Estudando as Enunciações de Capas de Jornais Infantis: Uma análise comparativa do "Diarinho" e do "Liberalzinho"[1]

Suzana Cunha Lopes[2]
Universidade Federal do Pará

Resumo

Este artigo faz uma análise comparativa das enunciações das capas de dois suplementos dominicais infantis de Belém-Pará: o *Diarinho* e o *Liberalzinho*. Como aporte teórico, utiliza-se os conceitos de *enunciado*, *enunciação*, *enunciador*, *destinatário* e *contrato de leitura*, contidos na Teoria da Enunciação, de Eliseo Verón. O objetivo é analisar as modalidades enunciativas de cada suplemento para, assim, encontrar as semelhanças e particularidades dos cadernos. Por fim, chega-se à compreensão de como os jornais comunicam variados temas às crianças e, sobretudo, como eles se comunicam a elas.

Palavras-chave

Jornalismo impresso; Cadernos infantis; Teoria da Enunciação

1. Introdução

Produtos midiáticos para crianças são um ramo recente[3] na história do jornalismo paraense. Os dois jornais diários de maior circulação no estado, o *Diário do Pará* e *O Liberal*, são os únicos de Belém a produzir suplementos dominicais para o público infantil. Foram acrescentados às edições de domingo desses jornais, respectivamente, o *Diarinho* e o *Liberalzinho*, que são experiências ainda pouco valorizadas e desprovidas de investimento para que melhorem em qualidade.

Em estilo de revista tanto na forma quanto no conteúdo, os cadernos são uma estratégia de abranger para as crianças a leitura do jornal de domingo e uma mostra da diversidade de conteúdos que o jornalismo produz, assim como da variedade de públicos (determinados) que o jornal diário, sendo um produto misto, procura atingir. Como cadernos especiais e específicos, tratam de assuntos do interesse infantil, como jogos, curiosidades, entretenimento e notícias direcionadas a crianças.

Sendo uma novidade ainda pouco analisada do ponto de vista científico, a produção jornalística para crianças, recortada nas edições do *Diarinho* e do *Liberalzinho*, é um objeto bastante aberto a reflexões. Este artigo pretende avançar as

[1] Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte.
[2] Estudante do quinto semestre da graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Neste trabalho, recebeu orientação da Professora Doutora Netília Seixas. Endereço eletrônico: suzanaclopes@yahoo.com.br
[3] Não portamos dados exatos sobre a fundação dos dois cadernos, mas quando utilizamos a palavra recente, consideramos que eles não possuem mais do que quinze anos.

pesquisas sobre os meios de comunicação utilizando teorias para compreender a prática do jornalismo impresso infantil.

Nos próximos capítulos, buscar-se-á quais as semelhanças e particularidades de cada suplemento ao se enunciar por sua capa. Mais do que apontar as notícias em si publicadas na primeira página, pretende-se analisar as modalidades enunciativas de cada jornal, para, assim, compreender como os cadernos comunicam variados temas às crianças e, sobretudo, como eles se comunicam a elas.

A análise comparativa das capas dos suplementos dominicais infantis do *Diário do Pará* e de *O Liberal* consiste na explicitação de estratégias enunciativas utilizadas pelos cadernos para transmitir seu conteúdo de forma particular. A escolha da capa parte da compreensão de que ela é a vitrine da enunciação de um meio de comunicação impresso e o primeiro contato do leitor com o caderno. Assim, as capas são, para uma análise formal, produtos ricos onde se investem diversos recursos sígnicos.

Ao explicitar a particularidade de cada suplemento não apenas se identifica uma diferenciação entre as abordagens acerca de conteúdos para crianças. A proposta é compreender, baseando-se em teorias científicas, por que há diferentes enunciações e como elas são construídas pelos cadernos.

São analisados quatro cadernos de cada jornal, por julgarmos, com essa quantidade, já ser possível encontrar regularidades na enunciação dos suplementos. As edições utilizadas são as quatro mais recentes antes do início da análise, datadas de 18 de maio, 25 de maio, 1° de junho e 8 de junho de 2008. A seleção das edições baseada apenas no tempo, e não nos formatos e conteúdos dos cadernos, é uma maneira de também reduzir parcialidades da autora no recorte proposto à análise.

A base teórica do trabalho é a Teoria da Enunciação de Eliseo Verón expressa na obra *Fragmentos de um Tecido* (2004, p.215-38). A partir do pressuposto de que a enunciação é "colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização" (BENVENISTE, 2006, p.82), serão tratados os conceitos de *enunciado* e *enunciação*, concordando com o pensamento de Verón de que não está apenas no plano do conteúdo a indicação da especificidade dos suportes de imprensa, mas, sobretudo e mais enfaticamente, na maneira como cada suporte lida com a notícia, escreve-a, formata-a, diagrama-a, ilustra-a e a publiciza.

Veremos também os conceitos de *enunciador* e *destinatário*, que Verón acredita serem sujeitos ativos na construção do sentido, e de *contrato de leitura*, o dispositivo de enunciação pelo qual o enunciador se relaciona com seu destinatário. Assim,

reconheceremos de que forma os enunciadores *Diarinho* e *Liberalzinho* sugerem seus contratos com os destinatários: os públicos infantis que cada um se propõe a atingir.

Todos esses conceitos convergirão para e justificarão o pressuposto de que a produção jornalística não é imparcial e puramente objetiva, mas um processo de enunciação em que o sujeito-enunciador, no caso, os cadernos agem sobre a língua e formatam a notícia empregando elementos histórico-sociais que fazem parte do arcabouço cultural e dos interesses de cada um (FAUSTO NETO, 1991, p.32).

2. Contextualização teórica

Os principais conceitos da Teoria da Enunciação de Eliseo Verón sobre o ato enunciativo são os pares enunciado/enunciação e enunciador/destinatário e o contrato de leitura. Segundo Benveniste (2006, p.82), "a enunciação é o colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização". Para melhor compreender esse conceito, vejamos o que Verón escreveu sobre *enunciado* e *enunciação*:

> Convém não separar o conceito "de enunciação" do par do qual ele é um dos termos: *enunciado/enunciação*. A ordem do enunciado é a ordem *do que é dito* (aproximadamente poder-se-ia dizer que o enunciado é da ordem do "conteúdo"); a enunciação diz respeito não ao que é dito, mas ao *dizer* e suas modalidades, os *modos* de dizer. (VERÓN, 2004, p.216)

Como Verón esclareceu, apesar de os conceitos de *enunciado* e *enunciação* apresentarem diferenças nítidas, não há uma oposição separativa entre eles, mas uma conexão indispensável e complementar. Esse par é simultâneo e essencial na construção dos sentidos na sociedade, seja em conversas informais, seja no cotidiano do jornalismo.

Assim, a imprensa, por exemplo, trabalha com uma vasta quantidade e qualidade de informações, que constituem os enunciados. Mas cada empresa jornalística ordena, escreve, ilustra, aborda essas informações de uma maneira diferente e particular, ou seja, produz enunciações próprias. "Se é verdade que a língua é finita na definição dos seus limites e de suas regras, são infinitas as possibilidades modalizadoras de uso da língua, pela mediação da palavra, via sujeito" (FAUSTO NETO, 1991, p. 28).

Fausto Neto insere no trecho acima um elemento importante para o entendimento do caráter particular da enunciação: o sujeito ou, para usar a terminologia de Verón, o enunciador. Convém uma consideração essencial acerca desse conceito: o enunciador não é o produtor da enunciação, mas aquele que se pronuncia nela, o sujeito passível de reconhecimento a partir dela.

> O ato individual de apropriação da língua introduz aquele que fala em sua fala. Este é um dado constitutivo da enunciação. A presença do locutor em sua enunciação faz com que cada instância de discurso constitua um centro de referência interno. Esta situação vai se manifestar por um jogo de formas específicas cuja função é de colocar o locutor em relação constante e necessária com sua enunciação. (BENVENISTE, 2006, p.84)

O enunciador, dessa forma, não pode ser confundido com o emissor, pois enquanto este é um sujeito real (pessoa física ou jurídica), aquele é uma entidade discursiva. Isso resulta no fato de um único emissor ter a possibilidade de produzir, em contextos variados, enunciadores diferentes (VERÓN, 2004, p.218).

No campo do jornalismo impresso, por exemplo, os emissores são as empresas jornalísticas, em geral, e cada profissional de imprensa (repórter, redator, editor, fotógrafo, etc.), em particular. Dependendo da situação e dos interesses agregados, o jornal ou o jornalista toma uma posição, escolhe de que maneira abordará o fato e imprime tudo isso na enunciação. Tal noção desmistifica a idéia de imparcialidade do profissional e empresa de comunicação.

Fausto Neto (1991, p.32) pondera que o escrever não é apenas uma operação mecânica do sujeito sobre os fatos, mas uma prática influenciada e constituída por vários contextos e outros sujeitos. Um desses sujeitos marcados na enunciação é o que Verón (2004, p.218) chama de destinatário, aquele a quem ela é endereçada. Este postulado reflete duas características do destinatário. Primeiro: ele se trata de um elemento constituinte da enunciação, construído pelo enunciador no momento em que este se imprime no processo, como observa Benveniste (2006, p.84):

> Desde que ele [o enunciador] se declara locutor e assume a língua, ele implanta o outro diante de si, qualquer que seja o grau de presença que ele atribua a este outro. Toda enunciação é, explícita ou implicitamente, uma alocução, ela postula um alocutário[4].

Aplicado ao jornalismo, esse fundamento acerca do destinatário consiste na construção do público-alvo quando do processo enunciativo dos meios de comunicação. Em outras palavras, é possível identificar, no nível da enunciação, além do enunciador, o destinatário, o tipo (característica) de leitor/ouvinte/telespectador a quem o produto midiático é direcionado.

[4] Cabe esclarecer que os termos locutor e alocutário de Benveniste assumem, respectivamente, as nomenclaturas enunciador e destinatário nas análises de Verón. Apesar dessa diferença vocabular, os conceitos dos termos são os mesmos, em ambos os teóricos.

> É no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem discursos. E é no interior do próprio processo discursivo, por meio de múltiplas operações articuladas pelos processos da própria linguagem, que a audiência é construída antecipadamente. (VIZEU, 2002, p.2)

A segunda característica do destinatário é o seu papel de sujeito na enunciação. Considerá-lo dessa forma é ultrapassar a idéia mecanicista de receptor passivo e o conceber como um agente não meramente reconhecedor de sentidos, mas também co-enunciador no processo (VIZEU, 2002, p.2). Ingedore Koch ressalta:

> A leitura de um texto exige mais que o simples conhecimento lingüístico compartilhado pelos interlocutores: o leitor é, necessariamente, levado a mobilizar estratégias tanto de ordem lingüística, como cognitivo-discursiva, com o fim de levantar hipóteses, validar ou não as hipóteses formuladas, preencher as lacunas que o texto apresenta, enfim, participar, de forma ativa, da construção do sentido. Desta forma, autor e leitor devem ser vistos como 'estrategistas' na interação pela linguagem. (KOCH, 2007, 52)

Uma última questão sobre o destinatário é que a mesma diferenciação que se fez entre *enunciador* e *emissor* serve para *destinatário* e *receptor*. Os primeiros são entidades discursivas; os segundos são pessoas físicas ou jurídicas.

Toda essa discussão contribui para a construção do conceito de contrato de leitura. De maneira geral chamado de dispositivo de enunciação, o contrato de leitura é um termo específico para tratar o processo enunciativo no contexto da imprensa. Acerca dele, Verón postulou:

> Em um discurso, qualquer que seja sua natureza, as modalidades do dizer constroem, dão forma, ao que chamaremos de *dispositivo de enunciação*. Este dispositivo comporta: 1) A imagem de quem fala: chamaremos essa imagem de o *enunciador* [...]; 2) A imagem daquele a quem o discurso é endereçado: o destinatário [...]; 3) A relação entre o enunciador e o destinatário, que é *proposta* no e pelo discurso. (VERÓN, 2004, p.217-8)

Em outras palavras, o contrato de leitura é o processo de enunciação, em que se encontram inseridos o enunciador, o destinatário e a relação entre os dois. Um estudo do contrato de leitura permite, assim, reconhecer as impressões do enunciador, que ao se enunciar também deixa traços de como ele pensa seu destinatário. Pelo contrato de leitura podemos compreender que tipo de vínculo liga uma empresa ou profissional do jornalismo ao público ao qual se destina a enunciação.

É no plano do contrato de leitura que se percebe as especificidades de uma empresa midiática, particularidades que a tornam diferente dos demais veículos, ainda que os temas retratados sejam os mesmos (VERÓN, 2004, p.219). Por exemplo, a

cobertura jornalística dos Jogos Pan-Americanos de 2007, no Rio de Janeiro. As temáticas sobre os esportes e os eventos eram praticamente as mesmas; entretanto, cada veículo de comunicação construiu sua enunciação, particularizou sua cobertura, principalmente, no nível das modalidades do dizer e não do dito.

Verón enfatizou a questão dos modos de se construir a notícia, mais do que as informações contidas nela, ao aplicar a Teoria da Enunciação, uma teoria da linguagem, na prática jornalística. Mais do que isso, revelou a importância dos estudos da enunciação para compreender-se a produção sígnica da imprensa e, principalmente, a maneira pela qual um jornal, por exemplo, relaciona-se com seu público leitor.

Verón ainda deixa bem claro que uma análise do contrato de leitura de uma publicação deve abranger desde a imagem registrada do enunciador até um estudo de recepção, em que se completa o contrato pela constatação dos efeitos de sentido que, de fato, foram reconhecidos/produzidos pelos destinatários. "Uma análise do dispositivo de enunciação é o que chamo de uma análise na produção: mas o contrato se cumpre, mais ou menos bem, no leitor: no reconhecimento" (2004, p.234).

Nos capítulos seguintes, portanto, a proposta é identificar as regularidades nas enunciações dos dois suplementos dominicais infantis, o *Diarinho* e o *Liberalzinho*, para compreender as características do contrato de leitura construído pelos cadernos.

3. Enunciações lingüísticas e gráficas

No campo da imprensa, as enunciações não são apenas lingüísticas, mas se constituem de variados recursos gráficos, como cores, tipos de fonte, imagens, etc. Sendo assim, nas capas dos cadernos infantis que analisamos, há uma riqueza de elementos lingüísticos e imagéticos que constituem as enunciações e, conseqüentemente, os contratos de leitura estabelecidos.

Em nível de enunciado, encontramos similaridade de assuntos que os cadernos *Diarinho* e *Liberalzinho* veiculam, até mesmo por ambos trabalharem no segmento infantil. Assim, considerando os conteúdos dos cadernos completos, podemos citar como os principais o entretenimento, a temática do meio ambiente[5], curiosidades, jogos, "coluna social infantil"[6], fábulas, desenhos, quadrinhos e cartas do leitor. Esses conteúdos são comuns aos dois suplementos infantis, entretanto, a importância dada a

[5] Parte do período de análise coincidiu com o Dia Mundial do Meio Ambiente (5 de junho). Está aí, pois, a justificativa da recorrência de temas sobre a natureza nos dois jornais infantis analisados.
[6] Denominamos de "coluna social infantil" o espaço onde se divulgam fotos de crianças e que se assemelha às colunas sociais de jornal.

eles, a freqüência com que aparecem e, em especial, a maneira como são abordados (as enunciações) diferem de um jornal para outro.

Fechando a análise às capas, os enunciados produzidos possuem, por um lado, similaridade (meio ambiente), e de outro, diferenças (jogos eletrônicos e evento cultural, no *Liberalzinho*, e alimentação saudável e amizade, no *Diarinho*). Nota-se que já no nível do enunciado os cadernos diferem-se. Entretanto a identificação das particularidades de cada um é mais explícita no campo da enunciação.

A seguir, nos debruçaremos sobre as estratégias lingüísticas e gráficas utilizadas pelos cadernos. Mas vale lembrar que texto e imagem não estão separados na enunciação; ambos se complementam na constituição do contrato de leitura.

3.1. Modalidades do dizer em palavras

Comecemos a identificar as enunciações a partir dos textos. Logo em uma primeira visualização sobre as quatro edições do *Liberalzinho* analisadas, percebemos a regularidade de organização das manchetes e chamadas. O jornal traz uma chamada principal, com uma manchete acompanhada de um subtítulo; um segundo nível de chamada composta por um título, um subtítulo e um pequeno texto de complemento; e um terceiro tipo de chamada, que contém os mesmos elementos do tipo anterior acrescidos de uma pequena imagem. A quantidade de matérias já anunciadas na capa sugere que o caderno possui vários conteúdos interessantes em seu interior, que são indicados ao leitor.

Imagem 1: *Liberalzinho*, de 18 de maio de 2008

Imagem 2: *Liberalzinho*, de 25 de maio de 2008

Imagem 3: *Liberalzinho*, de 1º de junho de 2008 **Imagem 4: *Liberalzinho*, de 8 de junho de 2008**

Ainda com relação às chamadas do *Liberalzinho*, vemos a hierarquização das informações não apenas pelas tipologias de chamadas, como também na divisão das informações em três níveis: título, subtítulo e texto complementar. Ainda que haja uma conexão entre esses textos, a regular divisão deles implica em uma quebra na leitura, impedindo que ela seja fluente, direta.

Quanto ao vocabulário utilizado na capa do caderno, consideramo-lo simples, mas com certa sofisticação em se tratando de um jornal para crianças. As construções sintáticas e a escolha vocabular do enunciador são, em certa medida, formais, como em: "Brincadeira eletrônica" (Imagem 1), "Uma fábula cheia de ensinamentos" e "A carteira escolar do futuro" (Imagem 2), dentre outros exemplos. Há outras palavras e construções que se tornariam mais condizentes com o léxico infantil, mas o enunciador optou por construir uma enunciação mais rebuscada e séria.

Do tipo de chamada e do vocabulário do *Liberalzinho* resultam dois efeitos de sentido principais: um com relação ao enunciador, que se mostra formal; e outro no que concerne ao destinatário, um público infantil mais seleto, com um grau mais elevado de leitura e compreensão textual.

É recorrente também na enunciação do *Liberalzinho* o uso de advérbios de intensidade na manchete principal, como em: "Os jogos eletrônicos são os que *mais* fazem sucesso entre a garotada" (Imagem 1), "Espetáculo infantil vai ajudar as crianças a cuidarem *melhor* da natureza" (Imagem 2) "Conheça um pouquinho do *mais* novo astro infanto-juvenil" (Imagem 3) e "Para comemorar o Dia Mundial do Meio Ambiente, nada *melhor* do que cuidar da natureza" (Imagem 4). Trabalhando com esse

enfoque que supervaloriza os assuntos trazidos na capa, o jornal informa ao seu leitor que os temas abordados são os melhores e os mais populares entre as crianças, ou seja, o caderno acompanha as novidades do mundo infantil e as retrata, como nenhum outro veículo. Dessa forma, parece relacionar-se leitores a partir do atrativo da atualidade.

Partindo para a análise do *Diarinho*, encontramos como uma característica marcante o enfoque a um único assunto na capa (Imagens 5, 6, 7 e 8). Enquanto o *Liberalzinho* propõe vários temas, o *Diarinho* possui uma única manchete, composta por um título e um subtítulo. Curto, simples e enfático, o título é bem claro e composto, predominantemente, por substantivos e adjetivos, sem verbo: "Boa amizade" (Imagem 5), "Forte como o Popeye" (Imagem 6) e "Arte com lixo" (Imagem 8). Tal característica revela um enunciador que se posiciona diante dos fatos, imprime sua opinião, qualifica.

Imagem 5: *Diarinho*, de 18 de maio de 2008

Imagem 6: *Diarinho*, de 25 de maio de 2008

Imagem 7: *Diarinho*, de 1º de junho de 2008

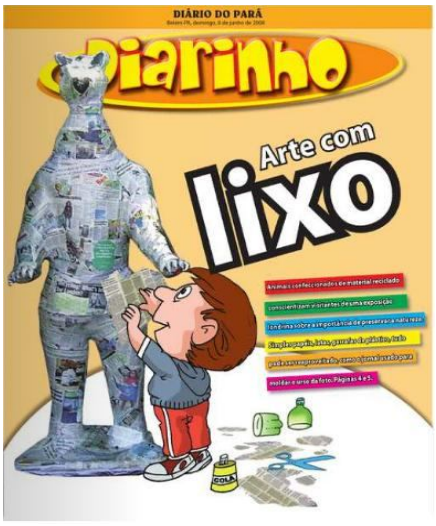

Imagem 8: *Diarinho*, de 8 de junho de 2008

Quanto ao texto do subtítulo é um pouco extenso, mais a escolha e disposição das palavras são organizadas de maneira a tornar a leitura fluente e contextualizada. Em vez de hierarquizar as informações de uma notícia, o suplemento prima em esclarecer o tipo de abordagem que será dada ao tema proposto. Adiciona-se a isso, um vocabulário mais coloquial e simples e uma construção textual coesa. Por exemplo, acompanhando o título "Vamos salvar a natureza!" (Imagem 7) vem o subtítulo que contextualiza o assunto: "A natureza pede socorro, e é desde pequeno que se aprende a tomar certos cuidados para evitar estragos maiores ao Meio Ambiente. O *Diarinho* entra em campo e dá algumas dicas importantes para preservar o planeta Terra. Faça sua parte!".

Essa modalidade de chamada única, se por um lado demonstra uma falta de matérias importantes ao longo do caderno[7], por outro proporciona uma maior qualidade informativa (expressa tanto na simplicidade do título quanto na contextualização do subtítulo), visto que todo o espaço da capa é destinado a contar para o leitor o que há de interessante na matéria[8]. Assim, o jornalzinho se revela um enunciador mais explicativo que o concorrente e tem uma imagem de destinatário com menor grau de compreensão textual, por isso a preocupação em esclarecer o conteúdo a ser tratado.

Ainda quanto às estratégias textuais do *Diarinho*, podemos citar a maior ocorrência da objetividade no uso da terceira pessoa. O imperativo e a interpelação do destinatário ("Vamos salvar a natureza!" e "Faça sua parte!") são exceções em uma regularidade da impessoalidade, como nas expressões: "*Crianças reconhecem* a importância..." (Imagem 5), "... imagina como *ficariam as crianças* se saboreassem..." (Imagem 6) e "... é desde pequeno que *se aprende*..." (Imagem 7).

A maior utilização da terceira pessoa resulta em um afastamento entre enunciador e destinatário, o que vai de encontro às demais estratégias do caderno (vocabulário simples, títulos enfáticos, contextualização) que visam chamar mais a atenção do leitor e tornar a leitura mais familiar.

Apontamos até agora as especificidades do *Liberalzinho* e do *Diarinho*, mas eles também apresentam elementos semelhantes. A começar pelo nome: ambos utilizam o recurso do diminutivo sobre o nome do jornal a que pertencem (*Liberalzinho* é o diminutivo de *O Liberal*; *Diarinho*, do *Diário do Pará*). Essa estratégia contém dois

[7] Essa possibilidade interpretativa pode ser justificada ainda pela quantidade de páginas reduzida no *Diarinho*. Enquanto este possui 8 páginas, o *Liberalzinho* se estende em 16. Por uma questão de espaço, talvez, o suplemento infantil do *Diário do Pará* concentre seus esforços em uma única grande matéria de capa.

[8] Essa segunda possibilidade interpretativa sobre a chamada única do *Diarinho* encontra apoio no fato de que o caderno destina duas páginas internas à matéria de capa. No *Liberalzinho*, como há uma maior variedade de notícias, à matéria de capa só se destina uma página interna.

efeitos de sentido fundamentais. Primeiro, trata-se de uma estratégia de facilmente se identificar que o *Liberalzinho* pertence ao jornal *O Liberal* – o mesmo acontece com o *Diarinho*. Segundo, o diminutivo produz o efeito de universo infantil, carrega o sentido de produto destinado a crianças. Assim, ao mesmo tempo em que se conecta o suplemento ao jornal, especifica-se seu conteúdo e, principalmente, seu público.

Outra similaridade é a predominância da ordem frasal direta para simplificar o texto, já que se tratam de cadernos infantis. Contudo, essa simplicidade se apresenta em maior grau no *Diarinho*, devido à utilização de outros recursos para facilitar a leitura.

3.2. Modalidades do dizer visualmente

No geral, as imagens do *Liberalzinho* e do *Diarinho* reforçam certos aspectos e efeitos de sentido já reconhecidos quando da análise lingüística. O caráter sério e formal do *Liberalzinho* na escrita é intensificado com a utilização de diversos recursos visuais.

A diagramação do caderno é quadrada, mantém um modelo de formatação da capa que, ao longo do período de análise, sofreu pequenas modificações, sem alterar, contudo, seu estilo visual. As cores predominantes no jornalzinho são padrão: azul, que remete à logomarca do jornal *O Liberal*, e vermelha e alaranjada, como uma indicação tímida de descontração. O tipo de papel do caderno é o mesmo do jornal inteiro, ou seja, não se usa o recurso da diferenciação do papel para destacar o suplemento no meio dos demais, tampouco para acrescentar um atrativo ao público infantil. A formatação do nome do caderno é bastante simples. Com uma fonte convencional, o máximo de irreverência que contém são as cores vermelha e alaranjada alternadas a cada letra. Todas essas constatações reforçam uma identidade mais madura do *Liberalzinho*.

Um fator também intensificado por recursos imagéticos é a separação dos textos das chamadas. A divisão em títulos, subtítulos e textos complementares é marcada, visualmente, pela diferenciação da fonte, seja em seu tamanho ou cor. Aí vemos que também essas variações na forma hierarquizam as chamadas e suas informações.

Uma última consideração sobre o "visual" do *Liberalzinho* trata-se do destaque dado à fotografia. Acompanhando e complementando a chamada principal, o caderno publica uma fotografia que ocupa, aproximadamente, 75% do espaço da capa. Esse realce fotográfico revela um enunciador que prima por mostrar fatos próximos da "realidade", pouco acrescentando fantasia e imaginação às matérias. Portando-se assim o enunciador pensa seu destinatário como uma criança mais madura, que já está deixando a infância e ingressando na fase de pré-adolescência.

O *Diarinho*, por sua vez, também emprega bastantes elementos gráficos consoantes às estratégias textuais. A começar pelo papel do suplemento, diferenciado dos demais cadernos do *Diário do Pará*. Tal detalhe cria um elemento a mais que contribui para que o jornalzinho seja um produto especial para o público infantil.

A regra no caderno é a descontração, seja na linguagem ou na imagem. Grande exemplo são as cores; o *Diarinho* utiliza o colorido como atrativo, um fator de aproximação entre enunciado, enunciação e destinatário. Adiciona-se a esse recurso, a variedade dos tamanhos das fontes e disposições espaciais dos textos na capa.

Além de atrativo visual, essas estratégias aplicam-se ao destaque da última palavra dos títulos, que produz um maior efeito de centralidade semântica ao vocábulo. Temos um exemplo no título "Forte como o Popeye" (Imagem 6). De fato, a palavra que mais representa o conteúdo da matéria no título é *Popeye*. O mesmo fenômeno ocorre no título "Boa amizade" (Imagem 5), em que "amizade" é a palavra que melhor resume o tema da matéria. Em ambos os casos, acontece de acrescentar-se um destaque gráfico à palavra principal do título (que é sempre a última).

A "brincadeira de elementos gráficos" se insere também na logomarca do jornal. O nome desenhado do *Diarinho* revela mais um toque de criatividade do enunciador, que, assim, concebe seu destinatário como alegre, brincalhão e descontraído.

Por fim, foi possível perceber que, ao contrário da característica fotográfica da capa do *Liberalzinho*, no *Diarinho* dá-se maior valor aos desenhos e montagens. Enquanto a fotografia apareceu sozinha em apenas uma capa das quatro analisadas (Imagem 5), os desenhos e a mescla deles com recortes de fotografias são recorrentes (Imagens 6, 7 e 8). Esse tipo de construção sígnica tem como efeito uma sensação de que a capa foi produzida manualmente, com a criatividade e a inexatidão de um desenho feito por uma criança. Nas montagens fica ainda mais nítida a aproximação entre as capas e trabalhos manuais infantis, como as colagens.

4. Contratos de leitura

Após a identificação das estratégias enunciativas do *Liberalzinho* e do *Diarinho*, ainda nos falta perceber qual a imagem do enunciador, do destinatário e como essas duas entidades discursivas relacionam-se. Ou seja, o próximo passo deste trabalho é o reconhecimento dos contratos de leitura construídos pelos suplementos.

> Posição didática ou não, transparência ou opacidade, distância ou diálogo, objetividade ou cumplicidade, partilha de valores no nível do dito ou no plano das modalidades do dizer, forte articulação dos níveis ou discursos montados "em paralelo", grau e tipo de saber atribuídos ao leitor: por meio das escolhas efetuadas em relação a essas dimensões (que, é claro, admitem graus) e a muitas outras, constrói-se o contrato de leitura: apresenta-se um enunciador que propõe um lugar a um destinatário. (VERÓN, 2004, p.233)

Assim, a partir das enunciações apresentadas nas quatro capas do *Liberalzinho* que compõem a amostra do trabalho, podemos considerar as principais características de seu enunciador. Primeira: ele se apresenta formal e sério – marcas identificadas em textos com vocabulário e sintaxe um pouco distantes do cotidiano infantil, e na diagramação quadrada da capa, sem muitos atrativos. E segunda: ele valoriza a quantidade de notícias, o que resulta em chamadas de capa enxutas demais, que ainda por cima possuem o agravante da quebra das informações em níveis de importância.

Já o enunciador do *Diarinho* configura-se mais contextualizado ao mundo infantil, tanto que muitas vezes é possível confundir enunciador e destinatário, como pela logomarca do caderno, pelo vocabulário simples e coloquial, pelo uso em demasia do colorido, etc. Outro aspecto desse enunciador é seu caráter explicativo, que privilegia a coesão das informações, a contextualização das matérias, ainda que isso lhe custe reduzir sua capa a uma única manchete, para que o espaço disponível centralize-se em contribuir para a compreensão do tipo de abordagem que se está dando à matéria.

Passando para o reconhecimento dos destinatários, verificamos que o destinatário do *Liberalzinho* é concebido como uma criança mais madura, com interesses que se aproximam de uma fase adolescente, assim como possui uma compreensão de leitura de nível relativamente alto. Além disso, as enunciações do jornalzinho direcionam tanto os conteúdos quanto os formatos para um público feminino, visto que as fotos das capas retratam, predominantemente, meninas e os conteúdos, com suas respectivas abordagens, têm maior enfoque feminino. O maior exemplo encontra-se na capa cuja manchete se refere a jogos eletrônicos (Imagem 1). Se, em um primeiro momento, o tema seria de cunho masculino, a imagem veiculada na capa junto ao texto é composta por duas meninas brincando em máquinas de jogos.

Em contrapartida, o destinatário do *Diarinho* parece estar em uma fase anterior à pré-adolescência, é mais infantil, "brincalhão", criativo e não tem medo de gostar de "coisas de criança". Ademais, esse destinatário é visto ainda em desenvolvimento de leitura, por isso a linguagem da enunciação é de mais fácil acesso, o jornalzinho é menor e menos cansativo. Por fim, também conseguimos identificar no público do

Diarinho a predominância de um sexo, dessa vez, o masculino. Apesar de as temáticas do caderno serem unissex, ele veicula imagens predominantemente de meninos ou masculinas. No caso da capa sobre alimentação saudável (Imagem 6), por exemplo, há a fotografia de um menino e a referência ao *Popeye*, uma figura masculina.

Ao relacionarmos os enunciadores com seus respectivos destinatários, verificamos que, no *Liberalzinho*, a comunicação entre eles se dá, em certa medida, de forma igual, relação essa em que tanto um quanto outro se caracterizam pela maturidade e seriedade. O nível de igualdade, entretanto, não ultrapassa esse sentido, já que existe uma frieza (formalidade) que os afasta. O vínculo, portanto, entre enunciador e destinatário é mais formal e menos aproximativo.

O *Diarinho*, por sua vez, já possui um contrato de leitura marcado justamente pela aproximação entre enunciador e destinatário. Na medida em que se empregam recursos textuais (linguagem simples e coloquial) e imagéticos (cores e desenhos) que atraiam o interesse das crianças, fortalece-se a conexão entre elas e o caderno.

Contudo, uma ressalva é importante: todos os possíveis efeitos de sentido acerca do contrato de leitura se baseiam apenas no âmbito da produção da enunciação. Para se certificar das características dos destinatários apontadas neste trabalho e do real vínculo entre esses destinatários e os cadernos, seria necessário escutar as crianças leitoras e não-leitoras dos suplementos em um estudo de recepção.

5. Considerações finais

De uma concepção de linguagem como meio, instrumento, passamos à compreensão de linguagem enquanto prática comunicativa (VIZEU, 2002, p. 2). Pensar linguagem como ação é entendê-la enquanto processo constante de produção e reconhecimento de signos, em que emissor e receptor estão em constante diálogo. Encontramos, então, três elementos essenciais: a enunciação (as modalidades do dizer); o enunciado (o dito); e os efeitos de sentido que pautam o contrato de leitura.

A partir desses conceitos elementares, compreendemos a importância dos estudos da enunciação para o campo da comunicação, em especial, neste artigo, para o jornalismo. O cotidiano desta profissão é marcado pela abundância de acontecimentos que são transformados em notícias. E está nesse trabalho de registrar os fatos um rico objeto de estudo, já que, no nível da enunciação, dispõe-se de uma gama de possibilidades interpretativas capazes de revelar as particularidades do profissional ou empresa jornalística e, assim, o contrato de leitura entre o enunciador e o destinatário.

Dessa forma, verificamos como e por que os meios de comunicação se diferenciam na abordagem que dão à notícia, o que veio ratificar que imparcialidade é um conceito ideal, mas inatingível na prática da enunciação. Ao analisar os cadernos infantis dos dois jornais diários de maior abrangência no Pará, ficou evidente a distinção das enunciações de cada um, apesar de a temática de ambos ser a mesma. Foi possível também reconhecer que os destinatários dos cadernos não são iguais (as crianças em geral), como se poderia pensar. Partindo-se de enunciações diferentes, verificamos enunciadores, destinatários e contratos de leitura diferentes para cada suplemento.

Claro que, por se tratar de uma análise da produção e ter uma amostra de cadernos limitada, este trabalho deixa algumas lacunas que servem de incentivo à sua continuidade. Todas as inferências feitas acerca dos destinatários e dos contratos de leitura dos cadernos não são finais. Pelo contrário, carece um estudo de recepção para saber que efeitos de sentido são efetivados quando da leitura dos suplementos.

Considerando que o jornalismo para crianças ainda é pouco estudado, cabem, além de estudos da enunciação, análises de conteúdo, pois encontramos uma limitação e, de certa forma, pobreza de conteúdos para o público infantil. Para sairmos de um aglomerado de páginas de jogos e atividades de pintura, é necessário e importante pensar formatos de produtos jornalísticos para crianças que sejam de qualidade e cumpram o dever social de incentivar, desde cedo, a leitura. E o primeiro caminho para uma mudança de conceitos e práticas é, sem dúvida, a pesquisa.

Referências bibliográficas

BENVENISTE, Émile. **Problemas de Lingüística Geral II**. Tradução: Eduardo Guimarães et. al. 2.ed. Campinas: Pontes Editores, 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. **Mortes em derrapagem:** os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa . Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

KOCH, Ingedore G. Villaça. Os segredos da leitura e da redação. **Revista Língua Portuguesa**, São Paulo, n. 23, p. 52-6, set. 2007.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. Tradução: Vanise Dresch. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

VIZEU, Alfredo. **A produção de sentidos no jornalismo:** da teoria da enunciação a enunciação jornalística. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-producao-sentidos-enunciacao.pdf. Acesso em: 12 jun. 2008, 17:06:34.