

Geder Luis Parzianello

Doutor em Comunicação Social, mestre em Comunicação e Informação. Professor Adjunto da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), São Borja (RS). E-mail: gederparzianello@yahoo.com.br

O Desafio da Formação de Leitores de Jornais Impressos no Interior do Rio Grande do Sul: Quando a Palavra Faz Sentido

The Challenge of Training Readers of newspapers printed in Rio Grande do Sul: When the Word Makes Sense

El desafío de la formación de lectores diarios impresos en Rio Grande do Sul: cuando la palabra tiene sentido

61

Comunicação & Sociedade

O Desafio da Formação de Leitores de Jornais Impressos no Interior do Rio Grande do Sul

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 formar leitores para não apenas garantirmos a sobrevivência dos meios, mas promovermos cidadania, inclusão social e o 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.

ABSTRACT

The South region of Brazil has comparatively more newspaper readers than any other region in the country. There are 54.1% readers compared to only 27.7% in the Northeast, almost the double. However, this favorable statistic to the South was not enough to avoid an equally dramatic reality in this region: the very small readership in all populations and the need to educate readers not only to guarantee the survival of this media, but also to promote citizenship, social inclusion, and the development of these communities. The present study describes and compares data from a survey with 200 (two hundred) families from a peripheral neighborhood in the inland of Rio Grande do Sul and another one involving newspapers from 20 (twenty) cities in the state, and based on empirical data and theoretical reflections it suggests strategies to revert the current situation across the country.

Keywords: Newspapers; readers; rhetoric; popular communication.

RESUMEN

La región del sur de Brasil tiene más lectores de periódicos, comparativamente, que las demás regiones del País. Tenemos el 54,1% de lectores frente a sólo el 27,7% en el Nordeste, casi el doble. Sin embargo, esta estadística favorable para el Sur no es capaz de evitar una realidad igualmente dramática en esta región: que lo universo de lectores es muy pequeño todavía en todas las poblaciones y que debemos enfrentar el reto de educar a los lectores para no solamente garantizar la supervivencia de los periódicos, pero aun promover la ciudadanía, la inclusión social y el desarrollo de estas comunidades. El presente estudio describe y compara datos de una encuesta a 200 (doscientas) familias de un suburbio en el estado de Rio Grande do Sul y otra que ha contado con la participación de periódicos de 20 (veinte) municipios "gaúchos", y apunta, a partir de datos empíricos y reflexiones teóricas, estrategias para construir un modo de revertir la situación de esa moldura actual en todo el País.

Palabras clave: Periodismo; lectores; retórica; comunicación 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. O 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 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 nossos estudantes, mas não conseguimos delimitar com clareza que tipo de desenvolvimento a escola está conseguindo oferecer a eles e comprometemos sobremaneira a formação de 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 estudantes¹ 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. Leem pouco e seus pais, menos ainda. Pelo menos é o que mostra a pesquisa que realizamos junto a 200 (duzentas) famílias residentes no Bairro do Passo, 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 principal meio de acesso à informação e que do 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 (no máximo quatro anos de tempo escolar) e mais de 90% dessas famílias têm 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 criar 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. Toda-

¹ 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, alfabetizar e estudar com os filhos, com respaldo legal para isso.

via, parece-nos que estes casos são, quando muito, honrosas exceções à regra.

A amostra dessa pesquisa entre moradores do Bairro do Passo justifica-se 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 desenvolvimento às comunidades nas quais se encontra perpassa o desafio de conhecer de perto a realidade, sendo capaz de mensurá-la cientificamente e antever 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. As atividades de formulação, aplicação e tabulação de questionários envolveram 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 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 culturais intervenientes, apontar, no conjunto das práticas retóricas dos jornais impressos, elementos que comprometessem o vínculo necessário entre os jornais e seus potenciais leitores. 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 dos *campi* da Universidade Federal do Pampa.

Se for verdade que a escola não forma leitores, não é menos verdade que os jornais também não. Desde uma perspectiva sociointeracionista, é 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 retórica nos jornais

A gestão das empresas de comunicação tem se voltado muito pouco para projetos desta natureza. A pesquisa também revelou que, dentre 20 projetos de reforma gráfica e editorial em jornais estudados, apenas um apontou alguma marca de preocupação com o texto, com o estilo de escrever e com a relação de proximidade do jornal com seus leitores por meio da linguagem verbal. A quase totalidade das empresas de comunicação ainda entende a renovação de 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 têm sido percebidas como estratégias desses jornais em suas propostas de reformulação ou de renovação da imagem de seus produtos. Relegada ao esquecimento em favor 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 potencial leitor das comunidades em estudo, e em tese apresentadas sobre um mundo distante demais dos leitores do bairro, pelo muito pouco que acrescentam a suas vidas.

Como vimos, o Bairro do Passo, estudado em nossa pesquisa, apresenta um distanciamento muito grande de todas as práticas intelectuais, como a leitura e a escrita, distante que está de ações mais sistemáticas de reflexão e de toda a 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 e que os protagonistas das notícias são seus próprios leitores 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 ao se voltar para o 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 a 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 possuem acesso à internet. A reflexão teórica que se fez sentir sobre os variados dados empíricos permitiu mapear a realidade de modo a poder lhe dar novos significados, 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 nessas populações desde a implantação dos primeiros prédios universitários.

Os números sobre a leitura de jornais

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, com dados meramente presumidos sobre como vivem os moradores e qual sua relação com a informação, para também construir analiticamente caminhos alternativos na busca pela solução de seus problemas.

A pesquisa revelou que aquela população não lê porque não encontra qualquer necessidade prática na leitura dos jornais, não se identifica com o que os eles veiculam e não consegue dar sentido ao que eventualmente lê neles. 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 (2004) 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”; 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 por meio do imaginário. Tal constatação poderia sugerir um paradoxo, uma contrariedade, uma vez que o jornalismo é feito de fatos e do 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 na 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 sua realidade de vida, dificilmente a palavra fará sentido para ele, 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*, realizada em 2003, indique que o hábito da leitura já é fortemente marcado 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, encomendado 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 é verdade que 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, no restante 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 o desenvolvimento da educação no mundo e, em 2008, entre 1.463 escolas gaúchas, a mais bem colocada no Enem ficou na 64ª posição. Faltam bibliotecas, professores e uma política de formação de 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. Neste 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, portanto, valem-se 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 se baseada no respeito à diversidade, ao contraditório-

rio e à tolerância, no resgate da dignidade humana e da 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.

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

Ao estudarmos, na pesquisa ainda em andamento, as marcas retóricas presentes nos textos jornalísticos de jornais impressos, analisamos os textos de redação de notícias e colunas nos impressos daquelas dez cidades gaúchas. A hipótese, baseada em observação empírica, é que estes jornais revelam a presunção de um leitor idealizado sem diversidade e sem correspondência com seus auditórios, no sentido que Perelman (1957) dá ao termo, pelo que suas retóricas revelam que este diálogo com os leitores não parece incentivado em suas diferenças pelos próprios jornais. Sob o 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 os profissionais precisam vigiar e combater.

O jornalismo praticado nessas comunidades refilete 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. A nosso ver, não apenas as narrativas, mas as retóricas visuais concorrem para consolidar o modelo de estagnação em que se encontram as políticas de gestão na maioria das empresas de comunicação. Com financiamento do CNPq, temos investigado, desde 2009, as estratégias retóricas de jornais impressos em cidades do interior e buscado identificar sua relação com as estratégias de sobrevivência dos meios e já esses e outros resultados começam a aparecer nas evidências de nosso estudo.

Interferências mútuas

Se por um lado os meios de comunicação influenciam a vida de uma comunidade, não é menos verdade também eles são fortemente influenciados por ela. Neste sentido, os jornais impressos sofrem o reflexo do social e do cultural de seu tempo. Em outubro de 2008, em congresso internacional na Cidade do México, discutimos com pesquisadores latino-americanos o potencial renovador dos jornais do interior do Estado, ocasião em que apresentamos os desafios enfrentados pelos jornais da cidade de São Borja (RS). Percebeu-se que as dificuldades vividas por esses jornais são 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 pelas quais os jornais impressos se mostram às comunidades dos leitores e a forma como estes 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 1950, na Europa, e nas décadas que se seguiram, no Brasil, permitem conceber que o reconhecimento sobre as estruturas da linguagem em que se fundam os impressos possui forte relação, em níveis profundos, com o imaginário coletivo e os arquétipos individuais, constituintes de certo grau de consciência, com as narrativas místicas e com a psicanálise da linguagem. A forma dos jornais, suas estruturas, não apenas física, mas de conteúdo, de texto, de expressão jornalística, invoca sentidos de consciências e promove o processo de comunicação de modo a rearticular compreensões e vidas.

Os administradores de jornais parecem supor que os leitores não lerão os textos de seus jornais se estiverem carregados de frases e estruturas verbais longas, se forem paginados em blocos uniformes de texto, considerados 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, como 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 sobrevida 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 entre o homem contemporâneo e a leitura, processo este demorado, trabalhoso, imprópriamente vinculado a representações pouco práticas para a vida, estereotipada que é a imagem de um leitor mais habitual como 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, em regra, fazem isso muito mal, 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 sobrevida dos jornais impressos tem muito mais a ver com a relação que os jornais estão conseguindo estabelecer com seus leitores, e seus potenciais leitores, do que propriamente com reflexões apenas de incursão de novos recursos tecnológicos. Queremos crer que os jornais estão perdendo contato com suas audiências porque desconhecem seu auditório (PERELMAN, 1957). Vimos identificando que algumas das marcas retóricas verbais que acre-

ditamos sejam decisivas para adesão de auditórios não se confirmam nas produções jornalísticas dos veículos estudados nas 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 reproduzem os padrões nacionais de texto, expressividade linguística e narrativa dos textos de jornais de grandes centros e de circulação nacional, tanto mais se mostram como produtos de informação sem a necessária diferenciação para suas comunidades e se distanciam de seus potenciais leitores. É preciso que os jornais entendam seu papel na formação de novos leitores e percebam que a norma culta do idioma não precisa ser negada para que eles possam aplicar formas de expressão e pensamento de fato identificadas com suas comunidades, com interesses temáticos, abordagens, tratamento da informação e narrativas que estejam o mais próximo possível do mundo da vida dessas populações.

O jornal é que deve superar este momento histórico

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 de superar a si mesmos, em diferentes momentos, porque logo que surgiram deixaram de cumprir exata-

mente 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 restrita e politicamente concentrada. Hoje, e há muito tempo, os jornais não vivem desta premissa como meios a serviço propriamente da disseminação. A rede mundial, e antes dela o rádio e a televisão, assumiu essa tarefa com muito mais propriedade. Ao jornal 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 não lhes era tão apropriada.

Perguntados sobre a motivação para a leitura de jornais, os moradores do bairro do Passo que participaram da pesquisa realizada em 2008, em amostra piloto, e em 2009, em nova coleta de dados, responderam que não costumam ler jornais porque encontram o que precisam no rádio e na TV. Mais da metade dos moradores das 200 residências atingidas pela pesquisa admitiu não ter 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, entre os moradores do Passo que afirmam não ler jornais, 47% possuem renda familiar superior a 4 (quatro) salários mínimos e moram em casas próprias. Logo, a exclusão dos leitores deve-se muito mais a razões culturais que a razões econômicas. Apenas 22% do total de moradores pesquisados afirmou 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; precisam 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 com eles representa sua indissociável sobrevida.

Referências

BENETTI, M.; LAGO, C. **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. (Coleção Fazer Jornalismo).

BORGES, L. C. A formação do leitor infantil. In: CONGRESSO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA, 1., Universidade Federal da Paraíba: João Pessoa, 2004. Disponível em: **Anais** <http://www.prac.ufpb.br/anais/lcbeu_anais/anais/educacao/educacao.html>. Acesso em: 2 jul. 2010.

CANELA, G. **Media and public communication policies**. Brazilian Journalism Research. Vol.3 N.2 Semester 2, 2007; 181p. Brasília, Editora da UnB, SBPJor, 2007.

CHARTIER, R. **Os desafios da escrita**. Trad. Fulvia M. L. Morretto. São Paulo: Unesp, 2002.

DORNELLES, B. **Jornalismo comunitário em cidades do interior**. Uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores. Porto Alegre: Saga Luzatto, 2004.

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

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo.** O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

KUNCZIK, M. **Conceitos de jornalismo.** São Paulo: Edusp, 2004.

PERELMAN, Chaïm. **Tratado da Argumentação.** (1957). São Paulo: Martins Fontes, 2004.

TOURAINÉ, A. Apud ROCHA et AL. O Princípio da liberdade como fundamento da concepção de democracia. In: VASCONCELOS, J. G.; PAULINO DE SOUSA, A. (Orgs.). **Educação, política e modernidade.** Fortaleza: UFC, 2006, p.37.

TOURAINÉ, Alain. **Crítica da modernidade.** 5.ed. Petrópolis: Vozes, 1998.