to study the discursive practices of contemporary journalism. The analysis of the film – a text that integrates verbal and non-verbal aspects – is made from the assumptions of French Discourse Analysis, especially using the concepts of *ethos* and scenography (MAINGUENEAU, 1997; 2005; 2008). The film brings together several speakers whose views do not always coincide, but builds an *ethos* that can be assigned to *metautterance* (MAINGUENEAU, 2008).

Keywords: discourse analysis; journalism; *ethos*; scenography.

## Referências

FOLHA, o jornal do futuro. Direção Fernando Grostein Andrade. Spray Filmes, 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/videocasts/739063-documentario-revela-bastidores-das-mudancas-na-folha.shtml>>. Último acesso em 16.fev.2014.

MAINGUENEAU, Dominique. *Gênese dos discursos*. Trad. Sírio Possenti. 1ª reimpressão. Curitiba: Criar Edições, 2007.

\_\_\_\_\_. *Novas tendências em análise do discurso*. Tradução de Freda Indursky. 3. ed. Campinas: Pontes/Editora da Unicamp, 1997.

\_\_\_\_\_. *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

\_\_\_\_\_. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

\_\_\_\_\_. *Cenas da enunciação*. Organização Sírio Possenti e M. Cecília P. de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

Data de envio: 23/04/2014  
Data de aceite: 01/04/2015  
Data de publicação: 23/04/2015