



## O Desafio da Formação de Leitores de Jornais Impressos no Interior do Rio Grande do Sul: Quando a Palavra Faz Sentido<sup>1</sup>

Geder Luis Parzianello

Professor Adjunto da Universidade Federal do Pampa (Unipampa)

### Resumo

A Região Sul do Brasil possui mais leitores de jornais, comparativamente, que as demais regiões do País. Temos 54,1% de leitores contra apenas 27,7% no Nordeste, praticamente o dobro. No entanto, essa estatística favorável ao Sul não é capaz de evitar uma realidade igualmente dramática nessa Região: a de que o universo de leitores é ainda muito pequeno em todas as populações e que é preciso encarar o desafio de formação de leitores para não apenas garantirmos a sobrevivência dos meios, mas promovermos cidadania, inclusão social e desenvolvimento dessas comunidades. O presente estudo descreve e compara dados de uma pesquisa realizada com 200 (duzentas) famílias de um bairro periférico do interior do Estado do Rio Grande do Sul e outra envolvendo jornais impressos de 20 (vinte) municípios gaúchos e aponta, a partir de dados empíricos e reflexões teóricas, estratégias para construir um caminho de reversão desse quadro atual em todo o País.

**Palavras-chave :** Jornalismo impresso; leitores; retórica; comunicação popular

Virou clichê em plataformas político-partidárias o discurso de que o futuro do Brasil depende de investimentos em Educação. Na contramão dessa aparente consciência de nossa classe política, amargamos a lucidez de que somos um país com pouca coisa a comemorar em educação básica. No último levantamento do IDEB, índice criado em 2007 e que mede tão somente o conhecimento verificável de estudantes em Português e Matemática, na Educação Básica, mostrou-se uma evolução de 28,9% do desempenho escolar em relação ao ano de 2009, percentual alcançado no cálculo por conta da redução do índice de evasão escolar. Na prática, queremos crer que estamos avançando em políticas educacionais de educação básica porque estamos reprovando 30% menos os nossos estudantes.

A questão reside justamente nisso. Aprovamos os nossos estudantes, mas não conseguimos delimitar com clareza que tipo de desenvolvimento a escola está conseguindo oferecer a essas gerações e comprometemos sobremaneira a formação de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GP Jornalismo Impresso do X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Caxias do Sul (RS), setembro de 2010.



novas gerações de estudantes, conseqüentemente de leitores e de sujeitos intimamente relacionados com o universo do conhecimento formal. Notoriamente estigmatizado pela opinião pública, o espaço escolar já não atrai os estudantes- (nos Estados Unidos, segundo a imprensa norte-americana, já são mais de 250 mil famílias que optam pelo ensino doméstico, fora da escola, em que um membro da família, geralmente a mãe, assume a função de educar os filhos, alfabetizar e estudar com eles, com respaldo legal para isso)- e as práticas pedagógicas da escola convencional parecem demasiado afastadas do mundo da vida. Na esteira dessa não identificação dos estudantes com o mundo escolar que os cerca, eles não se reconhecem como leitores. Eles lêem pouco, seus pais menos ainda. Pelo menos é o que mostra a pesquisa que realizamos junto a 200 (duzentas) famílias entre moradores do Bairro do Passo, no município de São Borja, região Centro-Oeste do Estado do Rio Grande do Sul.

Entre as famílias entrevistadas, verificou-se que 86% não têm os jornais como meio de principal acesso à informação e que entre o total de famílias da amostra, menos de 30% tinham alguma relação mais duradoura com o meio impresso, como assinatura de jornais ou livros e revistas espalhados pela casa. Ficou fortemente identificada a relação entre a não-leitura de jornais e o nível de escolaridade naquela população, sendo que 65% dos moradores vivem em famílias de pais com pouca escolaridade, de até no máximo quatro anos de tempo escolar e mais de 90% dessas famílias com filhos em escolas públicas. A mesma relação não foi sentida quando cruzados os dados econômicos, como descreveremos adiante. Em tese, isso aponta para a relação de que pais não leitores têm propensão a desenvolver filhos também não leitores, ainda que possamos reconhecer que essa probabilidade encontre exceções significativas em sujeitos que desenvolvem intimidade com o universo da leitura mesmo tendo vivido em condições adversas. Todavia, nos parece que estes casos pareçam ser quando muito, honrosas exceções à regra.

A amostra dessa pesquisa entre moradores do Bairro do Passo se justifica pela inserção de pesquisadores em Comunicação Social junto àquela comunidade. Tal fato se deve em razão da instalação da Universidade Federal do Pampa, criada em fevereiro de 2008 e cujo projeto institucional de levar o desenvolvimento às comunidades nas quais se encontra, perpassa o desafio de conhecer de perto a realidade, sendo capaz de mensurá-la cientificamente e antever o seu processo de desenvolvimento, contrariamente ao



estágio de estagnação em que viveram aquelas populações nas últimas décadas, sem qualquer política de educação superior voltada a tais realidades.

A pesquisa foi realizada com trabalho de campo para coleta de dados junto à população do bairro, envolvendo na formulação, aplicação e tabulação de questionários, mais de 30 estudantes do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como prática de pesquisa da disciplina de Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação, em dois semestres do curso, nos anos de 2008 e 2009. O projeto, um ano depois reformulado em pesquisa para prosseguimento de investigação num recorte mais amplo, logrou financiamento do CNPq em 2010, objetivando identificar marcas em jornais impressos que pudessem, junto a variáveis intervenientes culturais, apontar no conjunto das práticas retóricas dos jornais impressos, também elementos que comprometem o vínculo necessário entre os jornais e seus potenciais leitores<sup>2</sup>. A amostra mais ampla reuniu dados de uma investigação ainda em curso em 20 (vinte) jornais de 10 (dez) cidades do Estado, a saber: Alegrete, Bagé, Dom Pedrito, Itaqui, Uruguaiana, São Borja, Santana do Livramento, Caçapava do Sul, Jaguarão e São Gabriel, cidades sede de Campus da Universidade Federal do Pampa.

Se é verdade que a escola não forma leitores, não é menos verdade que os jornais também não formam leitores. Desde uma perspectiva socio-interacionista, necessário considerar que instituições públicas e privadas concorrem juntas para transformar essa realidade e que precisam de políticas públicas capazes de reverter o quadro de baixa população de leitores em todo o País, considerando a estreita relação que percebemos entre leitura escolar e leitura de jornais na vida cotidiana. O desafio de construirmos uma nação de leitores não é só de pais e professores, mas de toda a sociedade e pesquisas a respeito do tema são ainda muito pouco profundas no país. Conforme Dornelles(2004) a imprensa das cidades do interior constitui um território pouco explorado na bibliografia brasileira do Jornalismo.

A gestão das empresas de Comunicação tem se voltado, todavia, muito pouco para projetos desta natureza. Esse levantamento<sup>[2]</sup> realizado entre empresas de comunicação gestoras de jornais impressos revelou que, entre 20 projetos de reforma gráfica e

---

<sup>2</sup> Pesquisa ainda em andamento, realizada com apoio do CNPq em 10 municípios gaúchos, envolvendo os principais jornais em circulação na Metade Sul do RS e que investiga suas características gráficas e editoriais.



editorial em jornais estudados, apenas um apontou alguma marcas de preocupação com o texto, o estilo de escrever e a relação de proximidade do jornal com seus leitores através da linguagem verbal. A quase totalidade das empresas de comunicação ainda entende a renovação do seu produto jornalístico impresso como uma estratégia visual, de retórica das formas visuais, com apelos gráficos, planejamento de cores e linhas, corpos de letra, espaçamentos e alguns primeiros recursos em infografia.

Com efeito, a retórica verbal, a ordenação das formas textuais, o estilo, a escolha de palavras e de temas, com suas abordagens específicas, e uma maior preocupação com a identificação do leitor com o texto não tem sido percebidas como estratégias desses jornais em suas propostas de reformulação ou de renovação da imagem de seus produtos. Relegada ao esquecimento em detrimento da retórica visual, a retórica verbal não se vê marcada em projetos inovadores, fazendo com que os jornais vistam uma roupagem nova em estruturas velhas, promovendo o que se poderia definir claramente como uma transformação só ‘de casca’. Mudam-se as fotos, que ganham espaços horizontais e verticais de exagerada proporção, mudam-se linhas de apoio, constroem-se alternativas de paginação, mas o que o leitor encontrará nas páginas dos jornais será ainda o velho texto viciado do jornalismo ortodoxo, a notícia em *lead* reproduzida muitas vezes dos releases de autarquias e repartições públicas variadas, o hábito do agendamento das notícias pela agenda de rotina do homem público, com descrições monótonas, cansativas e desinteressantes ao leitor em potencial das comunidades em estudo, e em tese apresentadas sobre um mundo distante demais daqueles leitores do bairro, pelo que em muito pouco acrescentam a suas vidas.

O Bairro do Passo, estudado em nossa pesquisa, como vimos, apresenta um distanciamento muito grande de todas as práticas intelectuais como a leitura e a escrita, distante que está de ações de reflexões mais sistemáticas e de toda produção de conhecimento que o cerca. Tal distanciamento é ainda mais acentuado em relação ao que seus moradores encontram nas páginas dos jornais, eventualmente manuseadas. Bem sabemos que jornalistas, em geral, escrevem para outros jornalistas, os protagonistas das notícias são os próprios leitores delas e raramente os moradores das periferias urbanas, com suas histórias comuns de vida. Eis o que falta ao jornalismo e que a grande imprensa aprendeu a reconhecer, voltando-se ao estilo da grande reportagem e ao adotar recursos do Novo Jornalismo.



Para compreender a relação entre leitores e o meio impresso foi preciso estudar de fato aquela comunidade do Bairro do Passo e analisar o processo parcial de exclusão midiática a que ela pareceu submetida porque intimamente relacionada apenas com o rádio e com a TV aberta. Menos de 2% das residências possui acesso à internet. A reflexão teórica que se fez sentir sobre os variados dados empíricos permitiu mapear a realidade de modo a poder dar novos significados a ela, ajudando a comunidade a reconhecer melhor a si mesma. O caráter público da Universidade Federal do Pampa, naquele contexto, reforçava a relevância da proposta de investigação, haja vista a ausência de políticas públicas nacionais efetivamente voltadas para a realidade da formação de leitores em comunidades como aquela e a expectativa gerada naquelas populações desde a implantação dos primeiros prédios universitários.

Nossa pesquisa considerou não apenas que as práticas jornalísticas devem ser tomadas como possibilidade efetiva de transformação de uma sociedade, mas também e principalmente, que era preciso descrever aquela realidade no sentido de ultrapassar o estágio atual, de dados meramente presumidos sobre como vivem aqueles moradores e qual sua relação com a informação, para também construir analiticamente caminhos alternativos na busca por uma solução de seus problemas.

A pesquisa revelou que aquela população não lê porque não encontra qualquer necessidade prática na leitura dos jornais, não tem identificação com o que os jornais impressos veiculam e não conseguem dar sentido ao que lêem eventualmente nos jornais impressos. Suas experiências de leitura são esporádicas, associadas a sentimentos pouco significativos em suas vidas. Na ampliação dessa constatação para o universo da segunda pesquisa, em 2010, buscamos identificar a universalidade do fenômeno e as marcas representativas desse processo em dez municípios, voltando a análise para a retórica verbal e visual de outras 19 publicações de jornal.

Borges (2010) considera que para que um texto efetivamente consiga atrair o leitor é necessária “a revelação de uma visão original da realidade, atraindo seu beneficiário para o mundo com o qual convivia diariamente, mas que desconhecia”. Neste sentido, o índice de renovação de uma obra, tanto ficcional quanto jornalística, está na razão direta de sua oferta de conhecimento de uma circunstância da qual o leitor faz parte, de um



modo ou de outro. Ao prescindir desse pertencimento, o jornal perde o leitor ou jamais o conquista.

A relação entre o leitor e a obra emerge, portanto, exatamente desta coincidência entre o mundo representado no texto e o contexto do qual participa seu destinatário.

É o convívio com o texto, afirma Borges, “que dimensiona sua adequação ao leitor, o que implica, evidentemente, alargamento de horizontes”, para quem, é nesse “suposto intercâmbio cognitivo entre o texto e o leitor onde está implicado o fenômeno da leitura enquanto tal”(idem). A pesquisadora lembra bem que a leitura não representa a absorção de certa mensagem, mas antes, uma convivência particular com o mundo criado através do imaginário. Tal constatação poderia sugerir um paradoxo, uma contrariedade, uma vez que o jornalismo é feito de fatos e registro de fatos. Todavia, há que se considerar que os sujeitos buscam na leitura, sobretudo, alguma satisfação e que a simples descrição episódica de fatos na forma da notícia bruta em jornalismo interessará tão somente aos sujeitos diretamente envolvidos com ela. De outra sorte, que interesse poderia ter um morador do bairro a respeito da agenda do secretário municipal de meio ambiente, por exemplo, se as questões que envolvem a saúde ambiental de seu bairro não aparecem ali discutidas, pela imprensa? Ou, de outro modo, se os problemas que ocupam a agenda do município não têm qualquer relação que ele leitor consiga estabelecer (já que o jornal também não o faz e não provoca que ele estabeleça) entre o mundo do poder e a realidade de vida daquele leitor, dificilmente a palavra fará sentido ao leitor, tanto mais se considerarmos que a leitura como prática em si não é hábito da população.

Embora a pesquisa Hábitos de Informação e Formação da Opinião da População Brasileira<sup>3</sup> indique que o hábito da leitura já é marcado fortemente na população gaúcha, é preciso observar com cuidado seus resultados para aferir interpretações que dão conta de uma realidade bem menos otimista. O levantamento foi realizado pela Meta Instituto de Pesquisas de Opinião, encomendada pelo governo federal com base em 12 mil entrevistas no País e deixa passar uma evidência de substrato aos dados revelados. Se por um lado é verdade que estamos lendo mais, também verdade que

---

<sup>3</sup> ZERO HORA. Caderno Cultura. 10 Julho 2010



somos muito poucos no conjunto da sociedade. Historicamente a leitura sempre foi um bem de acesso a uma minoria. A massificação atingida pelos meios não parece ter provocado a reversão dessa evidência histórica.

Segundo números da pesquisa, 71,6% dos 1.129 entrevistados no Rio Grande do Sul declaram ter o hábito de ler jornais, contra 46,1% da média nacional, somadas todas as demais regiões do País. Ou seja, em todo o resto do País, lê-se menos da metade do que se lê no Rio Grande do Sul. Conforme a pesquisa, renda e instrução estariam entre os fatores para justificar esse desempenho dos leitores do Sul do país, além das facilidades de acesso à internet, já que 48,3% dos entrevistados afirmaram utilizar a rede mundial de computadores todos os dias, enquanto a média no país ficou em 43,9%.

Do total da amostra, 30,4% dos entrevistados na pesquisa da Meta chegam a afirmar ler jornais uma vez na semana. O que é, indubitavelmente, muito pouco. Vistas de um modo as estatísticas podem ser otimistas, mas não acreditamos que o sejam. O próprio Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) ignora geografia, literatura e história regionais, o que enfraquece a atenção a estas áreas no Ensino Médio para o domínio da leitura. Levantamentos indicam que alunos gaúchos passam menos horas por dia em sala de aula que a média nacional. O Brasil está num modesto 88º lugar no ranking da UNESCO que mede desenvolvimento da educação no mundo e, em 2008, entre 1.463 escolas gaúchas, a melhor colocada no Enem ficou em 64ª posição. Faltam bibliotecas, professores e uma política para formar leitores que se mostre mais democrática.

Alain Touraine (1994, p.265) propõe uma reflexão em que a “idéia de sujeito é inseparável da idéia de relações sociais”, isto porque, a partir de sua perspectiva, o caráter social da vida humana define-se num processo de construção em que cada indivíduo exerce influência e é influenciado nas relações que estabelece com outros.

Tais relações, diz ele, são mediadas por instituições, grupos ou classes sociais, assim como pelos media, sendo fortemente marcadas por diversos interesses e pelas forças hegemônicas que as circundam. Nesse sentido, acentua-se de forma decisiva a participação dos sujeitos na construção de uma sociedade democrática. Mas trata-se de uma participação que requer uma consciência interiorizada, imbuídos que todos estes sujeitos precisam estar de seu papel social, como atores sociais. Os sujeitos em cena,



assim, portanto, se valem de espaços legitimados para o exercício efetivo de práticas democráticas que fortaleçam os ideais do bem-estar social e de construção da cidadania. Espaços esses que se materializam na circulação de produtos de mídia, em sua efetiva capacidade de envolver sujeitos e servir-lhes como assento de falas diversas, como espaço formal de diálogo na esfera pública.

Desde uma perspectiva de democracia dos meios, portanto, a imprensa será sempre mais cidadã enquanto baseada no respeito à diversidade, ao contraditório e à tolerância; no resgate à dignidade humana e à integridade pessoal. Os meios de comunicação medeiam sujeitos e relações sociais de forma mais ou menos democrática, conforme o modo como condicionam a participação desses atores sociais em direção a suas audiências.

Um problema se apresenta neste cenário, relativamente ao modo como jornais impressos, por exemplo, estabelecem as marcas de efetiva participação de leitores desde uma perspectiva democrática: sua atuação parece estar ainda, restrita em forma e conteúdo o que lhes confere um caráter pouco democrático e homogeneizante, mesmo em pleno século XXI.

Ao estudarmos as marcas retóricas presentes nos textos jornalísticos de jornais impressos em pesquisa ainda em andamento, analisamos os textos de redação de notícias e colunas nos impressos daquelas dez cidades gaúchas a partir de uma hipótese baseada em observação empírica, de que estes jornais revelam a presunção por um leitor idealizado sem diversidade e sem correspondência com seus auditórios<sup>4</sup>, pelo que suas retóricas revelam que este diálogo com os leitores não parece incentivado em suas diferenças pelos próprios jornais. Sob um ponto de vista da liberdade como fundamento da concepção de democracia em Alain Touraine, os jornais impressos parecem sofrer de uma espécie de sintomática endogenia que profissionais precisam vigiar e combater.

O jornalismo praticado nessas comunidades reflete a visão de mundo de sujeitos ainda presos ao passado. A retórica verbal que se faz presente nos jornais impressos denota uma descrença em relação ao futuro. Não apenas as narrativas, mas as retóricas visuais concorrem para consolidar o modelo de estagnação em que se encontram as políticas de

---

<sup>4</sup> Conforme KUNCZIK (2004,p.190) os jornalistas sabem em geral muito pouco sobre o seu público.



gestão na maioria das empresas de comunicação, a nosso ver. Com financiamento do CNPq, desde 2009, temos investigado as estratégias retóricas de jornais impressos em cidades do interior e buscado identificar a sua relação com estratégias de sobrevivência dos meios e já esses e outros resultados começam a aparecer na evidência de nosso estudo.

Se por um lado os meios de comunicação influenciam a vida de uma comunidade não é menos verdade aqueles também se vejam fortemente influenciados por ela. Nesse sentido, os jornais impressos sofrem o reflexo do social e do cultural de seu tempo. Em outubro de 2008, em congresso internacional da cidade do México, discutimos com pesquisadores latino-americanos o potencial renovador dos jornais do interior do Estado, ocasião em que apresentamos os desafios que enfrentam os jornais da cidade de São Borja (RS). Foi possível considerar as dificuldades vividas por esses jornais como dificuldades universais. A Associação Mundial de Jornais vem construindo esse mesmo entendimento. Expandindo as análises dos fenômenos acerca do jornalismo impresso em diversas culturas e chamando a atenção para a relevância comparativa entre eles.

A pergunta central da pesquisa ora financiada pelo CNPq diz respeito às formas visuais e verbais como os jornais impressos se mostram às comunidades dos leitores e a forma como estes jornais revelam a imagem que essas comunidades têm de si mesmas. Via significação de suas retóricas verbais e visuais o jornalismo impresso pode tanto reforçar a visão de mundo que tem uma comunidade quanto ser capaz de contribuir decisivamente para a construção progressiva de uma nova autocrítica, transformando a realidade na qual se inserem.

Os estudos estruturalistas que sabemos realizados desde a década de 50 na Europa e no Brasil nas décadas que se seguiram permitem conceber que o reconhecimento sobre as estruturas da linguagem em que se fundam os impressos possuem forte relação, em níveis profundos, com o imaginário coletivo e os arquétipos individuais, constituintes de certo grau de consciência, as narrativas místicas e a psicanálise da linguagem. A forma dos jornais, suas estruturas, não apenas física, mas de conteúdo, de texto, de expressão jornalística, invocam sentidos de consciências e promovem o processo de comunicação de modo a rearticular compreensões e vidas.



Os administradores de jornais parecem carregar a pressuposição de que os leitores não lerão os textos de seus jornais se carregados de frases e estruturas verbais longas, se forem paginados em blocos uniformes de texto que consideram esteticamente pouco atrativos aos leitores. Influenciados seguramente pela cultura da imagem e pelos apelos estéticos da comunicação eletrônica, sobretudo aquela comunicação formal visível nas estruturas das interfaces virtuais, em que os textos buscam abreviaturas a todo instante, redução de formas e concisão extrema, os jornais impressos vêm perdendo a propriedade que até pouco tempo os determinava, enquanto veículos de análise sobre a realidade, em contraposição aos fins de outros meios, mais facilmente ajustados à finalidade de anúncio e difusão, como as rádios, a televisão e a própria internet, em grande parte.

Os jornais precisam reencontrar sua identidade social em um mundo com sérias ameaçadas à sobrevivência da leitura como prática clássica. O estilo de vida das pessoas, a incapacidade das novas gerações, em termos genéricos, de ajustar o mundo às necessidades reais de suas vidas, tem concorrido para um distanciamento do homem contemporâneo e a leitura, processo este demorado, trabalhoso, impropriamente vinculado a representações pouco práticas para a vida, estereotipada que é a imagem de um leitor mais habitual como fosse um sujeito alienado, intelectual do isolamento.

Os jornais parecem querer atrair leitores não por teses ou por textos de opinião, pelo argumento de seus colunistas ou pela dialética do pensamento, mas pela persuasão dos signos visuais. E como fazem isso muito mal, em regra, porque somente alguns poucos jornais conseguem financiar de fato alguma consultoria técnica de qualidade em seus projetos gráficos e editoriais, eles mantêm ainda padrões retóricos muito abaixo da expectativa das próprias comunidades, trabalhando com pouca legibilidade em fotografias, sem aplicar conhecimentos de infografia, sem investimentos substanciais em técnicas e equipamentos e, sobretudo, em pessoas.

O risco à sobrevivência dos jornais impressos tem muito mais a ver com a relação que os jornais estão conseguindo estabelecer com seus leitores, e seus potenciais leitores, que propriamente com reflexões apenas de incursão de novos recursos tecnológicos. Queremos crer que os jornais estejam perdendo contatos com suas audiências porque desconhecem seu auditório. (PERELMAN, 1957)



Vimos identificando que algumas das marcas retóricas verbais que acreditamos sejam decisivas para adesão de auditórios não se confirmam nas produções jornalísticas desses veículos estudados em dez cidades investigadas nessa pesquisa e que compreendem a Mesorregião Sul do Rio Grande do Sul. A linguagem verbal adotada nega a forma de comunicação das pessoas do lugar, o que torna o texto do jornal de pequena identificação com seus leitores. O que se quer dizer é que quanto mais os jornais reproduzam os padrões nacionais de texto, expressividade lingüística e narrativa dos textos de jornais de grandes centros e de circulação nacional, tanto mais se mostram como produtos de informação sem a diferenciação necessária a suas comunidades e se distanciam dos seus leitores em potencial. É preciso que os jornais entendam seu papel na formação de novos leitores e que a norma culta do idioma não precisa ser negada para que ele possa aplicar formas de expressão e pensamento de fato identificadas com suas comunidades, interesses temáticos, abordagens, tratamento da informação e narrativas que estejam o mais próximo possível do mundo<sup>5</sup> da vida daquelas populações.

O jornal impresso só não tem mais leitores e vem perdendo gradativamente seu contingente de leitores pelo que ele deixou de oferecer em relação à identidade de novas gerações de usuários, imobilizado que esteve em suas próprias tradições. Não bastasse o desafio imposto pelas novas tecnologias, é preciso reconhecer que os jornais impressos sempre tiveram que superar a si mesmos, em diferentes momentos, porque logo que surgiram deixaram de cumprir exatamente a função que os levou a nascer. O crescimento na circulação e no número de leitores não traduz aumento no universo da leitura. A população cresceu e os índices cresceram sem correspondência a essa proporcionalidade.

Os jornais surgiram com a função de disseminar uma informação que havia restrita e politicamente concentrada. Hoje, e desde muito tempo, os jornais não vivem desta premissa enquanto meios a serviço propriamente da disseminação. A rede mundial e antes dela o rádio e a televisão fez essa tarefa com muito mais propriedade. Ao jornal

---

<sup>5</sup> Luis Martins apud BENETTI (2008) cita Habermas para lembrar que existe a colonização do mundo da vida pelo mundo sistêmico e perguntar-se sobre como compreender um lugar de fala para a sociedade civil, termo anteriormente expresso por Hegel e que Boaventura Souza Santos chama de Novos Sujeitos Sociais, esses sujeitos coletivos que o jornalista deverá presumir como sendo seu auditório universal.



coube então servir de meio para a reflexão mais apurada, para a análise em profundidade, coisa que em razão do tempo e da natureza dos demais meios, se via não tão apropriada a eles que o fizessem.

Perguntados sobre a motivação da leitura de jornais, os moradores do bairro do Passo que compreenderam a pesquisa realizada em 2008 em amostra piloto e em 2009 em nova coleta de dados, responderam que não costumam ler jornais porque eles encontram o que precisam no rádio e na TV. Mais da metade dos moradores em 200 residências atingidas pela pesquisa admitiu que não tivesse qualquer relação com o meio impresso. (O jornal escreve para parte da cidade, em geral, para os próprios protagonistas das notícias de fato). Pela pesquisa, 47% dos moradores do Passo entre os que afirmam não ler jornais possuem renda familiar superior a 4 (quatro) salários mínimos e moram em casas próprias. Logo, a exclusão dos leitores se deve muito mais por razões culturais que por razões econômicas. Apenas 22% do total de moradores pesquisados disseram ter mais de cinco anos de escolaridade regular, por exemplo.

Como afirmou Roger Chartier (2005) temos uma responsabilidade muito maior nesse tempo do que na era de Gutenberg. A riqueza das formas de expressão que a comunicação contemporânea permite, segundo o historiador francês, “ deve nos fazer mais vigilantes ainda a propósito de definir nesse mundo superabundante, selvagem, quase florestal do texto, como desenhar uma ordem que não seja necessariamente uma disciplina imposta mas que seja nossa maneira própria de propor, para a escrita, tanto o fazer como o conhecimento. Os jornais precisam compreender o que querem seus leitores. Fazer com que a palavra que levam às comunidades tenha de fato algum sentido. Formar leitores é seu grande desafio. Formar textos que tenham identificação<sup>6</sup> com eles a sua indissociável sobrevida.

---

<sup>6</sup> Essa identificação será também tanto maior quanto mais as notícias forem compreensíveis ( KOVACH & ROSENSTIEL, 2004, p.195)



## Referências Bibliográficas

BENETTI, Marcia & LAGO, Cláudia. Metodologia da Pesquisa em Jornalismo. Coleção Fazer Jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008.

BORGES, Leila Cristina. A formação do leitor infantil. Anais do I Congresso de Extensão Universitária. Universidade Federal da Paraíba. Disponível em [http://www.prac.ufpb.br/anais/Icbeu\\_anais/anais/educacao/educacao.html](http://www.prac.ufpb.br/anais/Icbeu_anais/anais/educacao/educacao.html) <acesso em 2 de julho de 2010>

CANELA, Guilherme. Media and public communication policies. In: Brazilian Journalism Research. Brasília, Editora da UnB. SBPJor. 2007.

CHARTIER, Roger. CHARTIER, Roger. Os desafios da escrita - tradução de Fulvia M. L. Moretto. - São Paulo: Editora UNESP, 2002.

DORNELLES, Beatriz. Jornalismo Comunitário em cidades do interior. Uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores. Porto Alegre: Sagra Luzatto, 2004.

DIEESE. <Disponível em :<http://www.dieese.org.br/>> Acesso 9 Ago, 2008.

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. Os elementos do jornalismo. O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

KUNCZIK, Michael. Conceitos de jornalismo. São Paulo: Edusp, 2004.

TOURAINÉ, Alain. In; VASCONCELOS, José Gerardo & PAULINO DE SOUSA, Antonio (org). Educação, Política e Modernidade. Fortaleza: UFC, 2006.

ZERO HORA. Caderno Cultura. 10 Julho 2010