

Quem lê tanta notícia? – Uma busca pelos sentidos da leitura de jornais na Folha de S. Paulo

Cristina Charão Marques¹

¹Instituto de Letras – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

crischarao@gmail.com

Resumo. *O leitor de jornal está no topo da pirâmide do letramento. Independente do paradigma de letramento utilizado para se definir uma relação hierárquica entre as diferentes práticas letradas – a saber, o modelo autônomo e o modelo ideológico –, é lá no alto desta pirâmide que se pode avistar o leitor de jornal. Buscar saber o que se diz a respeito dele, quais os sentidos que dominam a imagem da leitura de jornal é um passo para compreender os valores relacionados à leitura e, mais especificamente, aos sujeitos leitores no Brasil contemporâneo, considerando que estes são valores em disputa na sociedade. É dentro desta perspectiva que este trabalho, lançando mão de ferramentas teórico-metodológicas da Análise do Discurso, busca identificar quais as imagens atribuídas aos seus leitores pelo jornal de maior circulação do país, a Folha de S. Paulo. Analisando textos publicados pela Folha acerca da mais recente reforma gráfica por que passou o jornal, em 2006, é possível apontar três formações discursivas que compõem a imagem do leitor de jornal: uma que define o leitor como um sujeito premido pelo tempo (um “leitor com tempo contado”); outra que indica a inépcia do leitor para compreender e mesmo achar as informações dentro do jornal (um “leitor perdido”) e ainda uma terceira FD, a do “leitor participativo”, aquele que interage ou pretende interagir não necessariamente com o que lê, mas com os responsáveis pelo produto que lê.*

Abstract. *Newspaper reader is on top of literacy pyramid. Regardless the paradigm of literacy used to define a hierarchical relationship between the different literate practices – the autonomous model or the ideological model – newspaper reader is always at the top of this pyramid. Searching what is said about him and which senses dominate the image of newspaper reading is part of the job to uncover values related to reading and, more specifically, to readers in Brazil, furthermore considering that these values are in constant dispute. It's within this perspective that this paper seeks to identify images attributed to readers of the largest newspaper in the country, Folha de S. Paulo, using theoretical and methodological tools of Discourse Analysis. The analysis of texts published by Folha about its latest graphic reform – that took place in 2006 – pointed out three discourse formations: one that defines the reader as a subject pressed by time (a “short time reader”); another that shows the ineptitude of readers to understand and even find information within the newspaper (a “lost reader”) and a third DF, the “participative reader”, that one who interacts or wants to interact not necessarily with what he reads, but with those responsible for the product he reads.*

Palavras-chave: letramento; leitura; jornal; Análise do Discurso.

1. O leitor de jornal e a pirâmide do letramento

O leitor de jornal está no topo da pirâmide do letramento. Independente do tipo de tijolos ou das técnicas de construção utilizadas, lá no alto desta pirâmide é que se pode avistar o leitor de jornal. Buscar saber o que se diz a respeito dele, quais os sentidos que dominam a imagem da leitura de jornal é um passo para compreender os valores relacionados à leitura e, mais especificamente, aos sujeitos leitores no Brasil contemporâneo. É dentro desta perspectiva que este trabalho, lançando mão de ferramentas teórico-metodológicas da Análise do Discurso, busca identificar as imagens atribuídas aos seus leitores pelo jornal de maior circulação do país, a Folha de S. Paulo.

A ressalva a respeito da constituição da pirâmide é importante, dada a indefinição do conceito de letramento. Kleiman (1995, p. 15-18) aponta a variada produção acadêmica acerca do tema como um indicador da complexidade do conceito. Em um breve relato histórico dos estudos sobre letramento, a autora indica uma primeira fase onde o conceito “começou a ser usado nos meios acadêmicos numa tentativa de separar os estudos sobre o ‘impacto social da escrita’ dos estudos sobre alfabetização”. Enquanto estes se centram na competência individual em relação à leitura/escrita, as pesquisas sobre letramento buscariam examinar “o desenvolvimento social que acompanhou o desenvolvimento da escrita desde o século XVI”. Em um segundo momento, os estudos ampliam seu foco, passando a “descrever as condições de uso da escrita” e chegando, inclusive, às relações entre escrita e oralidade.

Britto (2003) destaca que as significações do termo letramento são tão variadas quanto os tipos de raciocínio que se desenvolvam sobre ele. Ainda assim, seria possível constatar duas tendências: a tecnicista, voltada para a discussão de questões metodológicas do ensino-aprendizagem da língua escrita, e a política, que pressupõe uma relação intrínseca entre educação e as condições histórico-sociais.

Note-se que Britto está preocupado em fazer uma abordagem crítica do letramento relacionado à escolarização, mas a própria relação entre sistema formal de educação e a língua escrita é também um foco de tensão. Isso porque se reconhece dentro das instituições escolares a reprodução de um modelo teórico que pressupõe a distinção entre linguagem oral e linguagem escrita, uma “supremacia cognitiva” da escrita (MARCHUSCHI, 2001, p. 27) e a associação causal entre escrita e “o progresso, a civilização, a mobilidade social” (KLEIMAN, 1995, p. 21)¹.

“A este modelo autônomo, Street (op.cit.) contrapõe o modelo ideológico, que afirma que as práticas de letramento, no plural, são social e culturalmente determinadas, e, como tal, os significados específicos que a escrita assume para um grupo social dependem dos contextos e instituições em que ela foi adquirida.” (KLEIMAN, 1995, p. 21) [grifos meus]

Embora em sua reflexão sobre a cultura escrita e os significados da leitura Britto (2003) não chegue a citar a dicotomia modelo autônomo x modelo ideológico, parece óbvia a ponte entre esta e sua interpretação de que o conceito de letramento é ora definido por uma abordagem tecnicista, ora por uma abordagem política. Pode-se dizer, então, que estas abordagens não estão restritas ao contexto escolar e o próprio autor

¹ Ambos os autores fazem referência ao trabalho de STREET, B.V., *Literacy in Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.

tratará delas em uma perspectiva ampliada mais adiante na mesma obra, avaliando as campanhas de promoção da leitura.

1.1. A consagração: o jornal na sala de aula

Descritas aqui as “fábricas” de onde poderão vir os tijolos com que se pode construir a postulada pirâmide do letramento, ou seja, as duas abordagens epistemológicas que podem ser usadas para definir uma relação hierárquica entre as diferentes práticas letradas, voltamos os olhos para o posicionamento da prática em questão – a leitura de jornais – dentro dela.

Olhando para a questão do letramento de um ponto de vista tecnicista, instrumental, ou seja, das capacidades dos sujeitos lidarem com as diversas formas de expressão da palavra escrita, a leitura do jornal é um típico exercício complexo. Exige o domínio conceitual e prático dos modos de organização textual próprios de um jornal (o que é um título, uma manchete, uma legenda de foto), além de um ir e vir constante entre informações e conhecimentos que o próprio texto supõe serem dominados (ou não) pelo leitor (porque fornecidos, eventualmente, nas edições anteriores ou mesmo em textos da mesma edição). É, portanto, uma atividade típica do sujeito com capacidades cognitivas e/ou técnicas superiores no que diz respeito à leitura/escrita.

Ao mesmo tempo, pensando no letramento autônomo como paradigma e na instituição Escola como seu lugar por excelência, podemos também considerar a leitura de jornais como uma prática altamente valorizada, porque cada vez mais presente em sala de aula. A própria produção acadêmica tende a colocar os textos jornalísticos em posição de supremacia em relação aos demais tipos/gêneros textuais a serem trabalhados dentro da sala de aula.

É interessante perceber que esta referência aos jornais como material de sala de aula está presente em produções acadêmicas de variados tipos, inclusive aquelas que buscam – mais ou menos – distanciar-se do modelo autônomo de letramento². Para ficar em apenas três exemplos, citamos Moraes & Kleiman (1999), Barbosa (2000) e Bagno (2005). As primeiras abordam as possibilidades de trabalho interdisciplinar abertas pelo uso de material jornalístico em sala de aula. A segunda descreve a experiência de um grupo de professores na formulação de um modelo para se trabalhar o gênero “notícia” em sala de aula de acordo com os Parâmetros Curriculares Nacionais. E o terceiro sugere o uso de jornais e revistas em pesquisas em sala de aula sobre as diferentes gramáticas da língua produzida no Brasil.

1.2. O status social do leitor e do jornal

Se decidirmos que nossa pirâmide do letramento será construída sobre uma base que considera o letramento como um “conjunto de práticas sociais que usam a escrita, enquanto sistema simbólico e enquanto tecnologia, em contextos específicos, para objetivos específicos” (KLEIMAN, 1995) e, igualmente, que essas práticas são atravessadas por relações sócio-culturais e valoradas socialmente de acordo com estas relações, também teríamos de colocar o leitor de jornal no topo de nossa construção.

² Ressalte-se que a menção a estes estudos aqui não significam a filiação dos autores à perspectiva do letramento autônomo. São, apenas, exemplos da valorização simbólica do veículo jornal dentro do ambiente escolar.

Em primeiro lugar, o hábito da leitura de jornais é uma prática escassa e seleta. De acordo com a Associação Nacional de Jornais, a circulação de jornais diários alcançou, em 2006, 7.230.285 exemplares por dia. Se considerarmos que cada exemplar é lido por 4 pessoas, teríamos algo como 28,9 milhões de brasileiros lendo jornais por dia, ou 15,7% da população brasileira³.

Em segundo lugar, e considerando que há uma relação direta entre o status social dos sujeitos e a valorização das suas práticas letradas, aqueles que lêem jornais são, justamente, os que ocupam lugares nas classes sociais mais abastadas. A pesquisa *Mídia Dados 2007* destaca que a penetração do meio jornal (a proporção de pessoas em um determinado grupo que têm acesso a este tipo de publicação) chega a 81% na classe A1 e 74% na classe A2. Há uma queda abrupta nos estratos seguintes: 69% na classe B1 e 60% na classe B2. E a proporção despenca a partir daí, chegando a 15% na classe E.

Para além deste cenário da distribuição social do hábito da leitura de jornais, é preciso considerar que a origem do jornalismo contemporâneo está intimamente relacionada aos mesmos paradigmas que recortam o modelo de letramento dominante. A imprensa nasce e cresce dentro do paradigma da Modernidade e carrega em si os valores da palavra escrita como vetor do progresso da humanidade.

2. Leitura e letramento: sentidos em disputa

Um dos pilares do modelo ideológico de letramento é a idéia de que há, entre as diferentes práticas letradas, uma constante tensão que reflete os conflitos que se desenrolam em diferentes contextos sócio-históricos. O mesmo ocorre com os conceitos do mundo letrado, os significados acerca da escrita e da leitura.

As disputas pelos sentidos do letramento extravasam o ambiente acadêmico, mas neste ringue ampliado, a correlação de forças mostra-se tão favorável a um dos pólos de significação, aquele regido pelo modelo autônomo de letramento, que a briga torna-se quase invisível. De tal forma se manifesta esta superioridade que diversos autores apontam a mitificação de certos traços da cultura escrita. Harvey Graff e Brian Street falam em “mitos do letramento”; Bernard Lahire, em “mito do iletrismo”. Em geral, referem-se a concepções acerca da escrita que a relacionam com o progresso individual e das sociedades, conferindo a ela capacidades redentoras⁴.

Exatamente por estarem em disputa, compreender os sentidos circulantes para letramento, escrita, leitura e outros conceitos relacionados à cultura letrada é um passo importante para se fazer frente aos mitos.

Britto (2003) dedica-se a descrever a forma como estes mitos são perpetuados pelas campanhas de incentivo à leitura no Brasil e, ao fazê-lo, resume com precisão o sentido dominante atribuído à palavra escrita. “A leitura, ao invés de ser compreendida como prática social, é imaginada como um ato redentor capaz de salvar o indivíduo da miséria e da ignorância.” (BRITTO, p.99)

³ O número de pessoas partilhando a leitura de um mesmo exemplar é, neste caso, uma abstração, mas feita seguindo a praxe dos institutos de pesquisa e empresas de mídia. A população brasileira utilizada nesta comparação foi de 183.987.291 (Contagem da População 2007/IBGE).

⁴ Para uma aproximação rápida às contribuições destes autores, ver BATISTA & GALVÃO (2005) e MOURA, RIBEIRO & VÓVIO (2002).

Já Terzi & Scavassa (2005) não problematizam a questão dos mitos, mas, ao registrar as reações de jovens e adultos em processo de alfabetização nas cidades de Inhapi e Olho D'água do Salgado (AL), permitem identificar expressões populares dos mitos acerca da leitura e, também, da leitura de jornais, bastante usados durante as aulas. O jornal herda a aura transformadora atribuída à leitura: “*O jornal faz pensar, deixa a pessoa informada, eu gosto, me sinto melhor.*” (TERZI & SCAVASSA, p.15)

É interessante notar que este é o único comentário registrado pelas autoras que vai além da noção de uma noção instrumental do jornal. Em geral, os jovens e adultos ouvidos mostram-se contentes com a possibilidade de, agora, ter acesso a informações sobre o clima (dado importante numa comunidade que vive da agricultura) e sobre as cidades grandes onde estão os parentes retirantes. Mais interessante ainda é perceber que as próprias pesquisadoras usam o meio jornal como uma medida do avanço obtido pelas comunidades, ao registrar, por exemplo, que “um dos municípios já conta com trinta assinaturas de um jornal produzido na capital” (TERZI & SCAVASSA, p. 4).

É fácil também notar que estes neo-leitores de jornais colocam-se em uma posição de reverência e subalternidade em relação àquela mídia: “*O jornal informa sobre o que acontece, sobre salários, até sobre as escolas. A gente mora aqui e não sabe de nada, aí pelo jornal fica sabendo.*” (TERZI & SCAVASSA, p.14-15)

Entre as imagens da leitura traçadas por Britto – a leitura como ação redentora, como atividade edificante, como “conhecer outros mundos” – e estas avaliações de recém-alfabetizados acerca da mídia jornal há uma relação visível. O jornal acaba por ocupar lugar especial no imaginário dos leitores no que diz respeito a seu potencial de promoção da intelectualidade e de progresso social. Ao mesmo tempo, essa mídia ganha status de janela para o mundo, colocando os conhecimentos deste mundo lá fora como mais importantes. Em terceiro lugar, o jornal determina um papel passivo ao leitor.

Aqui, é importante salientar o quanto esta percepção “desde fora” corresponde ao que se encontra na base conceitual do jornalismo. As lógicas da Modernidade, onde o jornalismo contemporâneo é forjado, deslocam a ênfase do jornalismo da comunicação para a informação. Se o objetivo do Jornalismo é informar, está posto que há alguém que tem a informação e alguém que não. Fica claro que tanto a prática como o olhar teórico sobre o jornalismo, a partir do que Resende (2003) chama “texto das lógicas”⁵, enfatizam o papel do emissor, apagando o receptor do processo. Enquanto o primeiro é onipotente sobre o quê e como dizer, o segundo é impotente ou, no mínimo, vago.

Porém, assim como as novas teorias sociais do letramento colocaram sob suspeição os conceitos relacionados ao modelo autônomo, também a produção teórica acerca da Comunicação vem questionando estas lógicas jornalísticas. O papel do leitor do jornal, assim como a leitura, são conceitos em disputa. Daí a importância de voltar o olhar para os locais onde os sentidos acerca da leitura circulam e, mais especificamente, os sentidos construídos acerca do leitor do jornal, contribuição que pode ter duplo efeito: o primeiro, jogar luz sobre os valores sociais atribuídos à leitura, como um todo; o segundo, tentar expor ao próprio campo jornalístico o leitor construído por ele.

⁵ O “texto das lógicas” seria o discurso que constitui e constrói o saber e o fazer sobre a Comunicação e o Jornalismo. Neste texto das lógicas “há uma abordagem — a funcionalista — que se baseia em uma relação estímulo-resposta e cuja grande preocupação está em compreender os efeitos que as mensagens causam. Consta, ainda, uma outra — a teórico-crítica — que apesar de ser aparentemente menos positivista, apresenta-se um tanto quanto direcionada, uma vez que, também acreditando em um poder intrínseco à mensagem, preocupa-se com as influências que esta exerceria sobre o público receptor”. (RESENDE, 2003)

3. Reforma gráfica: oportunidade de traçar os sentidos da leitura de jornais

Uma ocasião especial para tentar traçar os caminhos percorridos pelos sentidos da leitura de jornais é o da reforma de projeto gráfico de um jornal. Modificações editoriais ou gráficas de uma publicação exigem estabelecer uma imagem de leitor no momento da formulação das mudanças e na sua apresentação ao público. Nesta ocasião, lança-se mão de perfis mercadológicos e exige-se uma formulação textual acerca deste leitor. É também um momento em que tais formulações extrapolam o campo profissional, alargando a zona de influência destes sentidos construídos para a leitura de jornal.

Por estas razões, passo aqui a analisar, a partir de instrumentos constituídos dentro da tradição da Análise do Discurso de linha francesa, um conjunto de textos publicados pela Folha de S. Paulo entre maio de 2006 e janeiro de 2007, cujo tema é a reforma gráfica realizada pelo jornal no ano de 2006.

3.1. A Folha de S. Paulo e sua mais recente reforma

A Folha de S. Paulo é o jornal de maior circulação do país: em média, 317 mil exemplares por dia⁶. Em 1985, na esteira do sucesso alcançado ao assumir papel de destaque na cobertura do processo das Diretas Já, a Folha divulga seu primeiro projeto editorial (batizado *Projeto Folha*). Com ele, promove uma ruptura com um modelo de jornalismo “ideológico” e instaura a lógica de mercado como a matriz do seu jornalismo, o que exigiria dos jornais uma postura menos proselitista, mais plural e mais técnica nos seus procedimentos (ver SILVA, 1988).

O Projeto Folha foi revisado em 1997. Na sua essência, a revisão não modifica os valores atribuídos pela empresa ao jornalismo que quer fazer: “crítico, pluralista e apartidário” (FOLHA DE S. PAULO, 2006, p.17). O texto aponta a necessidade de trazer estes valores para a nova realidade definida pelo advento de tecnologias convergentes, pela velocidade na circulação de informações e pela construção de um consenso que extingue dicotomias ideológicas em favor do debate técnico.

Em um regime de mercado, o consumidor passa a ter posição central na definição das políticas de uma empresa. No caso da Folha, esta centralidade está expressa na primeira frase do verbete “leitor” do seu Manual da Redação: “É quem sustenta, em última análise, o jornal.” (FOLHA DE S. PAULO, 2006, p.45)

Assumir esta postura em relação ao leitor significou, para a Folha, avanços no sentido da abertura do jornal à participação do leitor (com destaque para a criação da seção Painel do Leitor e a instituição da figura do ombudsman, em 1989), bem como na manutenção de uma relação mais transparente com o público (por exemplo, a publicação diária da seção Erramos). Da mesma forma, é imprescindível para qualquer jornal comercial conhecer as características de seus leitores que podem interessar ao mercado publicitário. A última pesquisa “Perfil do Leitor”, feita pelo Instituto Datafolha (empresa do grupo que controla o jornal), aponta que o leitor da Folha “está no topo da pirâmide da população brasileira: 68% têm nível superior (no país, só 11% passaram pela universidade) e 90% pertencem às classes A e B (contra 18% dos brasileiros)”. A pesquisa ainda detalha que “a maioria é branca, católica, casada, tem filhos e um bicho de estimação” (FOLHA DE S. PAULO, 2007).

⁶ Dado apresentado pela Associação Nacional de Jornais (ANJ), correspondente aos números levantados pelo Instituto Verificador de Circulação no primeiro semestre de 2008. (ANJ, 2008)

Por outro lado, a centralidade do leitor no funcionamento da empresa jornalística cria dois condicionantes à forma como o jornal deve trabalhar. O primeiro está expresso em diversas ocasiões no Manual da Redação: como convém a uma empresa que precisa vender mais para ganhar mais, é preciso considerar que o público consumidor é amplo, difuso e precisa ser bem tratado. Sendo assim, é preciso presumir “que quem irá ler o texto é um grupo heterogêneo de pessoas, não necessariamente informado sobre todos os aspectos da notícia” (Folha de S. Paulo, 2006, p.23). Portanto, “o jornal deve relatar todas as hipóteses sobre um fato, em vez de esperar que o leitor as imagine” e, ao mesmo tempo, “poupar trabalho ao leitor” (id., p. 45).

Outro condicionante diz respeito à necessidade constante de adaptar suas escolhas editoriais e comerciais às oscilações da opinião do mercado/leitor. A Folha foi o jornal de referência nacional que mais vezes reformulou seu projeto gráfico desde 1980. Em média, o jornal muda suas feições de seis em seis anos.

A mais recente, cuja primeira edição chegou às bancas em 21 de maio de 2006, foi apresentada aos funcionários do jornal em um *Manual de Filosofia e Formatos*. Nele, os responsáveis pela proposta final do novo projeto gráfico supõem que o leitor de hoje tem menos tempo para ler jornais e dizem que a ambição da proposta é “enriquecer o percurso e impedir a dispersão de quem apenas folheia o produto e, ao mesmo tempo, garantir a satisfação de quem mergulha no conteúdo” (FILHO & GENTILE, 2006, apud. RIBEIRO, 2006).

A reforma ocorre em um contexto que poderia ser definido como o da exacerbação do que previa o Projeto Folha de 1997 em relação às novas tecnologias e a velocidade com que circulam informações. A concorrência com a Internet tornou-se um fato, se não comercial⁷, pelo menos nos modos e hábitos de leitura. O Perfil do Leitor feito pelo Datafolha indica uma grande correspondência entre os leitores de jornais impressos e os usuário da Internet: 57% dos pesquisados afirmaram seguir os noticiários online. (FOLHA DE S. PAULO, 2007)

Além disso, a reforma surge num momento de retomada do crescimento da economia e de superação, por parte das empresas jornalísticas, de um longo período de dificuldades financeiras.⁸ Ou seja: há dinheiro em caixa para investimentos que podem e devem ser usados para ir atrás da massa de consumidores cujo poder de compra vem crescendo nos últimos anos.

Entre as mudanças implementadas, destacam-se o uso de cores diferenciadas para identificar os cadernos que compõem o jornal; o aumento do tamanho das fontes, buscando maior legibilidade; a valorização de recursos editoriais de apoio (quadros, mapas, box explicativos) e a criação de sinalizadores gráficos que distinguem dados considerados relevantes para a identificação dos temas das matérias (o que os responsáveis pelo projeto chamam “navegadores”) bem como as informações principais dentro delas.

⁷ A pesquisa Intermeios da revista Meio & Mensagem informa que, em 2007, o faturamento do setor Jornal foi de R\$ 1,35 bilhão (16,5% do total de investimentos publicitários). No mesmo período, o setor Internet faturou R\$ 221,5 milhões (2,7%). A pesquisa está disponível no site www.intermeios.com.br (acesso restrito a assinantes). Parte dos resultados foi publicada no *Anuário de Mídia 2008*.

⁸ O então ombudsman da Folha, Marcelo Beraba, registra em sua coluna de 28/5/2006: “Na minha opinião, o aspecto mais importante é que a reforma gráfica e a campanha publicitária que gerou indicam que a empresa está, enfim, terminando a travessia do deserto que debilitou a Redação nos últimos três anos e reiniciou os investimentos no jornal.” (BERABA, 2006)

O ombudsman do jornal à época, Marcelo Beraba, destacou ainda a redução do espaço para textos de diversas colunas de opinião; a diminuição do espaço destinado à seção Painel do Leitor; a extinção das ilustrações que acompanhavam as colunas de opinião e o uso de caracteres menores em algumas seções, como os guias de TV e cinema. (BERABA, 2006)

4. Leitores da Folha

O corpus selecionado para o estudo constitui-se de textos publicados no jornal Folha de S. Paulo entre 14 de maio de 2006 e 14 de janeiro de 2007 que façam menção à reforma gráfica. Ao todo, foram recolhidos 21 textos. No trabalho de análise, foram destacadas 44 seqüências discursivas que ajudam a identificar sentidos predominantes para “leitor de jornal”, ou formações discursivas.

Aqui, formação discursiva é definida como “matriz de sentidos”, noção que “deriva do conceito foulcaulteano (1987) que diz que sempre que se puder definir, entre um certo número de enunciados, uma regularidade, se estará diante de uma formação discursiva” (FERREIRA, 2005, p. 15). BENETTI (2007, p.112) apresenta a noção de formação discursiva como “uma espécie de *região de sentidos*” (grifo original). Metodologicamente, ao mapearmos estes sentidos, Benetti explica ser necessário

limitar o campo de interpretação aos “sentidos nucleares”, isto é, a reunião, em torno de uma FD, de diversos pequenos significados que constroem e consolidam aquele sentido nuclear. Assim, existem tantas formações discursivas quantos sentidos nucleares pudermos encontrar em um texto. (BENETTI, 2007, p.112 – grifo original)

No corpus em questão, duas FDs são predominantes. Uma que define o leitor como um sujeito premido pelo tempo (que aqui se chama “leitor com tempo contado”), e outra que indica a inépcia do leitor para compreender e mesmo achar informações (aqui chamado “leitor perdido”). Há ainda uma terceira FD, que se apresenta de forma pontual: a do “leitor participativo”, aquele que interage ou pretende interagir não necessariamente com o que lê, mas com os responsáveis pelo produto que lê.

4.1. O leitor com tempo contado

Todo leitor é um leitor apressado. Esta é uma noção acerca da leitura de jornais que se constitui dentro do corpus através de três diferentes estratégias discursivas.

A primeira delas expressa como verdade incontestada o fato de que a velocidade da vida contemporânea diminui o tempo disponível para a leitura dos jornais:

- ❖ S3 - O novo jornal responde às necessidades atuais do leitor, nesta época em que o tempo livre se tornou uma preciosidade (...).
- ❖ S36 - O projeto da Folha parte de aspectos da vida moderna que desafiam os diários: a falta de tempo do público, a internet e a rapidez na difusão das notícias.

A segunda apresenta as mudanças ocorridas nas feições do jornal como maneiras de agilizar a leitura, pressupondo que o leitor não tem ou não quer ter muito tempo para ela. Em alguns casos, o pressuposto torna-se explícito:

- ❖ S1 - Recursos gráficos e uma nova organização das reportagens facilitarão a leitura para quem precisa percorrer rapidamente os cadernos.

A terceira é mais direta: nomeia-se este leitor apressado:

- ❖ S22 - ... o leitor que tem apenas 5 minutos...
- ❖ S37 - ...“leitor que folheia”...

Há momentos em que um leitor mais disposto à leitura é evocado. Ainda assim, ele é apresentado de forma que se ressalta sua limitação de tempo como em:

- ❖ S23 - ... quanto o (*leitor*) que dispõe de 50 minutos.

Em outras seqüências, ressalta-se que este tempo não existe para todos. Ao contrário, existe apenas para aqueles que querem dispor de alguns minutos a mais:

- ❖ S16 - Se o leitor quiser aprofundar sua leitura...

4.2. O leitor perdido

A idéia de que o leitor não carrega a mesma bagagem informativa que aquele que escreve o jornal é algo que faz parte da essência do texto canônico jornalístico. Como se viu, está presente nos manuais de redação – e no da Folha, em especial – a preocupação constante com a contextualização, a cronologia, a retomada de fatos anteriores.

No corpus analisado, que circula de forma mais ampla do que o Manual, reforça-se esta idéia e aponta-se um novo sentido para ela: o leitor é, antes de tudo, um perdido, cabendo ao jornal (ou aos jornalistas) o papel de guias. Em várias passagens, é possível encontrar expressões como “ajudar” ou “guiar” o leitor, sendo estas ações assumidas pelo jornal (por exemplo, com mudanças no projeto visual):

- ❖ S17 - ...(os cadernos) terão navegadores nas capas para ajudar o leitor a identificar as principais notícias.

Em outras, a relação leitor-jornal é fortemente instrumentalizada, seja na descrição de novos elementos visuais – eventualmente chamados ferramentas –, seja nas afirmações acerca do que pretendem os sujeitos com a leitura do jornal:

- ❖ S43 – (o projeto) ajuda o jornal a se diferenciar ainda mais da concorrência, com novas ferramentas de análise e didatismo.
- ❖ S4 – Sabemos que nossos leitores buscam na Folha um instrumento para entender o mundo...

Compondo ainda a FD, é possível localizar um outro nicho de sentido relacionado ao fato de que o leitor precisa ser atraído para a leitura:

- ❖ S6 - O jovem leitor terá muitos estímulos para mergulhar no noticiário, mesmo o mais árido.

4.3 O leitor participativo

Certas seqüências indicam a interatividade ou a intenção de interatividade como uma característica do leitor da Folha, por exemplo, em:

- ❖ S46 - “Os leitores querem mais espaço no jornal (...).”

Outro exemplo:

- ❖ S44 - “Como vários leitores preocupados com os excessos gráficos alertaram (...).”

Não se pode ignorar a presença deste núcleo conceitual no conjunto dos textos. No entanto, é importante notar que esta FD não apenas se faz presente em poucas ocasiões, como também as seqüências relacionadas estão confinadas ao espaço da coluna do ombudsman, que afinal fala em nome dos leitores que de fato participam da vida diária do jornal.

5. Considerações finais

Boa parte deste trabalho foi dedicada à caracterização da leitura de jornais como uma prática letrada altamente valorizada. As evidências parecem suficientes para confirmar esta posição de destaque, independente do modelo teórico de letramento que estabeleça os critérios para esta avaliação. Entretanto, é possível perceber que aqueles que escrevem para os leitores de jornal tendem a projetar sobre estes uma imagem de inépcia, subalternidade e, especialmente, desinteresse.

Os sentidos constituídos a partir dos textos publicados pela Folha de S. Paulo mostram que, para a instituição jornal, seus leitores não são aqueles mais hábeis na técnica da leitura. O “leitor perdido” precisa de ajuda o tempo inteiro, inclusive de artifícios não textuais. Tampouco os leitores reconheceriam o valor social intrínseco da leitura de jornais – seja esta uma valorização pelas propriedades cognitivamente edificantes do consumo de notícias, seja na perspectiva do pertencimento a uma classe sócio-cultural diferenciada. O leitor tem o tempo contado. Dispensa a esta prática cada vez menos tempo e um tempo cada vez de menor qualidade. Também não é capaz de perceber a importância de certas informações: precisa ter sua atenção conquistada, seu olhar seduzido.

O que se estabelece é um paradoxo entre uma definição de sujeito letrado sobre a qual se constitui o perfil histórico da publicação – que fica evidente quando a Folha comemora o perfil “classe A” de seus leitores, ressaltando padrões letrados específicos (alta escolaridade e acesso à Internet) – e aquela tecida pelos textos analisados. Note-se, entretanto, que isso não demonstra uma inversão paradigmática em relação ao mundo letrado. A avaliação da Folha sobre o seu leitor segue sendo feita a partir de uma mensuração do domínio técnico sobre as práticas letradas e da valorização simbólica da prática específica da leitura de jornais pelo sujeito. O estranhamento está, portanto, no fato da Folha passar a considerar como leitor o que, segundo seus critérios fundamentais, seria o “não-leitor”.

Uma explicação circunstancial para este paradoxo pode ser a dificuldade dos jornais impressos aumentarem suas tiragens, que permaneciam praticamente estagnadas desde a década de 90⁹. Comentários em sites sobre jornalismo à época da reforma da Folha davam conta desta tentativa da empresa de ampliar o leque de sua clientela, especialmente entre mulheres e jovens. Tais comentários mereceriam uma análise própria, uma vez que revelam também uma crença sobre a inscrição destes dois públicos

⁹ A partir de 2001, houve inclusive queda de tiragem, que começa a ser recuperada a partir de 2004. O período coincide com o crescimento econômico mais acelerado do país e a maior parte do crescimento da tiragem de jornais é registrado entre as publicações populares e do interior. A Folha de S. Paulo conseguiu, no último ano, aumentar sua tiragem de 5,86%, recuperando o posto de jornal de maior circulação do país. (ANJ, 2008)

no mundo letrado, mas aqui interessam apenas como tentativa de explicar, por critérios mercadológicos, a mudança de postura do jornal da elite esclarecida paulistana.

A questão, entretanto, não parece ser apenas circunstancial. A divergência entre um leitor constituído no discurso acerca do jornalismo e aquele que se apresenta como o leitor real de jornal e, ao mesmo tempo, o leitor socialmente reconhecido – e valorizado – como o leitor de jornal é parte da natureza do jornalismo brasileiro. Ao assumir os paradigmas jornalísticos constituídos na tradição norte-americana como os seus próprios, o jornalismo brasileiro constrói para si esta situação paradoxal.

Nos Estados Unidos, a “lógica da maximização das audiências”, que acaba por render ao jornalismo as suas características mais básicas – uma rendição ao “discurso utilitário” e ao “interesse factual” (NEVEU, 2006, p.25) – encontra um mercado leitor de fato amplo e diverso. No Brasil, o ideal do “auditório universal” (MEDITSCH, 1992 *apud*. PONTE, 2005, p.106/107) encontra-se interdito por uma realidade que combina altos índices de analfabetismo e baixo poder aquisitivo. Ou seja, embora idealmente mirem em um público amplo e diverso, adaptando suas formas de apresentação e sua produção discursiva para dar conta do que conseguem avaliar como disparidades na capacidade de interação deste público com a mídia escrita, os jornais impressos brasileiros falam a um público seletivo. O que o caso da Folha de S. Paulo aparentemente demonstra é que não há mais constrangimento em deixar este paradoxo à mostra.

6. Referências

- ANJ – Associação Nacional de Jornais. **Circulação aumenta 8,1%**. São Paulo, 4 ago 2008. Disponível em <http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/noticias/circulacao-aumenta-8-1-por-cento/>. Acessado em 5 ago 2008.
- BAGNO, Marcos. **Português ou Brasileiro? Um convite à pesquisa**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.
- BARBOSA, Jacqueline Peixoto Barbosa. **Do professor suposto pelos PCNs ao professor real de Língua Portuguesa: são os PCNs praticáveis?**. In.: ROJO, Roxane (org.). *A prática de linguagem em sala de aula: praticando os PCNs*. Campinas: Mercado de Letras, 2000. pp. 149-182
- BENETTI, Marcia. **Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos**. In.: BENETTI, Márcia, LAGO, Claudia (org.). *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. P. 107-122
- BERABA, Marcelo. **A reforma gráfica**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 28 mai 2006. Ombudsman. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om2805200601.htm>. Acessado em 29 jan 2008
- BRITTO, L. P. L. **Contra o consenso - cultura escrita, educação e participação**. 1. ed. Campinas: Mercado de Letras, 2003
- FERREIRA, Maria Cristina Leandro (coord.). **Glossário de Termos do Discurso**. Porto Alegre: IL/UFRGS, 2005.
- FILHO, Melchiades & GENTILE, Massimo. **Manual de Filosofia e Formatos**. Documento interno do jornal Folha de S. Paulo, São Paulo, 20 mai 2006. *Apud*. RIBEIRO, Eduardo. *Nova Folha*. Observatório da Imprensa, 24 mai 2006.

- Disponível em
<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=383ASP005>. Acessado em 29 jan 2008.
- FOLHA DE S. PAULO. **Manual da Redação – Folha de S.Paulo**. São Paulo: Publifolha, 2006.
- _____. **Leitor da Folha está no topo da pirâmide social brasileira**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 11 nov 2007. Disponível em
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1111200715.htm>. Acessado em 29 jan 2008.
- GALVÃO, Ana Maria de Oliveira. BATISTA, Antônio Augusto Gomes. **Oralidade e escrita: uma revisão**. *Cadernos de Pesquisa*, Maio/Ago. 2006, vol.36, no.128, p.403-432.
- KLEIMAN, A. **Modelos de letramento e as práticas de alfabetização na escola**. In: KLEIMAN, A. (org.) *Os significados do letramento: uma nova perspectiva sobre a prática social da escrita*. Campinas: Mercado de Letras, 1995. pp. 15-61.
- MARCUSCHI, L.A. **Letramento e oralidade no contexto das práticas sociais e eventos comunicativos**. In: SIGNORINI, I. (org.) *Investigando a relação oral/escrito e as teorias do letramento*. Campinas, Mercado de Letras, 2001. pp. 23-50.
- MEIO & MENSAGEM. **Anuário de Mídia 2008**. São Paulo: Meio & Mensagem, 2007.
- MORAES, S. E.; KLEIMAN, A. **Leitura e interdisciplinaridade: tecendo redes nos projetos da escola**. São Paulo: Mercado de Letras, 1999. Cap. 4.
- NEVEU, Érik. **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.
- PONTE, Cristina. **Para entender as notícias – Linhas de análise do discurso jornalístico**. Florianópolis: Editora Insular, 2005.
- RIBEIRO, V.M. VÓVIO, C.L. MOURA, M.P. **Letramento no Brasil: Alguns resultados do Indicador Nacional de Analfabetismo Funcional**. *Revista Educação e Sociedade*, Campinas, vol. 23, n. 81, p. 49-70, dez. 2002. Disponível em
<http://www.cedes.unicamp.br/revista/rev/rev81.htm> Acessado em 10 fev. 2008
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias, os bastidores da revolução em um grande jornal**. São Paulo: Trajetória Cultura, 1988.
- TERZI, Sylvia Bueno. SCAVASSA, Júlia Sant’anna. **Mudanças na concepção de escrita de jovens e adultos em processo de letramento**. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 2005, vol. 5, no. 1. pp. 185-211