

Jornalismo impresso no extremo Sul do Brasil: um estudo sobre a linguagem da estrutura em uma pesquisa ainda em construção

Geder Parzianello

Universidade Federal do Pampa, Brasil

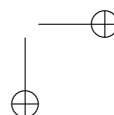
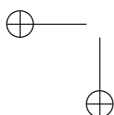
E-mail: acs@unipampa.edu.br

AS preocupações postuladas neste artigo incorporam um amplo escopo de pesquisa¹. A investigação pretendida nasce compromissada com os desafios de toda a microrregião metade Sul do Estado do Rio Grande do Sul, uma região historicamente desprestigiada em políticas de desenvolvimento econômico, ainda fortemente atrelada à produção primária, com características de minifúndios dependentes de financiamentos agrícolas. Esta região, conhecida como Pampa gaúcho, tem recebido crescente atenção de pesquisadores, que buscam alternativas ao desenvolvimento regional e que reclamam uma consequente reversão desse processo de estagnação econômica.

O sucateamento das comunidades interioranas em razão da agricultura de subsistência é uma realidade em todo o País. Sobrevivendo à margem das políticas nacionais de desenvolvimento que priorizaram em nossa história recente somente a indústria, o comércio e o setor de serviços, essas comunidades e suas regiões se colocam em um profundo estágio de comodismo, estigmatizado em posturas de suas lideranças, no descrédito frente a tímidas iniciativas de transformação e que chegam ao século XXI ainda presas ao passado, sem perspectivas de um futuro melhor para sua gente.

O jornalismo praticado nessas comunidades reflete essa visão de mundo. O que vemos são retóricas sempre fortemente marcadas nos jornais impressos que reforçam esse apego ao passado, a descrença no futuro dessas comunidades, e no potencial transformador de si mesmas. Não apenas as narrativas jornalísticas, suas retóricas verbais, mas também as retóricas visuais dos jornais parecem concorrer lado a lado com o espírito de acomodação de modelos.

¹Esta Pesquisa teve aprovação em julho de 2009, financiada pelo CNPq, uma das principais agências de fomento brasileiras. O projeto leva o título “Estratégias Retóricas de Jornais Impressos em cidades do interior e sua relação com a sobrevivência dos meios”.



A estagnação não é assim, tão somente econômica, mas também em suas linguagens gráficas e editoriais, sem quase nenhum apelo renovador, um quadro que desde o ponto de vista inicial desta pesquisa, concorre para comprometer a sobrevivência do meio.

O meio impresso sofre o reflexo do social e cultural ao tempo em que pode representar uma força decisiva para começar a transformar essas comunidades. O jornalismo precisa ser renovado para se transformar em meio propulsor do desenvolvimento social e cultural das comunidades nas quais ele se encontra inserido. Enquanto carregado de marcas retóricas verbais e visuais sem renovação, esses meios apenas reforçam o estigma daquelas comunidades e acabam por enfrentar a crise de si mesmos, fadados a uma administração com dificuldades e que em nada contribui nas suas comunidades.

Em outubro de 2008, em congresso internacional na Universidade de Monterrey, na cidade do México, discutimos com pesquisadores latino americanos o potencial renovador dos jornais do interior do Estado, ocasião em que apresentamos os desafios que enfrentam os jornais que circulam na cidade de São Borja (RS), ao Sul do Brasil. Foi possível considerar as dificuldades vividas por estes jornais do interior como sendo, em certa medida, dificuldades universais. Nesse sentido, foi possível admitir que o conhecimento dos problemas de uma economia, por mais precária que ela seja, são em geral, problemas mundiais.

A Associação Mundial de Jornais vem construindo este mesmo entendimento, expandindo análises de fenômenos acerca do jornalismo impresso em diversas culturas e chamando a atenção para a relevância comparativa entre eles.

A pergunta central desta pesquisa, nessa sua fase inicial, diz respeito às formas como os jornais impressos gaúchos do interior são vistos por comunidades economicamente estagnadas e a forma como estes meios revelam a concepção que estas comunidades têm de si mesmas. Via significação de seus discursos verbais e visuais, o jornalismo impresso pode tanto reforçar esta visão de mundo, quanto, no entendimento dessa pesquisa, contribuir decisivamente para a transformação da realidade em que vivem estas populações.

Os estudos estruturalistas realizados na Europa nos anos 50 e no Brasil nas décadas que se seguiram permitem conceber que o reconhecimento sobre a estrutura da linguagem em que se fundam os impressos possui estreita relação, em níveis mais profundos, com o imaginário coletivo e os arquétipos

individuais, constituintes de certos graus de consciência, as narrativas místicas e a psicanálise da linguagem. A forma dos jornais, suas estruturas, não apenas físicas, mas de conteúdo, de texto, de expressão jornalística., invocam sentidos nas consciências e promovem o processo da comunicação de modo a rearticular compreensões e vidas. Quando um jornal descuida dessas formas, descuida de sua retórica, ele compromete a vida própria, se coloca em risco.

A tipicidade dada pelos jornais impressos a seus projetos gráficos e editoriais, elaborados para que as empresas enfrentam este risco, sugere haver alguma relação entre o grau de desenvolvimento socioeconômico e cultural de uma região e suas formas de fazer jornalístico. Queremos crer, como hipótese de trabalho, que estes jornais do interior não podem desenvolver um jornalismo com um mesmo padrão de excelência que aquele praticado nas comunidades de maior desenvolvimento mas que, ao contrário das marcas retóricas verbais e visuais funcionarem como marcas do retardo econômico de suas comunidades, poderiam funcionar como se fosse um padrão inevitável parecer menos elaborados que os jornais de economias mais fortes.

A presente pesquisa toma como amostra o universo dos jornais existentes em circulação em dez municípios gaúchos, todos da região do Pampa e meso Sul do Estado do Rio Grande do Sul, justamente a região de maior estagnação econômica do Estado. A pesquisa visa a percorrer as regiões de São Borja, Itaqui, Uruguaiana, Alegrete, Santana do Livramento, Caçapava do Sul, Jaguarão, Bagé, São Gabriel e Dom Pedrito. Esse eixo geográfico compreende os extremos da metade Sul do estado e se presta exemplarmente aos propósitos de investigação, considerando-se as finalidades desta pesquisa, suas condições de produção e sua inserção institucional, na região de implantação de centros técnicos de formação superior e novas universidades federais.

Num mundo que já discute amplamente a revisão do conceito de periferia, que voltou a significar a noção de fronteiras e as identidades regionais, que nos fez reaprender quem somos sob perspectivas socioculturais, a presente investigação se insere como prática de pesquisa social. O reconhecimento de estruturas em linguagem dos jornais impressos é uma forma de dizer e de ser no mundo, um *Dasein*, na expressão clássica da filosofia alemã, uma manifestação fenomenológica daquilo que sabemos que existe mas que nem sempre podemos tão concretamente explicar.

Numa análise preliminar sobre um primeiro recorte da amostra e que compreende no seu conjunto mais de 20 jornais impressos em circulação nestas

dez cidades de referência, foi possível apontar algumas marcas que funcionam como hipótese de trabalho de investigação, apoiada esta pesquisa em uma crescente revisão da literatura neste campo, capaz de encampar cruzamentos da Sociologia Compreensiva, das teorias do Jornalismo, das teorias da Comunicação, e de outros saberes a exemplo das ciências cognitivas, dos estudos da Nova Retórica e das Ciências da Linguagem. O desafios está posto e não é pequeno.

Uma série de entrevistas realizadas com gestores dos jornais impressos nos meses de agosto e setembro de 2009 permite quantificar que os projetos de renovação gráfica e editorial destes meios, quando existentes, concentraram esforços no que consideravam aspectos primeiramente estéticos, de composição gráfica, como pertinentes à reforma do meio. A maior parte das alterações eram sempre visuais, os jornais evidenciaram uma extrema tendência a reorganizar a sua estrutura fisiológica, o morfema de suas edições, como preferimos nominar, referindo-nos a um conjunto de medidas técnicas, de largura de textos e imagens, que parecem prevalecer na atenção dos gestores como fossem necessidades destes mesmos meios impressos.

Ocorre que, em nenhuma das entrevistas realizadas até então, num conjunto de 15 depoimentos em diferentes jornais, houve qualquer sinal de preocupação dos agentes destas transformações com relação às linguagens empregadas nos textos para construir a comunicação com os leitores. Em outras palavras, a retórica verbal não aparece como elemento de atenção dos projetos de modernização ou renovação dos impressos, pelo menos, não de uma forma declarada desde a fase de planejamento destas inovações. A palavra de ordem é a sedução visual, a busca por uma persuasão impregnada da cultura da imagem que forçosamente invadiu a sociedade contemporânea num movimento crescente, desde o advento da televisão, nos anos 50 do século passado e dali para cá, com as novas tecnologias e suas capacidades de convergência.

Os jornais parecem desenvolver o seguinte raciocínio, em nome de sua sobrevivência, ameaçados que estão diante da falta de leitores: a população não lê porque os jornais carregam muitos textos e as pessoas querem mais imagens, querem exposições a práticas de menor esforço mental., parecidas com aquelas de seus cotidianos, nas ruas, no sofá em frente a TV, nas salas de cinema. Acreditam que se a leitura se mostra como fenômeno cada vez mais distante das populações, o jornal impresso deve abdicar sempre que possível e o quanto mais, de seu apego ao código escrito, abusar de retóricas visuais e

investir em jornais impressos com feições de revista de variedades, diagramações leves, seguindo a tendência do paradigma secular de que *'menos é mais'* e apostando nos vazios, nos brancos, nos espaçamentos, na não-linearidade que corresponde ao paradigma da cultura.

As reformas dos jornais impressos são, portanto, reformas visuais. Querem atrair leitores, não por teses, argumentos e pela dialética do pensamento mas pela persuasão dos signos visuais. Em boa parte dos jornais impressos do interior do Estado, nem isso se consegue. Os jornais mantêm, pelo que se pode constatar facilmente, padrões ainda de pouca legibilidade em fotografias, não possuem tratamento de imagem adequado ao que vai servir para ilustrar as edições, ou mesmo editoria específica com esta preocupação. Em outras palavras, descuidam ambas as manifestações retóricas e este é um objeto de estudo ainda pouco investigado.

Com efeito, a referência bibliográfica no Brasil a estudos que se voltem a este problema de pesquisa são bastante reduzidos. Se, por um lado, desde os anos 70, a Escola de Comunicações da Universidade de São Paulo², um centro então de excelência em pesquisa no campo da Comunicação no Brasil, já apontava trabalhos de investigação que arriscavam tendências do jornalismo impresso, também é verdade, por outro lado, que este sub-campo do Jornalismo, o meio impresso, vem perdendo sucessivamente qualquer centralidade que possa ter tido no passado, quando por exemplo, os estudos sobre televisão eram marginalizados, considerado-se este um meio de segunda importância, voltado menos a temas 'sérios' do jornalismo porque, segundo se entendia, era um meio mais propenso à cultura do entretenimento.

A questão central da sobrevivência dos jornais impressos enfrenta presságios nada otimistas há décadas. O polêmico Andrew Lippman, do *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*, centro que nos EUA pesquisa as tendências da Comunicação, pressentiu a morte do jornal impresso (Miotto, 1997) porque os átomos, dizia ele, "darão lugar aos *bits* e o papel-jornal será dispensável".

No nosso modo de ver as coisas, o risco de desaparecimento do meio impresso tem muito mais a ver com a relação que os jornais estão conseguindo estabelecer com seus leitores, e seus potenciais leitores, que propriamente

²Em 1973, durante a V Semana de Estudos de Jornalismo, promovida pela Escola de Comunicações (ECA) da USP, as tendências de jornalismo impresso ocuparam discussão central. A este respeito, escreveu Fernando Cortes Muzzi (1973) que a sociedade vivia "uma fase de transição do jornalismo".

com reflexos apenas da incursão de novos recursos tecnológicos. Queremos crer que os jornais estão perdendo contato com suas audiências, e perdendo histórica e progressivamente esse contato e isso é o que mais os ameaça.

Ainda que consideremos questões tecnológicas e sobretudo culturais, relativas ao uso do tempo e ao conjunto de valores que as sociedades confirmam como sendo suas prioridades cotidianas, nos parece bastante razoável considerar que esta audiência está se distanciando dos jornais muito mais decisivamente pelo que o jornal parece não dizer aos seus leitores.

Em que pesem alguns poucos esforços em jornais do interior na busca por uma renovação estética e por retóricas visuais diferenciadas, como forma de atrair e manter o interesse dos leitores, esperamos identificar, numa fase posterior dessa nossa pesquisa, outros elementos, hipoteticamente considerados como retóricos verbais, enquanto os responsáveis pelo elo de conectividade entre os meios impressos e seus leitores habituais e constantes.

Vimos identificando que algumas das marcas retóricas verbais que acreditamos sejam decisivas para a adesão de auditórios (PERELMAN, 1957) não se confirmam nas produções jornalísticas destes meios estudados³, nas dez cidades que mencionamos. Uma dessas marcas e que acreditamos extremamente significativa, escolhida para centralizar a descrição dessa nossa pesquisa neste artigo, é a estrutura de linguagem verbal adotada, cujas características parecem ser de negação ao modo de comunicação das pessoas do lugar, o que torna o texto do jornal de pequena identificação com os leitores.

O que se quer dizer é que quanto mais os jornais reproduzam padrões nacionais de texto, expressividade linguística e narrativas, tanto mais se mostram como produtos de informação sem qualquer relação maior com aquelas comunidades. Não se quer aqui defender que os jornais impressos devessem vencer a batalha pela audiência negando o padrão linguístico da norma culta, por exemplo, ou que o fizessem de forma a reproduzir o modo como as pessoas falam.

O jornal impresso precisa de fato fortalecer o uso apropriado do idioma, pelo que a normativa é também um patrimônio cultural. Isso não quer sig-

³Pelo fato de a pesquisa estar em curso, julgamos prudente não divulgarmos ainda os nomes dos jornais envolvidos no estudo, sob pena de comprometermos a amostra de algum modo. Com apoio do CNPq, pretendemos tornar públicos os resultados deste estudo em livro, tão logo a pesquisa se encerre, em meados de 2011, conforme projeto aprovado pela agência de fomento brasileira.

nificar, todavia, ou pelo menos, não deveria significar, que ele precise em nome dessa normatividade bem-vinda do idioma, negar formas de expressão e pensamento, interesses temáticos, abordagens, tratamento da informação e narrativas que estejam o mais próximo possível do mundo da vida daquelas populações.

O jornal impresso só não tem mais leitores, só vem perdendo gradativamente o 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 historicamente que os jornais impressos sempre tiveram que superar a si mesmos, em diferentes momentos, porque logo que surgiram deixaram de cumprir exatamente a função que os motivou a nascer. Os jornais surgiram com um caráter de disseminar uma informação que havia restrita e politicamente concentrada. Hoje, e desde muito tempo mesmo, os jornais não vivem dessa premissa de um meio a serviço da disseminação. A rede mundial e antes dela o rádio e a televisão fizeram esta tarefa bem mais intensamente.

Perguntados sobre a motivação em torno da leitura de jornais, moradores do bairro do Passo, no Município de São Borja, responderam em pesquisa feita por estudantes de Jornalismo, em 2008, que não costumam ler jornais porque encontram o que precisam no rádio e na televisão. Mais da metade dos moradores de cerca de 200 residências envolvidas na pesquisa chegaram a apontar que não têm qualquer relação com jornais impressos. Os jornais estão, de fato, distantes de seus leitores. Eles não apenas não sentem falta do que os jornais poderiam ter a lhes oferecer, como também se mostram satisfeitos com a informação que obtêm de outros meios.

Uma experiência piloto, iniciada em julho de 2008 e que segue ininterrupta em 2009, com esta mesma comunidade, favoreceu o surgimento de um jornal comunitário neste mesmo bairro. A proposta foi apresentada como parte de um plano de ensino da disciplina de Comunicação Comunitária da Universidade Federal do Pampa, Unipampa, envolvendo estudantes de Jornalismo⁴ e tendo colocado em circulação edições bimensais desde o seu surgimento. Estas duas ações, a pesquisa realizada em 2008 e que também inte-

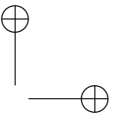
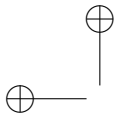
⁴Hoje o projeto é continuado como atividade de extensão e envolve os estudantes Luana Raddatz, Márcia Solares, Marlova Martin, Andressa Schneider, Nathália Poitia, Luan Berti, e Ana Paula Veiga., estudantes de Jornalismo da Unipampa. O jornal é mantido pela própria comunidade, e distribuído gratuitamente à população do bairro.

grou ação pedagógica da disciplina de Teoria e Metodologia da Pesquisa em Comunicação na proposta curricular do Curso de Jornalismo da Unipampa e o lançamento do Jornal do Bairro, chamado Primeiro Passo, permitem uma compreensão bem mais segura sobre as barreiras socioculturais para inserção do meio naquela comunidade.

Uma das mais significativas evidências da pesquisa realizada em 2008 diz respeito ao fato de 47% dos moradores que afirmam não possuírem assinatura de jornal impresso concentrarem rendas familiares superiores a quatro salários mínimos. Isso permite cogitar que a exclusão ao meio impresso não se deva a fatores propriamente econômicos, mas culturais e sociais. Culturais no sentido de que aquela população possui ainda uma relação muito pequena com a informação, desconhece o valor dela e concentra baixos índices de escolaridade, sendo apenas 22% da amostra de moradores auto-declarada com mais de cinco anos de escolaridade.

Ainda que, em termos de previsibilidade futura, o papel seja substituído por outro suporte da informação em código escrito, o que em comunidades do interior pode demorar mais de uma geração para se confirmar, a tendência em tecnologias não parece prescindir da escrita. A escolaridade, a capacidade efetiva de interpretação, de construção de sentidos do texto e para além do texto serão sempre mais exigidas e exigentes a novas gerações. As convergências de mídia, haja vista a internet e o celular, exigem uma capacidade ainda maior de abstração e manipulação de dados verbais que nos suportes de mídia do passado.

Se a cultura da escrita de fato não vir a dar lugar a outras formas de expressividade e chegar mesmo a desaparecer, então o jornal impresso deve prosseguir no desafio de levar algo a um universo resistente e definido de leitores. Cabe saber, de fato, que interesses tem este universo e em que medida o jornal pode responder a esta demanda. Uma das tendências, entre especialistas filiados à Associação Mundial de Jornais, é o jornal trabalhar com profundidade a informação, avançando num espaço mediado entre o livro e as outras mídias, mais imediatas, como a internet, a televisão e o rádio, e confirmando-se assim, como um meio de comunicação mais propenso à análise que à notícia superficial dos fatos, ao exercício interpretativo, dialético, de contraponto da cultura, que as revistas de certo modo fazem, mas que ainda é preciso distinguir em que medida estas e aqueles acolhem a diferentes públicos.



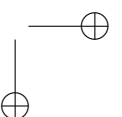
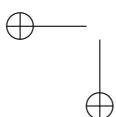
A tese desse trabalho é de que os consumidores de jornais, assim como de revistas, escolherão sempre mais os seus produtos de mídia pela identificação que estas análises oferecerem, seja pela correspondência aos seus valores, seja pela capacidade de acomodá-los.

Desde uma perspectiva funcionalista da Teoria da Dissonância Cognitiva, somos propensos a aceitar como discursos os dizeres que correspondem aos nossos universos de crença. Conforme explica Leon Festinger (1957) as pessoas são fortemente motivadas a evitar ações incompatíveis com seus mundos de valores. Nos seus esforços para evitarem sentimentos de dissonância, as pessoas evitam ouvir pontos de vista que se oponham aos delas ou que coloquem em confronto suas crenças.

Os jornais precisam prestar mais atenção a aspectos dissonantes da comunicação humana. Chegamos à compreensão da complexidade da comunicação humana em nossa era, num nível tal, que é preciso capacitar os gestores do setor a lidarem com a psicologia de seus públicos para muito além do que as tradicionais estratégias de marketing foram capazes de prever desde seu apogeu, nos anos 80. A arte da persuasão, em nossa área, alcança estágios de sofisticação jamais vistos, e a adesão de auditórios a uma argumentação, a propensão dos públicos a um certo produto ou discurso de mídia, tudo isso enfim, concorre para o que Chaim Perelman definiu com sua Nova Retórica, no final dos anos 50 e que ainda é muito pouco tomado como fundamentação teórica em projetos de planejamento em empresas de comunicação. Sua aplicação é visível, assim como as consequências por ignorá-lo.

Como afirmou Roger Chartier (2005) temos uma responsabilidade ainda maior neste tempo do que na época de Gutemberg. 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.

Na investidura dos jornais impressos em seus projetos de renovação, a atenção dada ao conhecimento produzido dessa relação do leitor com a estrutura dos textos que lê quase não recebe atenção e qualquer investimento. As empresas de consultoria quando a serviço de jornais maiores costumam apresentar projetos de remodelação dos meios nos quais muito raramente podem-



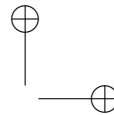
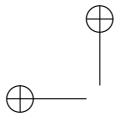
se encontrar questões de ordem discursiva, enunciativa, e que orientem sobre narrativa, estilo de texto, procurando conquistar o leitor pelo emprego de retóricas específicas. O jogo de signos visuais é o que conta, e impregnados dessa concepção, os jornais anunciam um novo produto aos seus leitores que no fundo, é apenas uma embalagem.

Os jornais precisam compreender o que querem os seus leitores. Na pesquisa com apoio do CNPq e que se estende ao longo dos próximos meses ainda com um vasto trabalho de coleta de dados, indo a campo e colhendo impressões de profissionais do setor e amostras dos produtos colocados em circulação por empresas dessa região meio Sul do Estado e do Pampa gaúcho, já podemos prenunciar a ausência de qualquer pesquisa feita por estes jornais do interior junto aos seus leitores.

Os jornais, em tese, não sabem o que os seus leitores querem. Quando muito, possuem estatísticas desatualizadas sobre quem são estes leitores, estigmatizados em faixa etária, número de integrantes na família, situação econômica e outros dados dessa natureza. Os jornais não têm o hábito de contratação de serviços para pesquisa que promova o reconhecimento dos leitores em suas vontades e com frequência acreditam que o espaço do leitor e as manifestações sempre isoladas de alguns desentendimentos acerca das edições passadas, seja suficiente para reverem os erros e buscarem o acerto nas edições futuras.

Os jornais do interior do Rio Grande do Sul, analisados neste estudo, traduzem, em sua estrutura, uma linguagem de aparente distanciamento em relação aos leitores, estrutura esta que pensamos poder descrever na forma de uma retórica, um padrão ordenado, de linguagem, de texto. Análises preliminares sobre os primeiros exemplares de jornais estudados já permitem apontar a ausência de algum estilo de texto que possa ser identificado como próprio a uma região ou a uma comunidade, como parece ser bastante comum em práticas de jornalismo comunitário.

O exemplo do Jornal Primeiro Passo, do bairro do Passo, elaborado totalmente por estudantes e numa iniciativa auto-sustentável, distribuído gratuitamente na comunidade, tem entre suas marcas mais significativas a identidade com seu público. Produzido por jovens da comunidade, ele é feito, a exemplo de outros milhares de jornais comunitários no mundo todo, da comunidade para e pela comunidade, num exercício pleno de mídia cidadã e de democratização da informação. O jornal funciona como espaço alternativo, contra-



hegemônico e a persistência a um projeto dessa natureza, acreditamos, pode render estreitas e ainda mais consistentes vinculações daqueles leitores com este jornal.

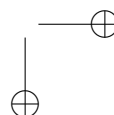
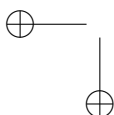
Aos jornais do interior, em tese, falta principalmente esta propriedade de identificação com sua comunidade de leitores, por mais contraditório que isso possa parecer. Tais jornais deveriam ser espaços de reprodução do mundo da vida que levam as pessoas da comunidade, mas não o são. Eles cultuam uma retórica copista da grande imprensa, redigidos que são num formato padronizado de notícias, que aliás destoa pela não correspondência a outros elementos, constituindo-se o meio assim, num produto disforme em unidade e sentido. Consideramos que existem formas distintas de comprometimento dos sujeitos com o reconhecimento de formas e estruturas. Não existiriam, por assim dizer, formas mais aceitáveis, mas formas talvez mais facilmente favoráveis a algumas semioses essenciais à manutenção do vínculo entre o impresso e o leitor.

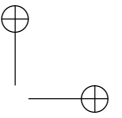
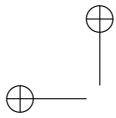
Há depoimentos, entre os leitores envolvidos nas primeiras amostras da pesquisa, de que o jornal tem partes interessantes e outras não. Verificam-se como partes (eventualmente, editoriais) aceitas por um grupo de leitores que ainda não pode ser exatamente quantificado, que a editoria de Polícia e algumas seções do leitor e páginas de esporte se mostram mais afinadas com o público leitor. Essa relação não é eventual, nem ocasional.

A pesquisa pretende analisar a motivação dessa aparente relação mais próxima dos leitores com estes temas ou tratamentos de texto. Por hora, cumpriamos relatar as primeiras impressões e sinalizar na direção de que este trabalho está sendo feito no Brasil e que deve oferecer contribuições que esperamos venham a se confirmar significativas para reflexões a serem geradas entre empresas de comunicação, profissionais que nela atuam e a sociedade.

Referências bibliográficas

- CHARTIER, Roger. Da História da Cultura impressa à História cultural do impresso. Entrevista publicada em Diálogos Midiológicos II. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, Vol.XXVIII, n.11, janeiro/junho de 2005





- MIOTTO, Gaspar Bianor. A Última Vida do Jornal Impresso. Cadernos de Comunicação, FACOS/UFSM, Ano 2, n.2, dez, 1997
- MUZZI, Fernando Cortes. Tendências do Jornalismo Impresso. Revista de Comunicação Social. Vol.3, n.1, Fortaleza, UFCE, 1973.L
- PERELMAN, Chaim. Tratado da Argumentação. A Nova Retórica. São Paulo, Martins Fontes, 1999. Traité de l'argumentation. Universidade de Bruxelas. Bruxelas, 1957.

