



O Conceito de Notícia Local nas Capas do Jornal Meio Norte.¹

Victor Castelo Branco Rodrigues ALVES²

Paulo Fernando Carvalho LOPES³

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

O presente trabalho estuda a globalização como agente fortalecedor da identidade local. São estudadas as capas do Jornal Meio Norte como elemento formador dessa identidade. Utiliza-se a análise de discurso, tendo como fundamento a Teoria dos Discursos Sociais, e o estabelecimento do “contrato de leitura”, definido por Verón, entre jornal e leitor para perceber como o aquele aborda determinados assuntos locais e ajuda na construção dessa identidade perante o leitor.

Palavras-chave

Local; Análise de Discursos; “Contrato de Leitura”.

Introdução

A partir do final do século XX, com o desenvolvimento de novas tecnologias intensificaram-se os processos de globalização. A facilidade com que se importam e exportam conhecimentos, experiências, e até mesmo estilos de vida no mundo todo faz com que surjam culturas híbridas.

O que se procura demonstrar através dessa análise, é que a globalização não destrói o local e suas identidades. Para isto, precisa-se ter em mente que local se caracteriza como uma construção social, que ultrapassa fronteiras geográficas.

Assim sendo, este estudo busca perceber como o jornal Meio Norte constrói seus discursos dando um enfoque de local nas matérias e fotos como forma de propor um “contrato de leitura”. Nesta perspectiva, nortearmos na Teoria dos Discursos Sociais, que trabalha com os processos de constituição do discurso.

¹ Trabalho apresentado no DT IJ01 – Jornalismo do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Comunicação Social da UFPI, email: cbvictor@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFPI, email: lopespauloferando@gmail.com



Para verificar o conceito de notícia local no contexto teresinense optou-se por analisar as capas do jornal Meio Norte nas edições entre os dias 13 e 27 de abril de 2009.

A escolha das capas dos jornais se deu por estas possuírem elementos importantes para a construção do discurso, sendo também as páginas responsáveis por seduzir o leitor e levá-lo ao aprofundamento e aceitação da notícia.

O acesso à primeira página depende da qualidade da informação trazida pelo item. Na capa, o jornal coloca as notícias que ele acredita serem as mais importantes, que irão chamar a atenção do leitor. Pode-se considerar também, que na capa, o jornal demonstra o que ele quer ser, mostra a sua “cara”. É por onde se dá o primeiro contato com o leitor, portanto, deve-se usar de todas as estratégias para se fazer consumir.

Análise de Discursos

A análise de conteúdos começou nos anos 30, sob a tradição interpretativa e através de pesquisadores ligados à sociologia e à psicologia. O método consistia no tratamento da informação semântica do texto. É impossível, entretanto, fazer uma síntese de todas as correntes que trabalham com análise de discursos. Pinto (1999, página 13) cita 8 enfoques: dependentes ou independentes do contexto, explicativas ou críticas, que desconfiam da letra do texto ou mantêm a análise na superfície, que interpretam conteúdos ou trabalham com marcas formais, que usam ou não um conceito de ideologia com o conceito de discurso, que analisam textos isolados ou trabalham comparativamente, que usam ou não técnicas estatísticas como instrumento de contextualização e, por fim, que realizam um trabalho prévio de transcrição normativa dos textos em categorias padronizadas ou trabalham com as marcas formais da superfície do texto conforme são apresentadas.

A análise de discursos sociais contemporânea é produto de duas tradições: a análise de discursos francesa e outras propostas de fundo psicossociológico. Apesar das discordâncias, as duas teorias vêem os discursos como produto de sua própria idéia de multiplicidade.

A análise de discursos francesa tentava articular lingüística e história numa teoria do discurso. A escola francesa vê a ideologia como constitutivas da produção dos



sentidos sociais por força dos aparelhos ideológicos e define os discursos como práticas sociais determinadas pelos contextos social e histórico. Seu foco principal é na análise de textos impressos ou transcrições orais consideradas isoladamente de outros sistemas.

Uma das correntes de fundo psicossociológico da análise de discursos sociais é a *discourse analysis*⁴. Essa corrente incorporou elementos da sociologia e combina a descrição da estrutura e funcionamento interno dos textos com uma tentativa de contextualização. Pinto (1999, páginas 21-22) critica essa corrente, uma vez que ela defende a ação do discurso como originária no indivíduo, como se esse fosse imune às ações sociais.

Essa corrente vê os discursos como uma unidade lingüística constituída por uma sucessão de frases da linguagem verbal em contextos determinados. Seu objeto de trabalho são os esquemas gerais de organização e dos processos de tomada da palavra em conversações cotidianas. O tipo de análise é usada na análise de textos orais e suas características como entonação, pausas e murmúrios, ausentes em textos impressos.

Apesar dos conflitos entre as duas correntes, Pinto (1999, página 24) afirma:

“O universo dos discursos produzidos numa sociedade se organiza em séries ou redes discursivas –, trazem não só a possibilidade de uma conciliação entre as tradições francesa e anglo-americana, como a tornam bastante promissora em termos teóricos e metodológicos.”

Segundo Pinto (1999, página 26), o primeiro passo de qualquer análise de discurso é prestar atenção à “textura” do texto. Ele afirma que “é na superfície dos textos que podem ser encontradas as marcas deixadas pelos processos sociais de produção de sentidos que o analista vai interpretar”.

Deve-se procurar essas marcas em três níveis: o contexto situacional imediato, o institucional e o sociocultural mais amplo. O primeiro diz respeito a uma conversa casual entre duas pessoas. . O segundo remete a como as instituições sociais, como família, igreja e trabalho, falam através do indivíduo. O terceiro exprime o papel social do indivíduo na sociedade

⁴ PINTO, M. J. Comunicação e Discurso. São Paulo: Hacker Editores, 1999.



O sujeito também não deve ser visto como único. Pinto (1999, página 32) defende que todo texto é híbrido ou heterogêneo quanto à sua enunciação, gênero de discursos e lugares de fala. Esse princípio é conhecido como heterogeneidade enunciativa. Sobre esse assunto, Pinto (1999, página 31), expõe que a heterogeneidade, segundo Bakhtin, acontece em planos distintos, ambos designados como polifonia: a heterogeneidade mostrada (que acontece a partir do contexto situacional) e a heterogeneidade constitutiva (que é notada através de vestígios de outros textos anteriores). Esse dialogismo (o entrelaçamento de vários discursos) é construtivo. Cabe ao analista identificar cada um desses fatores no texto.

Mas a principal problemática da análise de discursos diz respeito à enunciação. Na visão de Pinto (1999, página 27), a enunciação diz respeito não ao que é dito, mas ao dizer e suas modalidades, os modos de dizer. Para ele, cada texto pertence a um gênero e, para cada um, há o dispositivo de enunciação: a explicitação dos posicionamentos ideológicos e os lugares de fala.

O autor empírico e o sujeito do enunciado são a mesma pessoa. Ao produzir um texto ou uma fala, o enunciador expõe posições discursivas com as quais pode ou não se identificar, dependendo do efeito que queira produzir. Os vários discursos que fazem parte do discurso do enunciador formam a sua imagem e a imagem que este tem do mundo.

Na imagem que o enunciador tem do mundo, também se forma a imagem do destinatário, responsáveis pela interpretação e consumo do texto produzido. Se o discurso for bem sucedido, tornar-se-á parte do discurso desses destinatários, sendo disseminado e reproduzido, produzindo efeitos. Ele se torna o sujeito falado.

Tem-se na enunciação, logo, 3 sujeitos: o do enunciado, da enunciação e o falado. A distinção entre eles é uma forma de explicitar os diferentes posicionamentos dentro do texto.

Outro fator que também deve ser levado em consideração na análise de discursos é a ideologia e o poder. Pinto (1999, página 44) afirma que o processo de produção – circulação – consumo dos textos passa por essas duas dimensões, constituindo a semiose social. No dizer do autor, a ideologia serve de sustentação para as relações de poder.



O poder é a segunda parte da semiose, ligado aos efeitos. Pinto (1999, página 47) argumenta que o poder deve ser visto em uma dimensão analítica. Ele afirma:

“Para que esses efeitos de sentido possam ser recuperados em uma análise, demonstrando que tal discurso veiculado pela mídia, por exemplo, teve efetivamente alguma espécie de poder sobre os receptores é necessário que eles tomem a forma de sentidos produzidos [...] que definem por sua vez determinadas relações e identidades sociais assumidas por esses receptores (agora enunciadore) as quais são então devolvidas ao tecido infinito da semiose social”.

Para a finalização do seu objetivo, os discursos se utilizam de três funções: construção do referente (mostração), estabelecimento dos vínculos socioculturais necessários para dirigir-se ao seu destinatário (interação) e distribuição dos afetos positivos ou negativos com o qual os discursos se identificam (sedução).

Segundo Pinto (1999, página 65), a construção do referente “consiste em designar e descrever as coisas ou pessoas de que se fala, estabelecendo relações entre elas e localizando-as no tempo e no espaço, sempre em relação ao que o receptor supostamente conheceria deste universo em pauta”. Essa relação contextual é importante para que o destinatário possa construir uma imagem correta daquele de quem se fala.

A interação, afirma o mesmo autor, diz respeito a estabelecer relações de poder com o destinatário, agindo sobre ele ou sobre o mundo através dele. Nesse caso, os discursos do enunciadore precisam manter a estrutura hierárquica original. O objetivo pode ser atingido através da escolha de estruturas gramaticais ou operações de modalização.

A sedução, por fim, pretende distribuir valores positivos ou negativos de acordo com o objetivo a ser atingido. Assim como na interação, cabe ao enunciadore reforçar os valores hegemônicos. Cabem novamente operações de modalização expressiva. Mas, ao contrário da anterior, pode-se usar a interpretação do destinatário.



“Contrato de Leitura”

Verón (1985, páginas 203 a 229) conceitua o “contrato de leitura” como “a relação entre um suporte de mídia e a sua leitura”. Na opinião do autor, ele é formado pelos discursos das mídias, no papel de enunciador, e do destinatário.

O êxito de um “contrato de leitura” depende de três elementos: propor um contrato que corresponda aos interesses e motivações do imaginário visual, ser capaz de fazer evoluir o “contrato de leitura” de modo a aumentar o nível sócio-cultural dos leitores, preservando o vínculo e de mudar o “contrato de leitura” de acordo com a situação de uma forma coerente.

Para entender como e por quais mecanismos o meio de comunicação constrói o “contrato de leitura”, Verón (1985, páginas 203 a 229) propõe que se entenda o funcionamento dos discursos nos níveis de enunciado (aquele que se diz) e da enunciação (modos de dizer). O autor argumenta que através da enunciação, um discurso constrói uma imagem daquele que fala, uma imagem de a quem se fala e um vínculo entre eles. São as múltiplas estruturas enunciativas que constroem seu suporte. A análise do “contrato de leitura” permite que seja possível determinar a especificidade da construção dessa relação entre os leitores e o meio de comunicação.

Jornal Meio Norte

O Jornal Meio Norte (JMN) possui uma visão direcionada para a região que compreende a zona de transição entre o Norte e o Nordeste do Brasil, compreendida por Piauí e Maranhão. Por ter sua sede em Teresina, a maioria das suas manchetes no período escolhido são referentes a acontecimentos locais.

Esta análise, como afirmado anteriormente, foi conduzida entre os dias 13/04/2009 e 27/04/2009. Buscou-se entender como o JMN constrói o conceito de local através das suas capas.

O JMN possui 5 cadernos, diferenciados por letras durante a semana. O primeiro caderno é referenciado pela letra “A”, o segundo caderno pela letra “B” e o terceiro caderno pela letra “C”. Os cadernos “D” e “E” são destinados aos classificados. No domingo, o JMN aumenta seus cadernos para 9, com a publicação dos cadernos



especial, infantil, notícias da TV, Piauí e Vida. Na segunda, há apenas 1 caderno, em um formato mais compacto, diferente do jornal diário. As editorias são assim distribuídas entre os cadernos:

- 1º caderno – Política, Piauí, Nacional, Mundo, Geral, Esporte e Últimas.
- Teresina – Cidade, Educação, Bairros, Economia e Polícia.
- Arte & Fest – Relacionados à cultura local e acontecimentos da mídia nacional.

Traz também horóscopo, cruzadas e uma sessão de piadas.

No total, são 14 editorias diárias: Opinião, Política & Justiça, Piauí, Nacional, O mundo, Geral, Olé, Últimas, Teresina, Educação, Bairros, Economia, Polícia e Art & Fest.

O nome “meio norte” vem justificado à esquerda em letras minúsculas. A palavra “meio” está em azul claro e a palavra “norte” em azul escuro. Abaixo do título, é indicado o ano do jornal, o número da edição e o local onde é produzido. A indicação de Teresina como capital do meio norte do Brasil encontra-se destacada em caixa alta e parte referente ao “meio norte” encontra-se em negrito.

Abaixo do título, há uma caixa de cor roxa contendo uma chamada do jornal, referente ao caderno “Art & Fest”. Não há uma constância, entretanto. No dia 21/04, ela fez referência ao julgamento do delegado Wendell Reis. No dia 23/04, por exemplo, a caixa chama atenção a uma entrevista da cantora Stefhany no caderno For Teens.

Acima do título, nota-se a referencia ao dia da semana e do mês e a quantidade de páginas e cadernos da edição. Abaixo dessas informações, está o endereço eletrônico do jornal. Ao lado, são colocadas informações como o fechamento, valor de compra na capital e em outros estados, valor de compra e venda do dólar, do euro, da poupança, INSS, IR e sobre a previsão do tempo. No canto inferior direito, apresenta-se o índice, com a discriminação de quantidade de páginas por caderno.

O número de chamadas na capa variam entre 4 (13/04) e 11(23/04). A manchete está em negrito, assim como algumas chamadas secundárias. O nome também aparece negrito. As chamadas estão distribuídas em toda a capa, desde a caixa roxa, até a metade inferior do jornal. Os assuntos são diversos e não seguem uma hierarquia precisa. O esquema de cores que acompanha as chamadas também não seguem um padrão discernível. A mesma cor é usada em várias chamadas sem relação direta entre si.



Como dito anteriormente, a capa do JMN dá preferência aos temas locais. Os temas são variados entre violência, drogas, economia, futebol, justiça e política local e regional. Entre os temas principalmente abordados, estão política local e regional, economia e cultura. As fronteiras entre os cadernos e suas respectivas editorias são respeitadas.

Temas nacionais só foram manchete por duas vezes: na decisão do Campeonato Carioca e com a declaração do Min. Gilmar Mendes por ocasião do mutirão processual realizado em Teresina. Temas nacionais também são preteridos em relação aos temas locais. Os temas nacionais que são notícia geralmente são ligados à política e ao esporte. Apesar de serem temas mais ligados ao cenário nacional, como a visita do Presidente Lula à feira dos municípios, essas notícias possuem influência no cenário local. Não se pôde notar essa influência com relação as notícias de esporte. Eventualmente a cena internacional compõe a capa, entretanto, não há possibilidade de influência desse tipo de notícia na cena local.

Nas capas, o local sempre se faz presente na manchete principal.

13/04/2009 – 18 mortes violentas.

Aqui, o JMN expressa preocupação com o alto número de mortes registradas no final de semana.

14/04/09 – Barragem libera água e chuva derruba casas

Nessa matéria, há o alerta sobre a situação do cidadão comum na época em que as chuvas se faziam mais intensas.

23/04/09 – Piauí fará empréstimo de 172 milhões.

A notícia, com clara referência econômica, fala sobre um empréstimo para a economia do Estado compensar as perdas geradas após a crise internacional.

A manchete principal, como se pôde notar, busca um consumidor amplo. São notícias que despertam o interesse tanto dos leitores mais economicamente confortável, como aos mais necessitados.

Pode-se apontar também os diversos tipos de leitores atingidos pelas chamadas de capa:

Torcedor – Fla-Flu, Estadual e mais esportes, Rogério Ceni: 4 meses sem jogar, River derrota o Piauí por 2 a 1 de virada, Piauiense quer bicicleta para aventura.



Assalariado – Hortaliças e frutas sobem mais de 100%, Leão: mais da metade vai deixar pra última hora, Governo reduz IPI de fogão e geladeira, Governo quer mínimo de R\$ 506,50 em janeiro, Número de financiamentos dobrou no PI.

Político – Assembléia: governo e oposição trocam acusações, Escândalo da Câmara cita piauienses, TCE pede intervenção em seis municípios, Nazareno propõe acabar com o Senado, Núcleo do Dirceu promove cidadania.

Estudante – Ufpi abre novo espaço para a arte, Professores vão parar no dia 24, Diploma para jornalista mobiliza categoria.

Os conceitos também demonstram um leitor que já possui alguma familiaridade com os personagens tanto da cena política como das instituições apresentadas. Na manchete de 14/04, quando se menciona a barragem aberta, o JMN deduz que o leitor sabe da crítica situação da barragem de boa esperança. Nas manchetes entre os dias 17/04 e 19/04, a mesma dedução é feita sobre Jackson e Roseana, atores da política maranhense.

Há, ainda, duas repetições de tema relevantes. A primeira acontece com relação ao mercado de drogas em Teresina. No dia 15/04, a manchete chama atenção para o grande valor de crack apreendido: R\$ 1,2 milhão. O tema volta ao centro das atenções no dia 21/04, com um relatório da PF afirmando que o crack é a droga mais consumida na cidade. O Crack volta a aparecer na manchete do dia 26/04 como droga altamente viciante.

Na primeira notícia, é chamado o dado da Polícia Rodoviária Federal (PRF). A droga, apreendida em Pernambuco, estaria a caminho da distribuição em Teresina. Na manchete seguinte, o relatório foi feito pela mesma PRF. Para chamar o local a tomar parte, a Polícia Civil do Piauí é trazida para confirmar a informação. A avaliação geral que pode ser feita é a da alta periculosidade dessa droga específica e das graves consequências advindas do seu consumo.

Outra repetição que foi notada faz referência ao nepotismo na Administração Pública. A capa de 24/04 afirma que a Prefeitura Municipal de Teresina (PMT) é obrigada a demitir os funcionários que não prestaram concurso. No dia seguinte, o JMN noticia que a Câmara Municipal também vai demitir seus funcionários sem concurso. A leitura que se faz, entretanto, é que, enquanto a PMT foi obrigada a tal ação, a Câmara



assim agiu em nome de uma boa imagem pública. Em nível de moralidade pública, os dois órgãos estariam em paridade.

A PMT também tem sua imagem negativada quando o assunto remete a educação, saúde ou segurança. No dia 13/04/2009 a manchete estampa um final de semana com 18 mortes violentas. Para uma cidade como Teresina, que não é considerada uma metrópole ainda, é um número muito alto.

Embora a imagem de violência crescente passe a imagem de que Teresina está no caminho para se tornar uma metrópole como Fortaleza, que também passa por tais problemas, a impressão é que a PMT não faz nada para proporcionar aos cidadãos um mínimo de estrutura necessária. Nas 15 capas analisadas, há 18 chamadas referentes a violência, falta de saúde e educação.

Por fim, as fotos que ilustram a matéria são “naturais”. Há fotos “alteradas” no canto superior direito do jornal. Ultimamente, as fotos remetem ao evento “Planeta Micarina”, organizado pelo grupo. O tema das fotos é preferencialmente local. Quando a manchete principal reflete um tema nacional, a foto acompanha a tendência. No dia 20/04, a foto foi referente ao time do Flamengo, então campeão carioca de futebol. O mesmo acontece com o tema regional, como na cassação do Governador do Maranhão. Há, ainda, espaço na metade inferior do jornal, para uma terceira foto. O seu tema também reflete a cena local.

Conclusão

O objeto de análise deste trabalho foram as capas do jornal Meio Norte entre os dias 13 e 27 de abril de 2009. Com base em apurações detalhadas buscou-se desenvolver o conceito de local representado nas capas destes jornais. No jornal este conceito está além daquilo que tem origem do município ou Estado onde é produzido, mas aquilo que desperta interesse no público leitor - isso fica evidente nas manchetes de esporte sobre futebol do Rio e de São Paulo que são de súbita importância para o leitor e têm sua representatividade comprovada em cada um dos jornais.

Para fundamentar essa afirmação, deve-se ter em mente o que Pinto (1999, página 28) afirmou sobre os discursos sociais:



“Definir os discursos como práticas sociais implica que a linguagem verbal e as outras semióticas com que se constroem os textos são partes integrantes do contexto sócio-histórico e não alguma coisa de caráter puramente instrumental, externa às pressões sociais. Têm assim papel fundamental na reprodução, manutenção ou transformação das representações que as pessoas fazem e das relações e identidades com que se definem numa sociedade, pois é por meio dos textos que se travam as batalhas que, no nosso dia-a-dia, levam os participantes de um processo comunicacional a procurar ‘dar a última palavra’, isto é, a ter reconhecido pelos receptores o aspecto hegemônico do seu discurso”.

Esse processo ficou claro com os exemplos dados no texto. Há uma construção social contrária ao crack nas capas do JMN dentro do período de análise. O tema apareceu em 26% das capas, sempre de maneira negativa. A estatística mantém a condenação tanto daquele que revende como daquele que compra. A impressão final é que a droga causa danos sociais de difícil recuperação.

Pode-se perceber esse mesmo reforço no que diz respeito à administração pública. A PMT é vista como um órgão que contrata funcionários entrou sem o devido concurso público. Não importam as melhorias que o órgão possa ter tomado para melhorar a vida dos seus cidadãos. O fato de a instituição abrigar funcionários que entraram de maneira ilegal só colabora na transformação negativa da sua imagem. A manchete do dia 24/04/2009 afirma que a PMT só demitiu esses funcionários porque foi obrigada.

A manutenção dessa imagem negativa acontece através das chamadas que remetem a falta de estrutura da cidade e falta de saúde e educação. O reforço constante dessa imagem negativa pode incitar a população contra a instituição, mudando a tendência de votação nas próximas eleições municipais.

Outra transformação notável acontece de maneira geográfica. O Brasil político é dividido em 5 regiões: norte, nordeste, centro-oeste, sudeste e sul. O JMN, ao firmar-



se como representante da porta-voz do meio norte do país, cria uma nova região, que busca ver-se reconhecida pelos destinatários através do seu discurso hegemônico.

Constatou-se o que foi falado na introdução. A capa utiliza-se das funções da comunicação (mostrar, interar e seduzir) para poder ser consumida pelos destinatários, que se tornarão enunciadores desse discurso.

Os três contextos também estão presentes na construção da capa. O contexto situacional imediato mostra o que merece ser notícia hoje no meio norte do país. O contexto institucional é formado quando o JMN transmite a fala das instituições. Por fim, o contexto sociocultural mais amplo aparece quando o jornal se coloca como defensor dos interesses da sociedade, cobrando ações do poder público.

A polifonia também se faz presente. Há heterogeneidade mostrada quando o JMN reproduz o discurso buscando um tipo específico de destinatário. A heterogeneidade constitutiva faz-se notar quando o assunto retorna à capa (como no exemplo do crack e da má imagem da PMT perante o público). Como as duas heterogeneidades tratam de assuntos locais, o dialogismo ajuda a formar a imagem do local.

Os modos de dizer também foram determinantes na construção de imagens. O fato de a PMT ter sido obrigada a demitir os funcionários permitiu uma interpretação de que o órgão não cumpre a lei. Como confiar em uma instituição que não cumpre uma lei? E o que dizer quando o órgão que deveria proporcionar estrutura para os seus cidadãos não o faz?

Como dito anteriormente, a imagem do sujeito falado pressupõe que ele possua conhecimento sobre os sujeitos da enunciação. Como o JMN possui foco no cenário local, é requisitado conhecimento prévio dos personagens e instituições que compõem essa cena.

A ideologia e o poder também se fazem presentes. O jornal busca efeitos através desses discursos. Entre eles, a condenação e a eliminação do tráfico de crack e a não-aprovação das atitudes da PMT como instituição, uma vez que ela é incapaz de prover segurança, saúde e educação aos seus moradores e não cumpre a lei quanto as suas contratações.

Com relação ao “contrato de leitura”, pode-se concluir que o suporte entre o JMN e os seus destinatários cumpre as condições impostas por Verón (1985, páginas



203 a 229). A capa, por conter apenas fotos e chamadas, seduz o leitor para o consumo do jornal. As matérias visam aumentar o nível sócio-cultural do seu destinatário. O contrato também muda conforme a situação. Apesar de ter como foco o meio norte do país, o jornal também aborda questões nacionais, quando julga que a notícia será benéfica ao seu destinatário.

Pode-se dizer, ainda que a diagramação da capa do jornal Meio Norte é bastante estilizada, mas confunde a leitura visual. Há um destaque para a fotografia com uso de recursos técnicos. Transmite uma idéia de valorização das coisas regionais em busca de uma aproximação com os destinatários.

Assim, conclui-se que o local, nas capas do jornal analisado, não se refere apenas a notícias da cidade ou do Estado, mas também a notícias que são nacionais e ganham um viés que as tornam próximas ao leitor. Isso demonstra o que foi exposto no início, onde colocou-se que o global, não apenas cria identificações globais, como também cria identificações locais. Dessa forma, o jornal traz o que está em torno do leitor, mas também exigem que este detenha conhecimento do que está acontecendo no seu país e no mundo.

O conceito de notícia local para os jornais é aquilo que interessa ao leitor, seja na área de política, esporte ou polícia. Cada veículo procura criar uma identidade com o seu leitor de alguma forma. Em todos os casos, o local é sempre proposto como forma de trazer o leitor para o jornal e criar assim um “contrato de leitura”.

Referências Bibliográficas

BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 6. Ed. São Paulo: Hucitec, 1979.

PINTO, M. J. **Comunicação e Discurso**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

VERÓN, Eliseo. El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. **Les Medias: Experiences, reserches actuelles, applications**. París: IREP, 1985.