



As estratégias ‘para o seu filho ler’: um estudo do contrato de leitura da seção infantil do jornal Zero Hora¹

Lara Niederauer Machado²
Viviane Borelli³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

Este artigo investiga a relação que o jornalismo firma - através do estabelecimento de um contrato de leitura - com o seu leitor, mais especificamente com o leitor da seção “Para o seu filho ler”, do jornal Zero Hora, do Rio Grande do Sul. Para análise, optou-se pelo norteamento da semiologia de terceira geração (Verón, 2004), em que foram selecionados enunciados da seção a partir de um *corpus* de 111 exemplares. Nota-se que a seção está estritamente ligada com o processo de midiatização da sociedade no qual as mídias têm papel na estruturação das práticas sociais.

Palavras-chave

contrato de leitura; enunciação; jornal; leitor.

Introdução

O jornalismo direcionado para crianças é tema de diversas monografias, dissertações e teses nos mais variados cursos do país, tanto na área de Comunicação, como na de Educação. Nesse contexto, estuda-se como a seção Para o seu filho ler (PSFL), do jornal Zero Hora, constrói o seu contrato de leitura por meio de análise de suas estratégias discursivas.

Essa seção é composta, na sua maioria, por pequenos textos ilustrativos que acompanham e tentam transpor, para o mundo da criança, as notícias. Nota-se, também, a tendência de elaborar matérias direcionadas específica e exclusivamente para o público infantil, sendo que essas não acompanham uma notícia ‘para adultos’. Opta-se por denominá-la seção, pois seu surgimento o postula como um complemento de uma notícia. Portanto, Para o seu filho ler está subordinado um tema que está vinculado a uma notícia mais ampla dentro da estrutura interna do jornal do dia.

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Email: laraniederauer@gmail.com

³ Orientadora da pesquisa. Professora e coordenadora do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria. Email: viviborelli10@gmail.com



PSFL não possui periodicidade nem editoria fixa. Os temas escolhidos são geralmente pautas que permitam contextualizar historicamente assuntos para o leitor ou pautas de serviço, em que a seção é usada de forma didática. Observa-se, como estrutura dominante, uso de figuras e fotos para ilustrar o texto, narrativa em tópicos e adequação da linguagem, que é mais coloquial do que é adotada no restante do jornal. Diante disso, questiona-se: que estratégias discursivas a seção utiliza para conquistar o público infantil e em que medida o contrato de leitura denota que o jornal fala para a criança? Como decorrência dessas questões, analisa-se também a relação que o jornalismo firma, através do estabelecimento de um contrato de leitura, com o seu leitor.

A seção já delimita seu leitor-modelo no título “Para o seu filho ler”, determinando estratégias de enunciação que sejam adequadas ao que os filhos dos leitores de Zero Hora querem, devem ou podem ler. Pressupõe-se, assim, um contrato de leitura nos termos de Eliseo Verón (2004), em que o enunciador deixa caminhos a serem seguidos pelo leitor.

Midiatização e Contrato de Leitura

O processo de midiatização trouxe uma nova forma de encarar o lugar de produção. As mídias passaram a se inserirem na organização e funcionamento das sociedades, na medida em que as integram, deixando de serem encaradas apenas como mediadoras. Maria Cristina da Mata (1999) destaca que elas são produtoras de sentidos e não simples meios de informação. A autora explica que essa mudança de visão ocorre a partir do momento em que o conceito “massa” torna-se insuficiente para explicar fenômenos observados nas sociedades atuais: as mídias são muito mais do que fabricantes de produtos a serem consumidos pelas massas.

Portanto, tornam-se fundamentais na estruturação das práticas sociais ao integrar o cotidiano dos indivíduos. Elas podem se assumir como fonte de informação, entretenimento ou construtores de imaginários: “É definida como uma *nova matriz* que se funda em novas racionalidades com as quais realiza estratégias de produção de sentidos” (FAUSTO NETO, 2006, p. 08, grifo do autor).

O processo de enunciação é responsável por algumas dessas estratégias. Segundo Émile Benveniste (1989), é através dele que o homem expressa sua relação com outros homens e com o próprio mundo. Essa relação é percebida pelas marcas do discurso que, contextualizadas na instância da produção, permitem compreender a forma como o interlocutor encara e se relaciona com aquilo que está enunciando. Além



disso, Benveniste (1989) postula que são necessárias duas figuras que se portem como protagonistas da enunciação, o eu e o tu – aquele que enuncia e aquele a quem a enunciação é destinada.

Entretanto, a estruturação e a construção não são exclusivas às mídias, pois as interações sociais podem reconstituir e reconstruir esses imaginários. Uma das principais estratégias utilizadas para a produção de sentidos é o dispositivo de enunciação, inserido no processo enunciativo, que serve para “assegurar a sua validade para um público indiferenciado, independente da experiência, das opiniões, dos interesses dos indivíduos e dos grupos a que se destina” (RODRIGUES, 1994, p. 148). Isso é possível, pois esses dispositivos ancoram os discursos a determinados contextos.

Para Verón (2004), estudar o dispositivo de enunciação, na mídia impressa, é estudar o contrato de leitura. É nesse processo que estão presentes as marcas que revelam as condições da produção de determinado discurso. É o contrato de leitura, também, que desponta o que é esperado daquele leitor-destinatário: o que se sabe sobre ele e como se espera que ele aja frente a esse processo.

O conceito de contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor; uma paisagem, de alguma forma, na qual o leitor pode escolher seu caminho com mais ou menos liberdade, onde há zonas nas quais ele corre o risco de se perder ou, ao contrário, que são perfeitamente sinalizadas (VERÓN, 2004, p. 236).

O contrato de leitura é a forma de os enunciadores pressuporem os seus leitores nas instâncias discursivas. Fala-se em pressupor, pois o receptor é ativo, tanto que Verón prefere o termo “reconhecimento” ao invés de recepção (VERÓN, 2004, p. 216).

Todo o texto necessita de alguém que o ajude a funcionar e, por isso, a noção da existência do leitor é fundamental no processo de produção. Assim, Umberto Eco (1986), formula o conceito de leitor-modelo:

Para organizar a estratégia textual o autor deve referir-se a uma série de competências que confirmam conteúdo às expressões que usa. Ele deve aceitar que o conjunto de competências a que se refere é o mesmo a que se refere o próprio leitor. Por conseguinte, preverá um Leitor-Modelo (...) (ECO, 1986, p. 39)

A previsão da existência de um leitor-modelo faz com o texto seja direcionado para construir esse leitor. Um mesmo produto midiático pode abarcar diferentes leitores e, conseqüentemente, diferentes contratos de leitura. A Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), em 2002, já notava e comemorava a existência de dispositivos, em



jornais de grande circulação, dedicados às crianças, como, por exemplo, Folhinha, do jornal Folha de São Paulo e Globinho, do O Globo.

Em contrapartida a essa tendência da criação de suplementos, em 2006 o jornal Zero Hora criou uma seção, Para o seu filho ler. Essa foi resposta a um problema observado pelo jornalista Marcelo Rech em sua casa:

Ela [seção] surgiu a partir de uma observação pessoal quando meu filho mais velho, hoje com 15 anos, tinha sete anos. Ele viu uma notícia na TV que havia lhe chamado à atenção e no dia seguinte procurou a notícia no jornal, mas de largada não entendeu e descartou o jornal. Aí me deu o estalo de criar uma seção que traduzisse para crianças e pré-adolescentes alguns assuntos relevantes que estão em outras mídias, mas que precisam de uma abordagem diferenciada para serem compreendidos por crianças. O objetivo, naturalmente, era criar o hábito de leitura, mas também de permitir uma interação familiar a partir do jornal⁴.

Ricardo Stefanelli, um dos responsáveis pela implementação da seção no jornal, explica que “PSFL surgiu justamente para fazê-las transitar pelas editoriais todas, sem colocá-las à parte - ao contrário, inseridas no jornal, para pegar gosto por ele também. A seção, por tabela, pode auxiliar a cativar novos leitores”⁵.

Por essa preocupação de abordar as mais diversas editoriais, o jornal acaba por optar por um dispositivo mais flexível: uma seção ao invés de um suplemento. Como consequências dessa escolha, PSFL não apresenta periodicidade fixa, sendo sua publicação condicionada a outros dispositivos, como as editoriais e as notícias.

A seção possui um projeto gráfico bem específico, diferenciando-se do resto do jornal. Há um selo especial com o nome Para o seu filho ler, que identifica o início, e uma linha horizontal, que identifica o final. O texto também se distingue do padrão utilizado no resto do jornal: frequentemente os parágrafos são divididos em tópicos e o negrito é usado. Outra recorrência é o selo do patrocinador, o colégio João Paulo I, que pode ser considerado um coenunciador responsável pelo fechamento da seção. Sua presença funciona como uma espécie de assinatura e fechamento ao que é dito anteriormente.

Ao estudar os telejornais, Rodrigues (1994) destacou o dispositivo do discurso genérico, constituído por uma sequência de imagens e música que delimita o formato do jornal. Ao transpor essa ideia para o objeto de estudo, pode-se dizer que a Seção é

⁴ Diretor editorial dos jornais do Grupo RBS, Marcelo Rech, em entrevista concedida à autora no dia 15 de maio de 2012, por e-mail.

⁵ Diretor de redação do Diário Catarinense, Ricardo Stefanelli, em entrevista concedida à autora no dia 21 de abril de 2012, por e-mail.



identificada por um discurso genérico composto por estes elementos: selo da seção, selo do patrocinador e a forma linear na cor laranja.

Percurso metodológico

Como o objetivo deste trabalho é identificar particularidades e características específicas do contrato de leitura proposto pela seção infantil PSFL, optou-se pela análise semiológica. Eliseo Verón (2004) trabalha com a “semiologia de terceira geração” (VERÓN, 2004, p. 215), surgida a partir dos anos 1980, que se diferencia das semiologias antecessoras por abarcar os efeitos de sentido em seus estudos. O dispositivo de enunciação envolve, além do sentido do que é dito, a imagem das entidades discursivas enunciador e destinatário e a relação entre eles.

Para o autor, o principal fim da análise semiológica é determinar, por meio de uma análise de produção, a posição de um enunciador e conseqüentemente identificar marcas que busquem atingir o leitor pelo reconhecimento. A análise busca compreender as estratégias utilizadas pelo jornal para chegar ao leitor. Nesse sentido, não se foca no texto em si, mas no dispositivo de enunciação, nas relações entre os diversos dispositivos – jornal, editoria, seção, título, imagens.

Para análise do objeto, foram recolhidas, entre 31/12/2010 a 30/06/2011, as seções publicadas por Zero Hora. Para o seu filho ler aparece em 98 exemplares, num total de 111 seções. A escolha do período não teve a intenção de ser quantitativa, mas exploratória e intencional por questões de viabilidade e de acesso ao jornal. Como o problema trata da seção como um todo e não aborda especificamente as temáticas trabalhadas, o conteúdo e o período em que foram publicados não interferiu no modo como a análise é realizada.

A partir da leitura de todas as seções recolhidas, observando-se recorrências e singularidades dos textos publicados, definiram-se quatro categorias de análise, com base nos conceitos trabalhados acerca do contrato de leitura que se efetiva através do dispositivo de enunciação. Portanto, essas categorias emanaram do próprio *corpus* e foram construídas a partir do percurso teórico metodológico e do problema de pesquisa ao compreender que não se pode analisar os enunciados em si, mas o processo de enunciação e sua relação com o dispositivo jornal.

Para melhor estruturação da análise e sistematização dos dados, utilizam-se as expressões E1, E2 e assim por diante para designar os enunciados analisados. Para fins de destaque, grifam-se, nas estruturas frasais, vocábulos e sentenças importantes.



Discurso de complementariedade

Uma das primeiras singularidades notadas diz respeito ao formato. A construção da maioria das Seções se dá através da contextualização de uma notícia. Isso reflete desde a escolha das pautas até o formato assumido nas páginas de Zero Hora por Para o seu filho ler.

Essa estratégia é fruto do próprio objetivo da criação da seção, como explica o jornalista Ricardo Stefanelli: “O Para o seu filho ler surgiu com a ideia de ajudar os pais a traduzirem assuntos obrigatórios, mas delicados e/ou complexos”. Então, PSFL precisa ser análogo àquilo que é pauta para Zero Hora. É um local em que é possível ressaltar ou silenciar determinados temas e modos de dizer. Dos 111 exemplares, 94 são complementos de outras notícias.

A notícia “Após tragédia, um esforço para acalmar as crianças” relata sobre os esforços da imprensa japonesa em explicar o que foi o terremoto ocorrido no Japão e também de acalmar as crianças. A seguir, o enunciado da notícia original e o enunciado de Para o seu filho ler:

E1: “Os japoneses estão preocupados com a forma pela qual informações a respeito do **terremoto** de 11 de março, seguido de **tsunami** e vazamento radioativo, irão afetar as crianças do país. Em linguagem infantil, jornais japoneses têm procurado explicar a situação com didatismo.” (“Após tragédia, um esforço para acalmar as crianças”, 02 de abril de 2011)

E2: “O jeito que o adulto fala muitas vezes não é entendido pelas crianças, até porque as crianças não estão preparadas para entender algumas conversas de adultos. O que os jornais japoneses estão fazendo é mostrar para as crianças de lá como foi o terremoto que causou destruição no país. Eles não querem que as crianças fiquem preocupadas demais. Explicam como a **terra tremeu** e como **esse tremor fez uma onda imensa** se levantar do mar.” (“Aos japonesinhos”, 02 de abril de 2011)

Apesar do enunciado original não ser de difícil compreensão, foi julgado como necessário uma seção que o traduzisse. Para isso, o enunciador optou por períodos curtos e vocábulos que acredita ser de mais fácil compreensão pela criança, como dizer que “a terra tremeu” ao invés de que houve um terremoto.



O uso dessa estratégia é compreendido na medida em que se conhece o objetivo da criação da seção. Porém esse mesmo objetivo acaba ceifando o leque daquilo que pode ser considerado pauta para a seção. Para o seu filho ler poderia ir mais longe e tratar de assuntos que são de interesse de seus leitores e que não são necessariamente pautas de Zero Hora. Na próxima categoria, ver-se-á que essa dificuldade vai tentar ser sanada através de outras estratégias.

Diz-se que o PSFL complementa uma notícia, pois ela precisa dessa para ter seu espaço garantido no jornal. Isso é reflexo da situação que originou a criação da seção: o episódio descrito por Marcelo Rech demonstra que o contrato de leitura do jornal, muitas vezes, não abarca a criança como leitor-modelo e, para sanar essa lacuna, criou-se o PSFL.

A situação relatada pelo jornalista também pontua outro aspecto da seção: o primeiro contato pode não ser feito diretamente com o texto de PSFL. A seção pode vir para explicar, contextualizar uma pauta que o leitor conhece através de outras mídias. O interesse pode também ser despertado por elementos como título e fotos. A partir desse primeiro contato, os leitores mirins são direcionados para a seção infantil.

Direcionamento para as crianças

Apesar de a complementariedade ser mais recorrente, há, em Para o seu filho ler, a construção de enunciados que são direcionados especificamente para as crianças, chamados aqui de matérias direcionada. Assim, a seção perde parte da hierarquização a outros dispositivos do jornal. Com essa relativa independência, surgem, nas páginas de Zero Hora, assuntos que são tratados como interessantes apenas ‘para os filhos lerem’.

Nos 111 exemplares analisados, foram reconhecidas 17 matérias direcionadas. Para tentar entender a circunstância em que são apresentadas essas pautas, analisou-se cada um dos exemplares e notaram-se singularidades próprias de cada matéria e particularidades em relação àquelas seções que complementam notícias.

As matérias direcionadas apresentaram dois formatos diferentes. Há aquelas que não se diferem da seção que complementa uma notícia; a maior, se não única, diferença é a não subordinação a um dispositivo. Apresentam, assim, texto não assinado, em tópicos e em negrito, uso de ilustrações e/ou fotos.

Entretanto, essa forma não é unanimidade. Das singularidades, é possível traçar uma característica própria apresentada por algumas matérias direcionadas: ao serem direcionadas, adota-se o do padrão de notícias utilizado em outras editorias de Zero



Hora. Assim, apresentam título, *lead* em negrito diferenciando-se do texto, cartola e assinatura de um jornalista (variável).

Quanto aos assuntos abordados, a partir de leituras, é possível formar três tipos de pautas. Essa divisão é baseada naquilo que Zero Hora considera como valor notícia: curiosidade, utilidade e agenda.

As pautas de curiosidade reúnem as matérias que mais se assemelham com as que complementam uma notícia. Aqui, o que torna fatos pautas do Para o seu filho ler são as peculiaridades sobre um determinado assunto, como, por exemplo, a origem histórica do dia dos bobos (“Primeiro de abril, o dia dos bobos”, 01/04/2011).

Já as matérias que se encaixam no grupo de pautas de utilidade, geralmente, tratam de campanhas de cunho nacional que se propõem a discutir assuntos como trânsito, meio ambiente e solidariedade. A Campanha do Agasalho foi uma das pautas abordadas. A matéria veiculada em 14/06/2011 trata de especificar o que é a campanha, onde são os pontos de recolhimento e o que pode ser doado. Contudo, como isso não garantiria que o direcionamento se justificasse, o enunciador trata de remeter a um leitor particular, como destacado:

E3: “Se **você** tem blusões, camisetas, tênis, meias ou cobertas que já não usa mais ou que já estão muito curtos para o **seu** tamanho, peça ajuda a **seus** pais para separá-los e levá-los a um dos pontos de coleta de doações espalhados pelo Estado”. (“Começa a campanha do agasalho 2011”, 14/06/2011)

O propósito das matérias direcionadas que se enquadram no grupo das pautas de agenda é fornecer informações - que se acredita ser - de utilidade para o leitor. A matéria “Papai Noel e Coelhoinho da Páscoa juntos” (23/04/2011) ilustra esse tipo de abordagem: mais que focar as comemorações da Páscoa na serra gaúcha, tem por objetivo publicizar informações de serviço sobre as atrações.

Ao direcionar a origem do ‘dia dos bobos’, o início da Campanha do Agasalho e a programação das comemorações da Páscoa, Zero Hora pressupõe que seu leitor-modelo, aquele que é enunciado como pai da criança que lê Para o seu filho ler, ou já tem esse conhecimento ou não se interessa por essa pauta.

O formato matéria direcionada surge como uma independência em relação a outros dispositivos que Para o seu filho ler comumente está atrelado. Abordaria, portanto, aquilo que é interessante, desconhecido e curioso para o leitor-modelo infantil.



Mas como delimitar essas pautas? Observa-se, nas matérias direcionadas de PSFL, ocorrência de temas que perfeitamente caberiam a todos os leitores de Zero Hora, sejam eles criança ou adulto. O que acaba por delimitar o leitor-modelo é a convocação desse leitor particular, como visto em E3. E é essa estratégia que vai ser analisada a seguir.

O leitor na enunciação

A terceira recorrência notada demanda do próprio objetivo da seção Para o seu filho ler: ajudar os pais leitores de Zero Hora a traduzirem para seus filhos assuntos que estão presentes nas mídias. Isso ocorre pela própria enunciação, pois é com ela que o jornal impresso lida.

Para construir o leitor-modelo, o enunciador estabelece operações discursivas que permitam reconhecer o lugar desse leitor e que ele próprio se reconheça. Uma das estratégias utilizadas é a criação do texto a fim de a criança identificar menções a situações que fazem parte de seu dia a dia, segundo julgamento do enunciador, como referências à escola e família.

E4: “Já pensou que legal se **você** e **seu pai** fizessem aulas de surfe juntos na praia?”. (“Convide o seu pai para surfar”, 15 de janeiro de 2011)

E5: “Ou seja, antes mesmo de os **teus pais** ou **avós** terem nascido” (“Um lugar da moda”, 21 de janeiro de 2011)

As referências ao leitor-modelo também podem ser conseguidas através de embreantes pessoais, como classifica Dominique Maingueneau (2008). Esses embreantes são exemplificados pelo uso recorrente do “você” e dos pronomes possessivos “seu” e “teu”. Esses pronomes referem-se ao próprio leitor, como mostra o E5: “ **teus pais** ou **avós** ”, em que denota os pais e os avós daquele que lê.

Há também referências às situações que o jornal julga fazer parte do cotidiano desse leitor-modelo. São exemplos:

E6: “Todos os anos você aguarda ansiosamente pela **chegada da Páscoa.** ” (“Como saber a data”, 13/01/2011)

E7: “Quando **você vai para a praia** e passa por Osório, você já deve ter visto imensas torres que parecem esses cata-ventos gigantes.” (“A força do vento”,



31/03/2011)

Através desses dois enunciados é possível traçar algumas nuances que mostram o que jornal Zero Hora, como enunciador, espera do leitor-modelo de Para o seu filho ler: ele é uma criança que comemora datas cristãs e que deve viajar com frequência para o litoral gaúcho.

Em E7 é possível notar outra forma dessa mesma estratégia: ilustrar com elementos que a criança conhece aquilo que lhe é desconhecido. Desse modo, as torres que servem para a produção de energia eólica tornam-se, no PSFL, em “cata-ventos gigantes”, tal como a soma do Produto Interno Bruto é formada por:

E8: “(...) a roupa que a sua mãe compra, as casas novas construídas, a mensalidade da escola (...)” (“O PIB”, 04/03/2011).

E a função da previsão do tempo se resume a algo imediato:

E9: “(...) para que você possa saber se amanhã poderá sair de manga curta ou se o melhor mesmo é levar um casaco” (“Curiosidades do clima”, 09/06/2011).

Lidar com o uso dessa estratégia de ‘tradução’ para o mundo da criança torna-se muito difícil na medida em que a superestimação ou a subestimação das competências desse leitor podem ter consequências determinantes para as relações presentes no processo de enunciação.

De um lado é necessário afirmar que, se o enunciador não utiliza certas estratégias como essa, a seção acaba se tornando de difícil compreensão e não alcança o seu objetivo. Essa situação demonstraria um contrato de leitura falho que dá grande valor às competências que nem sempre o seu leitor possui. Como consequência máxima, esse sujeito que lê pode abandonar o texto. Isso vai de encontro com a noção de jornalista como operador semântico discutida por Lorenzo Gomis (1991): frente a uma realidade bruta, o jornalista deve manipulá-la linguisticamente para criar uma mensagem a ser interpretada em um determinado código por um determinado leitor.

Contudo, por outro lado, essas estratégias podem acabar subestimando essas competências e apenas reproduzindo aquilo que já é sabido. A consequência é um texto infantilizado que não leva um conhecimento novo à criança. Como detectado pela Andi (2002), a seção direcionada não deve se diferenciar apenas pelo uso de cores e pelas



brincadeiras impressas, mas deve ser o lugar onde o leitor entra em processo formador.

Quem fala em Para o seu filho ler

Um dos primeiros efeitos do enunciado é indicar a autoria, visto que o processo de enunciação prevê a existência de um sujeito enunciador, o “eu”. Passa-se agora para a análise de quem fala em Para o seu filho ler.

A primeira constatação a ser feita é que o enunciador, na seção, é mutável. No *corpus*, detectou-se que ele pode ser de quatro tipos diferentes: jornal, jornalista, criança ou especialista.

Diferente da maioria das notícias e matérias que constituem Zero Hora, a seção Para o seu filho ler predominantemente não é assinada. Dos 111 exemplares colhidos, 106 não são assinados, sendo delegada, ao PSFL, uma autoria que aponta para o próprio dispositivo jornal. Essa autorreferencialidade é produto do processo de midiaticização no qual o jornal toma para si a posição de enunciador e passa a ser encarado como produtor e organizador de sentidos. Zero Hora assume esse papel quando determina o que e como vai ser enunciado, pressupõe seu leitor e refere algo que já faz parte do universo dessa criança. Para tal, acredita não ser necessária a nomeação dos enunciadores. O jornal, como dispositivo que faz parte de um contexto social, pode até produzir sentidos, mas, mais que isso, ratifica aquilo que crê ser do conhecimento de seu leitor.

O segundo enunciador identificado é o jornalista, o qual assina apenas quatro seções – todas matérias direcionadas. Esse enunciador nomeado, todavia, não se difere tanto do enunciador anterior, pois o jornalista é um enunciador do jornal. O que acontece aqui de diferente é que o jornalista ocupa o lugar do eu. Por exemplo, André Mags que assina “Prédios coloridos contra acidentes” (12/05/2011) é aquele que se refere ao leitor, chamado de “você”. Aquele a quem a enunciação acena sabe quem é que está enunciando uma vez que é nomeado.

A instituição de um enunciador através da assinatura da matéria não exclui que outros enunciadores constituam o texto. O próprio jornalista é cognominado, mas ele enuncia segundo a lógica do dispositivo jornal, assim como outros “eu” que serão analisados a seguir.

As crianças, apesar de formarem o grupo que compõem o público de Para o seu filho ler, caracterizam-se minimamente como enunciadores. Dessa forma, a seção muito mais se dirige às crianças do que dá voz a elas.

Em “Os campeões da Matemática” (19/05/2011), há três tipos de enunciadores



nomeados e um deles são as crianças. Cinco alunos têm suas opiniões expressas fora do texto em uma coluna intitulada “De criança para criança”. Isso mostra a opção de Zero Hora de utilizar a voz da criança mais como coadjuvante, e menos como protagonista.

Além da opinião dessas cinco crianças, o enunciador passa a ser uma criança apenas mais uma vez e em uma situação bem particular. No editorial “A verdade sempre” (07/02/2011), o jornal deixou a ‘tradução’ nas mãos de uma criança, membro do Conselho de Leitores. Assim, a menina enunciativa escreve aquilo que compreendeu do editorial publicado, explicando-o aos leitores.

O editorial reescrito ganhou chamada na capa e também uma nota introdutória que descrever seu processo de construção, nos quais é possível notar duas formas de autorreferência, propostas por Fausto Neto (2007). Uma tem por objetivo apresentar a realidade do jornal para o leitor a fim de aproximá-lo. Já outra diz respeito à descrição das ações da mídia frente a um acontecimento. O editorial tem por objetivo destacar a ação da mídia e dos jornalistas na revolução ocorrida no Egito:

E10: “Mesmo com toda a hostilidade e desrespeito, com que está sendo tratada, a imprensa está conseguindo fazer seu papel: mostrar a verdade, doa a quem doer!” (“A verdade sempre”, 07/02/2011)

O importante foi referenciar o jornal e mostrar para as crianças o espaço de produção midiática, através de um fato. Esse exemplo mostra que, apesar de o enunciador ser aquele que mais se aproxima do leitor-modelo, o dispositivo jornal necessita autorreferenciar-se.

No entanto, tornar o enunciador uma criança é uma estratégia valorosa para que o leitor, provavelmente outra criança, identifique-se no texto, pois esse enunciador específico consegue fazer uso de algo que o enunciador jornal e adulto não são aptos nessa seção: a primeira pessoa do plural, nós.

E11: “**Estamos** assistindo na **televisão**, ouvindo nos **rádios** e lendo em **revistas** e **jornais**, à grande revolução que está acontecendo no Egito”. (“A verdade sempre”, 07/02/2011)

Zero Hora opta por falar de si próprio e do seu campo de atuação e, assim, conferir a si credibilidade. A voz da criança é usada mais como uma estratégia do dispositivo do que como um ambiente de manifestação do leitor.



Além desses três enunciadores, há um último tipo que abrange diversos outros: os especialistas. No material analisado, foram encontrados os seguintes enunciadores: órgãos técnicos; pesquisadores; professores; leis e políticos; e profissionais.

A presença de enunciadores, que não integram nem o espaço de produção nem o espaço de recepção, faz parte do que Rodrigues (1994) conceituou como dispositivo de enunciação. Para garantir que aquilo que enuncia seja aceito por leitores heterogêneos, o jornal deve ancorar os discursos a determinados contextos.

Algumas vezes, a nomeação da fonte se dá de forma generalista, não havendo identificação de seus nomes, da instituição a qual fazem parte e da cidade em que atuam. Informações geográficas e conhecimentos gerais se perdem com a nomeação genérica.

Além de fontes que credenciam o que está sendo pautado, os enunciadores aparecem mais como reforçadores do enunciador jornal. Tanto isso acontece que esses especialistas algumas vezes não são identificados no texto em si, mas fora dele. Dessa forma, o jornal assume para si a autoria do especialista, que só tem voz indireta.

Constatam-se quatro formas de enunciadores, contudo observa-se que três dessas categorias atuam a fim de garantir aquilo que o dispositivo jornal enuncia. Esse toma a fala do especialista e da criança para si, já o jornalista é parte do dispositivo e, portanto, também enuncia pelo jornal.

Destaca-se também a recorrência do selo do patrocinador, o colégio João Paulo I, que aparece em todas as edições da seção e funciona como dispositivo do discurso genérico, proposto por Rodrigues (1994), ‘fechando’ a seção.

Considerações finais

Para o seu filho ler é parte de um fenômeno observado pela Andi (2002) que consiste na criação, por parte de mídias já consolidadas, de suplementos e dispositivos direcionados para os leitores infantis.

A criação e a manutenção da seção estão inseridas num contexto em que a sociedade vive um processo de midiaticização, pois as mídias têm papel preponderante na estruturação das práticas sociais. E, assim, o jornal passa a ser referência para os seus pequenos leitores e acaba, de alguma forma, fazendo parte de suas vidas.

Se o processo de midiaticização deu um novo patamar às mídias, o de produtoras de sentido, é necessário que elas saibam lidar com isso, reinventando-se. Por isso, desenvolvem estratégias que garantam a sua manutenção como um dispositivo de



referência junto à sociedade. A mídia concorre com as tradicionais instituições à medida que também determina modos de ver, avaliar o mundo e expressar opiniões.

Com a análise é possível perceber a relação de dependência estabelecida nas páginas de Zero Hora. Esse atrelamento acontece até mesmo quando a seção demonstra certa independência, seja de formato ou de voz que enuncia, no caso das matérias assinadas. Quando PSFL não está ligado a uma notícia, está vinculado a outras questões e dispositivos.

O contrato de leitura é eficaz na medida em que permite àquele leitor que denota se reconhecer. E é esse o maior esforço desempenhado pelo enunciador nas páginas de Zero Hora: garantir que o leitor se reconheça. O ponto forte do contrato de leitura construído na seção Para o seu filho ler é falar com a criança. Esse leitor-modelo é tão bem construído que os próprios enunciados apontam quem é e o que é esperado dele.

Contudo, em detrimento à fixação tão explícita de um leitor, problemáticas que saiam desse contexto conhecido, mas que são igualmente importantes - como trabalho infantil, violência sexual e política - possuem pouca (ou nenhuma) incidência em *PSFL*.

A seção também é atravessada pelo fator comercial, no qual a presença de um patrocinador que encerra o texto (discurso genérico) gera um efeito de sentido que parece autorizar e codeterminar o que é dito pelo jornal. Dessa forma, o contrato de leitura firmado é atravessado também por questões comerciais, já que o jornal é uma empresa que precisa se sustentar economicamente.

Zero Hora, ao majoritariamente assumir o papel de enunciador, não permite que o leitor-modelo da seção assuma o lugar de produtor da enunciação. Mínimas vezes crianças assumiram a fala em Para o seu filho ler. E, mesmo quando enuncia, pode se observar situações em que elas assumem a voz da autoridade midiática. A inserção da voz das crianças poderia ser uma valorosa estratégia do jornal para chamar esse público leitor e firmar o seu contrato de leitura com intuito de reforçar e/ou ampliar os vínculos com ele.

Referências bibliográficas

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA; INSTITUTO AYRTON SENNA. **A mídia dos jovens: esqueceram de mim – jornais brasileiros ignoram o potencial pedagógico dos cadernos infantis.** Ano 6. n. 10, jun. 2002.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de Linguística Geral I.** 5. ed. Campinas: Pontes, 2005.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de Linguística Geral II.** Campinas: Pontes, 1989.



ECO, Umberto. **Lector in fábula** – La cooperazione interpretativa nei testi narrativi. São Paulo: Perspectiva, 1986.

FAUSTO NETO, Antonio. Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. **Diálogos Possíveis**, Salvador, ano 6, n. 2, p. 7-27, julho-dezembro/2007.

_____. **Mediatização, prática social – prática de sentido**. Artigo apresentado na Rede Prosul – Comunicação, Sociedade e Sentido, no seminário sobre mediatização. Unisinos, PPGCC, São Leopoldo, 19/12/2005 e 06/01/2006. Texto avulso.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo**: como se forma el presente. Buenos Aires: Paidós, 1991.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos em comunicação**. 5. Ed. São Paulo: Cortez, 2008.

MATA, Maria Cristina. De la cultura massiva a la cultura mediática. **Diálogos de la comunicación**. Lima: FELAFACS, p. 80-91, 1999.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio. (org.). **O jornal**: da forma ao sentido. 2. ed. Brasília: UnB, 2002.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O dispositivo da enunciação. In: **Comunicação e cultura**: a experiência cultural na era da informação. Portugal: Presença, 1994.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.