



ENUNCIÇÃO E “CONTRATOS DE LEITURA”: NOVOS ‘MODOS DE DIZER’ DOS DISCURSOS JORNALÍSTICOS

ENUNCIATION AND “READING CONTRACTS”: NEW ‘WAYS TO SAY’ THE JOURNALISTIC DISCOURSES

Carlos Renan Samuel Sanchotene¹
Antonio Fausto Neto²

RESUMO: A pesquisa estuda as transformações do trabalho da enunciação midiática a partir da emergência dos processos de midiaticização afetando diferentes práticas sociais, além daquelas do seu próprio campo. Descreve-se as repercussões nos “contratos de leitura” de jornais gaúchos, especialmente visando-se a construção de uma tipologia de novos contratos.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo, enunciação, contratos de leitura.

ABSTRACT: The research discusses the transformation of the work of enunciation media from the emergence of the media coverage affecting different social practices than those of his own field. We describe the impact on "reading contracts" of the gauchos newspapers, especially targeting the construction of a typology of new contracts.

KEYWORDS: journalism, enunciation, reading contracts.

INTRODUÇÃO

Um jornal é, enquanto um espaço, território de investimentos de sentido que se realizam numa ordem temporal, e cuja articulação institui disposições hierárquicas sobre diferentes possibilidades de contratos de leituras. Tais investimentos são realizados por um amplo e complexo lugar enunciativo, tomando como referências “gramáticas de produção”, enquanto regras sobre as quais se assentam os contratos. E, também ‘pistas’ que emanam das diferentes ‘gramáticas de reconhecimento’ que são apanhadas junto aos universos de usuários, através de suas práticas de leituras.

Considerando os objetivos centrais desta pesquisa, enfatiza-se neste artigo a descrição de algumas características dos “contratos de leitura” de um conjunto significativo de jornais

¹ Mestrando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS e bolsista CAPES na linha de pesquisa Midiaticização e Processos Sociais. E-mail: carlos_sanchotene@yahoo.com.br.

² Doutor em Sciences de La Communication Et de L’information - Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales - França (1982) e estudos de pós-doutorado na UFRJ - RJ (1990). Professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). E-mail: fausto@unisinos.br.

Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto



produzidos no Rio Grande do Sul. Busca descrever operações enunciativas de processos jornalísticos, em situação de produção, visando recuperar as marcas de funcionamento dos contratos e que se voltam para o estabelecimento das “estruturas de contato” entre espaços de produção e consumo dos jornais. Tomou-se como suporte, a análise de 18 jornais gaúchos de diferentes localidades³.

DOS ‘CONTRATOS’ AOS ‘CONTATOS’

Os “contratos” são, a princípio, ideais formulados pela produção jornalística visando constituir possibilidades de vínculos com o leitorado. Para tanto, é preciso que os mesmos sejam postos em funcionamento através de estratégias discursivas pelas quais se buscam efetuar os contatos entre estes dois universos.

A transformação da ‘sociedade dos meios’ na ‘sociedade midiaticizada’, é uma consequência da interrupção do ‘contato direto’ (LUHMANN, 2005) entre os indivíduos, pela presença da mídia. Intensifica-se a presença dos meios não apenas no âmbito do seu próprio território, mas também pelo processo de seu deslocamento e de sua expansão para outros campos. Suas operações são apropriadas como condições de produção para o funcionamento discursivo e simbólico de diferentes práticas sociais. Os meios já não podem ser mais entendidos como transportadores de sentidos, nem ‘espaços de interação entre produtores e receptores’, mas marca, modelo, matriz, racionalidade produtora e organizadora de sentido. (MATA, 1999). Produz-se uma nova “plataforma” onde a vida desta nova realidade vai ser construída.

Na sociedade dos meios, estas estão em uma ‘zona de contato’ com os demais campos sociais. Significa que os campos estão em interação, não conformados por suas fronteiras, enquanto territórios estáticos. Sendo sua atividade predominantemente de caráter simbólico, suas práticas discursivas, movem-se instituindo processos e estratégias e disputas de sentido (RODRIGUES, 1999).

É a existência destes ‘pontos de contatos’ que vai desenvolver as possibilidades de interação entre os campos. No que se refere ao campo da mídia, este é convertido numa espécie

³ Os jornais estudados aparecem no texto com as siglas que os identificam: Zero Hora (ZH), Correio do Povo (CP), Diário Gaúcho (DG), O Sul (OS), Diário de Santa Maria (DSM), A Razão (AR), Diário Popular (DP), A Platéia (AP), Jornal NH (NH), Jornal VS (VS), Diário de Canoas (DC), O Nacional (ON), Pioneiro (P), Gazeta do Sul (GS), Gazeta de Caçapava (GC), Jornal de Gramado (JG), A Folha Santiago (FS) e Nossa Época (NE).



de 'ponto de acesso', pontos de contato, pontos de conexão entre os indivíduos e os representantes dos sistemas abstratos. Esta modalidade de mediação transforma as mídias nestes pontos de contato, dando uma outra dimensão aos seus limites fronteiriços, ao ensejar que realizem uma espécie de trabalho protagônico. Na sociedade midiaticizada, as mídias são convertidas em "sistema" que expande seu *status* e organiza as suas próprias operações, do que resulta a constituição de uma própria realidade.

As transformações que sofre o trabalho de enunciação do campo midiático em consequência das intensificações de marcas do processo de midiaticização na sociedade, permeiam e transformam suas práticas sociais, principalmente aquelas do campo midiático-jornalístico, engendrando a constituição de uma nova ambiência e de novas interações sociais que se instituem a partir de investimentos de operações discursivas.

Émile Benveniste, estimula largamente, embora de modo indireto, o avanço dos trabalhos analíticos sobre o funcionamento das linguagens midiáticas. Ao comentar o conceito de enunciação declara: "Na enunciação nós consideramos sucessivamente o próprio ato, as situações onde ele se realiza e os instrumentos da sua efetivação." (BENVENISTE, 1974, p. 81). Ressalta que o trabalho da enunciação está subordinado a um feixe de situações, e não apenas a um movimento isolado do seu autor, e assim sugere que a enunciação é um trabalho relacional.

Quando pensamos a natureza do trabalho enunciativo da mídia no contexto da 'sociedade midiática', entendemos que seus contratos se voltam para uma forte ação referencial, segundo marcas muito próprias. Entretanto, não obstante o reconhecimento de sua competência para falar exotericamente sobre os demais campos, suprime as marcas do seu trabalho de enunciação, na medida em que a legitimidade do seu enunciar estava relacionada mais diretamente com a sua capacidade de organizar um modo de falar do mundo, segundo operações discursivas de referencialidade. Parece que o funcionamento do "contrato" midiático se fazia em meio a um paradoxo: não obstante a autonomia que gozava face aos demais campos, para proferir discursos, as marcas de sua existência não poderiam ser explicitadas nas operações discursivas, fazendo-se via estratégias que tratassem de velar sua existência. Entretanto, esta parece não ser a característica que define os modos de funcionamento do trabalho enunciativo jornalístico, e dos seus próprios 'contratos', em tempos de midiaticização.

**Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto**



O âmbito de “contrato” é chave para se entender as instâncias da própria prática jornalística onde estas mudanças ocorrem. Entende-se aqui por contrato “...espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao receptor; paisagem onde o leitor pode escolher sua rota com mais ou menos liberdade, onde ele tem zonas nas quais se arrisca se perder, ou, ao contrário, que lhe são perfeitamente balisáveis” (VERÓN, 1986, p. 56). Em suma, o autor define o contrato de leitura como a relação entre o suporte e sua leitura, ou, como os meios procuram construir um vínculo operacional com o receptor.

A noção de contrato de leitura tem sido estudada por Fausto Neto que define como um conjunto de normas e prescrições que um discurso em produção propõe e prevê no sentido de o receptor observá-las como condição de interpretação. De acordo com o autor, esse conceito é entendido “como operações que visam a estabelecer o ‘modo de dizer’ do jornal e que se explicitam nas mensagens endereçadas ao leitor” (FAUSTO NETO, 2007, p. 10).

Para tais fins, o espaço físico do jornal, propriamente dito, é convertido numa espécie de dispositivo no âmbito do qual se organiza esta estratégia, explicitando tais ideais, esculpindo uma noção identitária sobre o lugar da enunciação, submetendo à matéria significante certos princípios de hierarquia, estruturando-se, dessa forma, um primeiro modo de leitura a ser ofertado ao mundo do leitor.

Nestas condições, formula-se uma primeira hipótese: o ‘contrato de leitura’ formaliza-se através de textos distribuídos no âmbito da espacialidade do jornal e que vão se constituir em ‘pontos de articulação’ entre produtores e receptores de mensagens. Os textos que estão reunidos em cada edição de um jornal não são ali organizados de modo aleatório. Pelo contrário, sua organização nesta superfície espacial obedece um conjunto de ‘regras privadas’ que são inerentes à cada jornal, enquanto determinadas normas e parâmetros sobre os quais funciona um determinado sistema de produção da atualidade jornalística.

Nestas condições, pode-se afirmar a não existência de normas universais e sobre as quais se estruturam o modo jornalístico de apresentar a realidade. Tal processo singulariza-se mediante a eleição de cada ‘contrato’ sobre o qual cada mídia estabelece dentre outras coisas, seu próprio perfil identitário, seus pedidos de reconhecimento, suas possibilidades de reconhecer seus leitores. Finalmente, sua competência discursiva para oferecer aos leitores - segundo parâmetros de espaço-temporalidade - uma certa noção de mundo.

Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto



LEITURA DESCRITIVA DOS JORNAIS ESTUDADOS

Para o estudo do problema de pesquisa aqui apresentado, implica trabalhar a própria 'matéria significativa jornalística'. Tomou-se como universo de referências jornais impressos de diferentes localidades e regiões do estado do Rio Grande do Sul e através de conjuntos de sub corpus, examinou-se o papel destas marcas de operações de enunciação para construção dos "contratos de leituras".

Em um primeiro momento foi realizado um levantamento dos periódicos existentes no estado através de coletas de matérias e também de buscas pela internet. Esse levantamento resultou em 71 jornais. Destes foram analisados 18 jornais que têm circulação em diversas regiões gaúchas. Foram analisadas a periodicidade, a tiragem, propriedade editorial número de cadernos, cores e número de páginas. A justificativa pela escolha desses jornais deve-se à questão logística e de acesso aos materiais.

No âmbito dos jornais que circulam no território gaúcho, destacam-se quatro que têm maior número de tiragem: **ZH** (183 mil de segunda à sexta e 280 mil na edição dominical), **CP** (167 mil), **OS** (64 mil) e **DG** (155 mil), totalizando cerca de 570 mil exemplares. Observa-se que dos quatro periódicos de maior circulação, dois pertencem ao Grupo RBS, **ZH** e **DG**. **CP** é de propriedade editorial da Central Record de Comunicação e **OS**, da Rede Pampa de Comunicação. Um dado interessante em relação a esses jornais é que **ZH** é o único com distribuição de maior abrangência, sendo lido inclusive em Santa Catarina, Paraná e no Uruguai.

CP foi o jornal de mais longa publicação em Porto Alegre, circulando por 89 anos ininterruptamente, até 1984, reiniciando sua publicação em 1986. Em 2007, o periódico mais tradicional do estado foi vendido pela Empresa Jornalística Caldas Júnior à Rede Record. O **DG** é direcionado ao público popular da Grande Porto Alegre (classes B, C e D), atingindo 76% do mercado ao qual é destinado. Possui quase um milhão de leitores e é atualmente o jornal mais lido na Grande Porto Alegre.

Saindo dos periódicos de circulação estadual, passamos aos jornais locais, destacando dois da cidade de Santa Maria, região central do estado. **AR**, um dos jornais mais antigos da cidade circula de segunda à sábado com tiragem de 17 mil exemplares e é de propriedade editorial da

Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto



Empresa Jornalística De Grandi. **DSM** também circula de segunda à sábado com tiragem de 15 mil exemplares. A partir de 2002, com a chegada do **DSM**, jornal pertencente ao Grupo RBS, **AR** passou por uma modernização passando a usar cores nas páginas e nas imagens fotográficas

Na região sudeste do RS, destacamos o jornal **DP** da cidade de Pelotas com circulação diária. De segunda à sexta com 18 mil exemplares e sábado e domingo com 21 mil exemplares. O jornal abrange, além do próprio município, cerca de 22 cidades da região sul. Na região da Campanha, estudamos o jornal **AP**, da cidade de Santana do Livramento, fronteira com Rivera, Uruguai. O periódico é de propriedade editorial da JB Empresa Jornalística. Com tiragem de 7.220 jornais por dia, o periódico tem circulação em Livramento, Rivera (Uruguai), Quaraí, Rosário do Sul e Dom Pedrito. Circula de segunda à sexta e aos domingos. Entre os cadernos do jornal destaca-se “Espanhol”, contendo três páginas na língua do país vizinho e editado por um jornalista uruguaio. Além disso, **AP** também possui uma correspondente em Montevideu (Uruguai). Na região metropolitana de Porto Alegre, destacamos três periódicos de propriedade editorial do Grupo Sinos: **DC** (Canoas), **NH** (Novo Hamburgo) e **VS** (São Leopoldo). Os três jornais circulam de segunda à sábado.

O Jornal **NH** é o veículo líder do Grupo Sinos com uma tiragem de 42 mil exemplares diários. O periódico abrange 45 municípios no Vale do Sinos, Caí e Paranhana, Serra Gaúcha e Litoral Norte do Estado. O **DC** é lido por pessoas das classes ‘A’ até a classe ‘E’ e vende diariamente em torno de 15 mil exemplares, sendo que dez mil são entregues para assinantes. O **VS** tem tiragem de 15 mil exemplares e circula das cidades de São Leopoldo, Portão, Esteio, Sapucaia do Sul e Capela de Santana.

Na região noroeste do estado, estudamos o jornal **ON** de Passo Fundo de propriedade de MC Rede Passo Fundo de Jornalismo que circula de segunda à sexta com 8 mil exemplares e aos sábados com 10 mil exemplares. O periódico circula com 16 páginas todas coloridas e abrange, além da cidade de Passo Fundo, mais 11 municípios. Na região da Serra Gaúcha, analisamos o jornal Pioneiro de Caxias do Sul, periódico de propriedade editorial do Grupo RBS. **P** circula de segunda à sábado com todas as páginas coloridas e tem tiragem de 24 mil exemplares. No Vale do Rio Pardo, estudamos o jornal **GS**, da cidade de Santa Cruz do Sul. O periódico que circula de segunda à sábado é de propriedade de Gazeta Grupo de Comunicações. O jornal tem tiragem de 18 mil exemplares.

Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto



Outro periódico estudado foi **GC**, da cidade de Caçapava do Sul, município da região central do estado. O jornal pertence ao Grupo Gazeta de Caçapava e circula todas às sextas com tiragem de 2 mil exemplares. Estudamos ainda, o **JG**, da região da Serra Gaúcha. Com propriedade editorial da Empresa Jornalística das Hortênsias LTDA, o jornal circula bimensalmente, às terças e sextas-feiras com 24 páginas e cores na capa e contra-capas e algumas páginas internas. Na região central do RS, analisamos a **FS**, da cidade de Santiago que circula todas as sextas e tem propriedade do Grupo Editorial A Folha. Por fim, o último jornal estudado chama-se **NE**, da cidade de Itaqui, fronteira do Brasil com Argentina.

Um dado interessante em relação a todos os jornais estudados é que eles possuem o formato tablóide, surgido na América Latina há mais de 50 anos e é hoje uma tendência mundial. O sucesso deste formato na Argentina e no Paraguai chamou atenção de outras regiões e acabou influenciando fortemente o Rio Grande do Sul e todo o Cone Sul. A Folha da Tarde, um jornal que já não existe mais, foi a primeira experiência neste formato no Rio Grande do Sul. **ZH**, desde sua fundação sempre foi tablóide e na medida em que cresceu e assumiu a liderança de mercado no Estado tornou-se uma referência quanto ao seu formato. Assim, observamos no Estado, a partir do êxito de **ZH**, a migração dos demais jornais gaúchos do formato standard para o tablóide.

A CAPA COMO “ELO DE LIGAÇÃO”

Descrever os contratos e suas possibilidades implica na eleição de certos modos de acesso e de leitura dos materiais jornalísticos. Ou seja, considerar a unidade físico - discursiva do jornal como objeto junto ao qual o analista realiza seus processos observacionais. Embora leve em conta seus próprios procedimentos, toma, contudo, hábitos de leitura mais universais e pelos quais os leitores se baseiam para conhecer as disposições e as intenções do jornal nas suas estratégias de contato. Uma delas, por exemplo, é considerar a capa - a primeira página do jornal - como o principal dispositivo que se propõe a estruturar uma forma de elo entre o mundo interno do jornal com aquele que lhe é externo, a comunidade dos leitores. Em função destas conjecturas, examina-se, em primeiro lugar, as capas dos 18 jornais estudados, e cujas impressões passamos a escrever abaixo.

Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto



JORNAIS DE MUITAS REGIÕES

Os jornais estudados apresentam várias estruturas organizacionais: pertencem à redes mais abrangentes; à grupos editoriais mais restritos, ou, são ainda, folhas locais. São publicados em várias cidades do Estado, desde a capital gaúcha de Porto Alegre; nas regiões serranas, central e pólos industriais até em algumas de suas fronteiras com a Argentina e o Uruguai. São editados, todos eles, no formato tablóide e apresentam idades diferentes: publicações centenárias (Correio do Povo e o Diário Popular); jornais com mais de meio século (A Razão, A Platéia e a Gazeta do Sul); aqueles a caminho da metade do século (Zero Hora e o Vale dos Sinos), e aquelas publicações com menos de uma década de vida (Diário Gaúcho, Diário de Santa Maria, Nossa Época, Gazeta de Caçapava), entre outros.

MÚLTIPLOS SUJEITOS

Se considerarmos que um jornal não se trata apenas de um dispositivo técnico-gráfico, mas um sujeito que fala todos os dias a seu leitorado, observaremos que já nas primeiras páginas, daqueles jornais estudados, vão aparecendo marcas que, articuladas uma com as outras, vão dando conta da estruturação do “contrato de leitura”, enquanto de formação de vínculo entre eles e os leitores. Seus nomes são espécies de indicações de intenções, compromissos, valores que vão defender. Ainda falam de sua pertença, os contextos com os quais guardam vínculo, das competências que dão conta de sua existência. Assim sendo, os títulos identificadores dos jornais analisados sugerem a existência de uma tipologia reunindo três tipos de lugares-identitários: a) jornais identificados com regiões; b) jornais identificados com temporalidades; c) jornais identificados com outros valores representacionais.

A – Jornais identificados com geografias, territorialidades e espacialidades: Vemos que na sua maioria (11), os jornais apresentam-se como sujeitos identificados com o chão geográfico que lhes dá abrigo. Seja a região, enquanto contexto mais vasto (Diário Gaúcho; O Sul; Jornal do Vale dos Sinos; Gazeta do Sul); as cidades onde são editados (Jornal NH; Jornal de Gramado; Diário

**Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto**



de Santa Maria; A Folha de Santiago; Diário de Canoas; Gazeta de Caçapava). Apresentam-se explicitados de origem o que significa dizer que tratam de ser identificados com operadores precisos de localização, o que o permite dizer ainda que são jornais cuja amplitude varia de uma vocação mais abrangente – a região Sul, o Estado, o Vale – até aqueles que indicam como inserção marcos geográficos e territoriais mais delimitados.

B – Jornais identificados com temporalidades: Observa-se que, neste caso, os jornais se auto apresentam como dispositivos fortemente associados à diferentes noções de temporalidades. Desde os marcos temporais mais genéricos (Nossa Época); àqueles que apontam ritmos de outra temporalidade (Diário Gaúcho; Diário Popular e Diário de Santa Maria), e outros que explicitam um tipo de intervenção específica na ordem temporal (Zero Hora).

C – Jornais identificados com outros valores representacionais: Temos como terceiro sub conjunto àqueles jornais cujos nomes tratam de evocar espécies de sujeitos associados à lugares (A Platéia); à competências (Integração; Correio do Povo; determinado tipo de jornal (Diário de Santa Maria, Gaúcho e Popular, a Folha). Ou mesmo à conceitos que tratariam de externar missões a serem desenvolvidas pelos jornais (A Razão; Pioneiro).

Na esfera de enunciados que estão situados abaixo dos seus próprios títulos identificatórios, os jornais tratam de desenvolver estratégias de auto-referencialidades através das quais chamam atenção para o papel a ser por eles desenvolvidos, em sua atividade editorial (PIONEIRO, Diário de Integração da Serra); para seu *status* enquanto dispositivo gráfico-editorial (O SUL, o primeiro e único jornal diário no Brasil totalmente à cores); para sua auto imagem e sua função social (GAZETA DE CAÇAPAVA, semanário independente e a serviço do município); para a porosidade de suas fronteiras jornalísticas e suas cumplicidades com o contexto extra-jornal (INTEGRAÇÃO, Canela, Gramado - um só lugar, um; NOSSA ÉPOCA, é muito mais jornal Itaquí, é a nossa paixão). Ao final, como operação de auto-referência, uma chamada para sua própria vocação editorial (A PLATÉIA, o jornal de maior circulação e de credibilidade da Fronteira).

**Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto**



TRAVESSIAS ED. 08 ISSN 1982-5935

revistatravessias@gmail.com

A ESTRUTURAÇÃO DAS REALIDADES

Uma das possibilidades do dispositivo jornalístico estabelecer contato com seu mundo externo é pela organização do seu corpo num certo espaço submetido à sistemas de hierarquização de referências. Não se trata apenas de um processo burocrático da divisão das matérias na superfície espaço-gráfica do jornal. Algo de mais complexo se faz na medida em que a estruturação das unidades em diferentes secções chama atenção para o estabelecimento de processos de hierarquização dos materiais que o jornal faz para identificar a realidade por ele construída. Neste caso, trata-se da organização de um território estruturado em partes distintas, mas que se articulam por racionalidades que são definidas aquém deste mecanismo, sem, contudo, prejudicar uma articulação entre os mesmos que, por seu turno, possibilita a emergência de processos de construção e de identificação da realidade de cada jornal.

Com estes processos enunciativos, o jornal visa organizar mecanismos estratégicos do seu contrato de leitura para produzir referências de sua identidade - especialmente sobre os seus 'modos de dizer' - e, também, a criação de hábitos através dos quais o leitor estabeleça rotinas, como modos de acesso a tal processo de codificação. Conforme veremos, tais estratégias apresentam características diferentes:

A – Três Modelos de leitores ideais: Nos jornais da capital, de circulação nacional, vemos a existência de distintos contratos, cujas concepções trazem também em seus postulados, tipos de "leitores ideais". **ZH** e **CP** voltam-se para espécie de um "leitor padrão", ao distribuir a realidade em subsecções convencionais como "Política, Economia, Editoriais, Mundo, Geral, Polícia, Esporte (o caso de **ZH**). No Correio do Povo apresenta-se as mesmas secções, com algumas variações: Internacional, Geral, Economia, Esportes. As especificidades localizam-se e quando outras subsecções aparecem no Correio como Cidade, Rural e em **ZH** como Pelo RGS, Campo e Lavoura, além de secções que ocupam mais uma página, reunindo novas possibilidades de interação com o leitor. Isto significa uma estratégia de desdobramento do leitor ou do reconhecimento do próprio universo de circulação dos jornais, quando novos perfis de leitores são contemplados ou mesmo reconhecidos. **OS** estrutura a edição em torno de grandes blocos-cadernos de colunas(publicando algo em torno de 16 diárias); de reportagens e magazines, que é

Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto



uma espécie de jornalismo cultural. Ao lado destes blocos, algumas páginas de notícias avulsas, não existindo, contudo, nenhuma página voltada para interação com o leitor. Tal estrutura permite inferir que o leitorado é igualmente condensado: aquele que é imaginado como leitor de colunas, as mais diversas; um outro que embrenha-se pelas matérias difusas publicadas no caderno de reportagens e aquele voltado para uma espécie de determinado tipo de 'jornalismo serviço'. Por seu turno, o **DG** apresenta as características de contrato voltadas para leitor popular, pelo volume de páginas e seções com que interam com o leitor, por seu grafismo e retórica, e sistema de organização de títulos.

B – Galeria dos colunistas: Na região central do estado, dois tipos de jornais (**DSM** e **AR**) definem seus contatos através de contatos específicos. O primeiro, enfatizando o papel dos colunistas, que desde já são apresentados diariamente na primeira página; sete tipos de seções (espaço do leitor, economia, política, polícia, esportes, opinião e geral), além de um segundo caderno voltado para registros de variedades (entretenimentos e registros culturais). **AR** condensa o mesmo modelo em menor número de seções, em função de publicar um menor número de páginas, ainda que sua estrutura respeite a existência de dois cadernos, um mais geral e um de natureza cultural. Mas uma de suas características é especificar dentre suas seções, aquela (Rio Grande) trazendo registros de todo o Estado. É voltada para o Estado e uma outra anunciada com o título de Serviços, espécie de agenda de interesse de um leitor heterogêneo.

C – Replicando Modelo: Por se tratar de um jornal pertencente à RBS, o **P**, de Caxias, replica o mesmo modelo gráfico-enunciativo do **DSM**, e parte do **ZH**. Sua primeira página traz sempre imagens (fotos) dos colunistas; uma seção que avança em duas páginas voltadas para interação com o leitor, obedecendo a mesma estrutura de seções do **DSM**, dele distinguindo pela existência de uma outra (Pela serra) e com a qual visa trazer informações sobre os municípios que constituem a serra gaúcha. Se **AR** abre seção (página inteira) para o Estado, o **P** faz o mesmo em relação ao contexto no qual é editado. Ambos aproximam-se, assim, a construção de um perfil de leitorado, definido por critérios sócio-geográficos. Porém, o jornal que mais apresenta esta estratégia de construção do seu contrato marcada pela noção de uma audiência mais ampla, instituída por critérios geográficos, é o **DP** (Pelotas). Basicamente é um jornal que funciona num

Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto



modelo de enunciação endógena - voltado para Pelotas. A cidade é o título específico de uma secção, distribuída em várias páginas, através de diferentes tipos de informações. Além disso, outros fatos relacionados com a cidade estão inseridos em outros tipos de secções como Economia, Polícia, Esporte. Mas, como dissemos, o jornal volta-se também para contextos maiores, através de secções específicas como o “Estado” e a “Região Sul”. Ou então, para municípios limitrofes como a secção “Rio Grande”, aludindo um tipo de leitor existente no município vizinho de Rio Grande. Em um grau menor, a **GS** (Santa Cruz) ao lado de manter os padrões de estruturação de colunas, no mesmo modelo de jornais aqui comentados, destaca-se pela construção de espaços enunciativos voltados para a Região. E ainda em seu caderno principal para secções voltadas ao público infantil (Gazetinha Infantil). Também o **NH** e o **VS** dispõem o mesmo sistema de codificação priorizando páginas para seu espectro regional (Vale do Sinos). Ou seja, buscam vínculos com um certo tipo de leitor específico, aquele que transcende o locus de publicação, mas que habita seus entornos.

D – Dois leitores de dois modelos de fronteiras: Graficamente, **AP** (Santana do Livramento) copia as resoluções diagramáticas de **ZH**, e, de algum modo de **OS**. Também em termos de estruturas de secções parece lidar com desafios parecidos quando pensa o leitor através das secções. Estas são as mesmas, de acordo com outros jornais: Opinião; Política, Geral, Estado, Brasil, Mundo, Polícia, Esporte. Mas, o que se apresenta como diferencial é a secção designada como Fronteiras, cujas informações publicadas em praticamente três páginas são redigidas em espanhol. Fica claro que o jornal se volta para um leitorado que não está longe, mas que frequenta a sua vizinhança, uma vez que Livramento faz fronteira com Rivera que é uma das portas de acesso ao Uruguai, e onde vive também uma população superior a 150 mil habitantes, e que está em contato permanente com o “outro lado da praça”. Enquanto este jornal explicita seus modos de estabelecer vínculos com um determinado tipo de leitor, anunciando e chegando mesmo e contatá-la em seu contato, um outro (**DC**) parece ser ofuscada por sua localização geográfica. O fato de estar a caminho de Porto Alegre, publicado em uma cidade sem fronteiras explícitas entre a capital e seus limites, este jornal não traz em suas secções nenhuma marca identificatória que aponte para suas diferenças entre os demais. Poder-se ia mesmo dizer que, ofuscado pela presença de jornais de Porto Alegre, de um lado, e de São Leopoldo e Novo

Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto



Hamburgo, de outro, seu contrato de leitura parece ser permeado por marcas enunciativas de outros contratos: desde o seu formato, como é o caso de todos os jornais do RS, as definições de secções; sua concepção gráfica, atingindo também a sua própria ‘retórica de contato’.

E – Modelos de leitores implícitos: Possivelmente, as estratégias enunciativas com que se estruturam as secções de jornais como **JG** (Gramado) e **NE** (Itaqui), apresentam mais claras características de contratos cujos leitores por eles concebidos, sejam de fato aqueles que estão instalados nas próprias fronteiras destes contextos geográficos. Toda ênfase das secções se volta para o ambiente interno onde os jornais são publicados, algo revelado pelos títulos de secções que identificam as páginas.

O Jornal de Gramado publica cinco secções /páginas gerais; e mais algumas específicas sobre o próprio contexto: Cidade, Turismo, Polícia, Cultura, Eventos, Infantil, além de colunas igualmente locais. Nossa Época, de Itaqui, além de seis páginas de matérias locais, três outras de Variedades, com ênfase em “eventos de sociedade” e uma policial. A Folha Santiago qualifica a ênfase voltada para o local através dos desdobramentos das secções com outros nomes: Entrevista, Rural, Educação, Social, Geral, Saúde, Esporte e algumas colunas. Estes jornais, conforme já foi dito, definem novos operadores de sentido para referenciar o modo como pretendem estruturar, junto aos leitores, uma noção de realidade por eles semantizadas. Abandonam hierarquias e classificações gerais, sem seguir esquemas e grandes jornais estaduais e regionais, e estabelecem localizadores semânticos muito próximos a vida sócio-político-econômica e cultural das pessoas com quem travam contatos, nas suas periodicidades.

Uma variação que aprofunda esta angulação pode também ser exemplificada pela ordenação semântica do território da superfície jornalística por parte da Gazeta de Caçapava. Não se trata mais de classificar as secções com referências gerais (universais). Mas, ao lado das mesmas, indicar novos especificadores que tratam de abordá-los segundo perspectivas de um leitorado muito preciso. Assim sendo, a secção Economia é especificada por subtítulos ou chapéus como: cotação do gado, cotações agrícolas; o tempo na região; articulando o tema do gado com a questão da segurança (furtos, etc); os temas jurídicos locais aparecem em páginas, transformadas em secção (JÚRI); secções como LOCAL e SOCIAL abrigam registros de

**Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto**



utilidade pública do interesse da população, como concurso da prefeitura, temas religiosos, de segurança e eventos da cidade, relacionados com variedades.

Pode-se dizer que estes jornais estruturam uma construção de mundo voltado para as fronteiras do seu funcionamento, pouco operando de medidores de temas que transcendem seus contextos. Certamente, por entender que aqueles que com eles travam vínculos, são de fato, indivíduos que se veem contemplados por este modo de fala de um mundo que, afinal, é aquele que lhes é próximo. Exemplo mais radical sobre esta organização de contrato de leitura em que o jornal concebe, de fato, o seu leitorado, como uma comunidade interpretativa homogênea, e definidas por sua inserção nos limites mesmos da organização física e cultural da cidade, é a Nossa Época de Itaquí, o qual, a exceção de sua primeira página, estrutura todas as demais (da 2ª a 16ª página) sobre o localizador semântico de GERAL. Não é que o mesmo comporte a inserção de notícias de diferentes procedências (sociais, políticas, geográficas, etc), mas, é o fato de não esquematizar via hierarquias mais complexas o conjunto de notícias que ele fabrica. Indiretamente significa dizer que o jornal é uma espécie de “oferta de sentidos” que toca, via matérias assim definidas, todos os indivíduos que constituem esta comunidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se, pela leitura dos títulos dos jornais como lugar identitário, que diferentes valores são usados como argumentos em torno dos quais os jornais estabelecem estratégias a través das quais os leitores firmem com os mesmos pactos de fidelização. Chamam atenção para valores de cunho mais amplo, onde se colocam como porta vozes da região, da cidade, do município, etc, aqueles onde anunciam sua cumplicidade e lealdades com as próprias comunidades onde atuam; outros nos quais chamam atenção competências jornalísticas e de natureza ética.

Em suma, um conjunto de argumentos através dos quais procuram os jornais selar pactos de confiança com seu leitorado. Estas estratégias procuram mostrar que os jornais não são apenas suportes técnico –mecânicos. A cada uma de suas edições atualiza-se a sua estratégia enunciativa pelo qual se estabelece o modo de dizer a realidade para o seu leitorado. Não se trata, porém, de uma mudança que coloque em riscos fundamentos do seu contrato de leitura. Ou seja, a cada edição o jornal submete a apresentação da novidade - ou da atualidade jornalística - ao formato, a estrutura com que procura se por em contato com o leitorado.

**Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto**



É justamente neste modo de dizer, e nos fundamentos que procuram explicitá-lo, que o leitor encontra as marcas singulares do jornal enquanto um interlocutor específico. Portanto, tais marcas de identidade são estáveis, espécies de lemas que o jornal anuncia e os persegue. Nestas condições, o anúncio da atualidade deve ser compatível com tais declarações de intenções por ele anunciada, já no próprio espaço de sua auto-apresentação, pois a confiança já se tece nestas operações que podem aparentar etiquetas, mas, que no fundo, contém promessas mais complexas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENVENISTE, Émile. **Problèmes de linguistique générale**. 2. Paris: Gallimard, 1974.

FAUSTO NETO, Antonio. **Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos**. Diálogos Possíveis (FSBA), v. 6, 2007.

LUHMAN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MATA, Maria Cristina. **De la cultura masiva a la cultura midiática**. Diálogos de la comunicación, Lima: Felafacs, n.56, 1999.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Experiência, modernidade e campo dos media**. Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação. Portugal, 1999. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf>. Acesso em 12 de julho de 2008.

VERÓN, Eliseo. **Quand Lire c'est faire**. In Revista Semiotique III. Institut de Recherches et d'Études Publicitaires. Paris, 1983.

Carlos Renan Samuel Sanchotene
Antonio Fausto Neto