



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
Faculdade de Filosofia e Ciências – Campus de Marília  
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

**TAMARA DE SOUZA BRANDÃO GUARALDO**

**Práticas de informação e leitura: mediação e apropriação  
da informação nas cartas de leitores de um jornal popular  
do interior de São Paulo**



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
Faculdade de Filosofia e Ciências – Campus de Marília  
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

**TAMARA DE SOUZA BRANDÃO GUARALDO**

**Práticas de informação e leitura: mediação e apropriação  
da informação nas cartas de leitores de um jornal popular  
do interior de São Paulo**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, Faculdade de Filosofia e Ciências de Marília-SP, para obtenção do título de Doutora em Ciência da Informação.

**Área de concentração:** Informação, Tecnologia e Conhecimento.

**Linha de Pesquisa:** Gestão, Mediação e Uso da Informação.

**Orientador:** Prof. Dr. Oswaldo Francisco de Almeida Junior.

Marília, 20 de março de 2013.

Guaraldo, Tamara de Souza Brandão

G914p Práticas de informação e leitura: mediação e apropriação da informação nas cartas de leitores de um jornal popular do interior de São Paulo / Tamara de Souza Brandão Guaraldo. – Marília, 2013.  
239 f. : il. ; 30 cm.

Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, 2013.

Bibliografia: f. 211-227.

Orientador: Oswaldo Francisco de Almeida Junior.

1. Leitura de jornais. 2. Práticas de informação. 3. Mediação. 4. Leitores. 5. Interesses na leitura. 6. Cartas. 7. Bom Dia (Jornal). I. Título.

CDD 028.9

## **TAMARA DE SOUZA BRANDÃO GUARALDO**

### **Práticas de informação e leitura: mediação e apropriação da informação nas cartas de leitores de um jornal popular do interior de São Paulo**

Tese de Doutorado apresentada junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, Faculdade de Filosofia e Ciências de Marília-SP, como requisito para a obtenção do título de Doutora em Ciência da Informação.

Área de concentração: Informação, Tecnologia e Conhecimento.

Linha de Pesquisa: Gestão, Mediação e Uso da Informação.

Orientador: Prof. Dr. Oswaldo Francisco de Almeida Junior.

Data da defesa: Marília-SP, 20 de março de 2013.

Banca examinadora:

---

Prof. Dr. Oswaldo Francisco de Almeida Junior (Orientador)  
Universidade Estadual Paulista (UNESP) – Campus de Marília

---

Prof. Dr. Carlos Cândido de Almeida  
Universidade Estadual Paulista (UNESP) – Campus de Marília

---

Prof. Dr. Carlos Alberto Ávila Araújo  
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

---

Profª. Dra. Sonia de Brito  
Universidade Estadual Paulista (UNESP) – Campus de Bauru

---

Profª. Dra. Henriette Ferreira Gomes  
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

*Ao meu filho Pedro*  
*Razão primeira que me fez trilhar esse caminho...*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus nas pessoas e instituições que me apoiaram no decorrer do processo de pesquisa de Doutorado:

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela bolsa concedida, que me proporcionou a serenidade necessária para realizar essa pesquisa. A Universidade Estadual Paulista (UNESP) pela bolsa de mobilidade concedida para minha ida à Universidade Nacional de La Plata (UNLP) na Argentina.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Oswaldo Francisco de Almeida Junior, pela oportunidade, apoio incondicional, cordialidade, confiança e liberdade que resultaram num processo de aprendizagem profícua e numa amizade leal e sincera.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Unesp/Marília, em especial, a Profa. Dra. Marta Valentim, pela generosidade das leituras compartilhadas; a Profa. Dra. Regina Belluzzo, pelo estímulo e por acreditar em mim num momento em que tanto precisei, obrigada!

Ao grupo de pesquisa “Fundamentos Teóricos da Informação”, agradeço aos colegas e as leituras que tanto contribuíram para esta tese. Notadamente, agradeço ao Prof. Dr. Carlos Cândido de Almeida pela sabedoria com que conduz nossas discussões.

Aos professores que aceitaram fazer parte da banca de defesa, muito obrigada pela disponibilidade, tempo e leitura dedicada. De maneira especial a Profa. Dra. Sonia de Brito que acompanha e torce por mim desde a graduação, não tenho palavras para agradecê-la.

Agradeço ao editor chefe do jornal BOM DIA Bauru, jornalista Bruno Mestrinelli, por permitir meu acesso ao arquivo.

Aos professores da graduação que reencontrei durante o Doutorado, que me incentivaram e ofereceram dicas de leitura: Prof. Dr. Célio Losnak, Profa. Dra. Maria Inez Dota, Prof. Dr. Adenil Alfeu Domingos e Prof. Dr. Claudio Bertolli Filho.

A minha amiga Maria Eugênia pelo carinho e por me encorajar a tentar o Doutorado. E agradeço o companheirismo dos colegas de pós-graduação: Camila, Thaís, Marinês, Mariana, Ciro, Zaira, Régis, Fernando Assis, Cristian e outros com os quais compartilhei ideias, risos e sonhos. Também aos queridos Frank, Ivan, Carina e Terezinha, pelo incentivo que sempre encontrei em nossas conversas quando trabalhamos juntos.

E a família, agradeço ao meu esposo Marcos, pelo amparo e por acreditar desde o princípio! A nosso filho querido por todo amor e alegria que sempre nos dá. A minha irmã Samira pelos conselhos e por me lembrar que devo confiar; ao irmão Michel pelo apoio de

toda vida. Aos meus pais, Antonio e Luzia, agradeço por tudo o que me é possível hoje e por me educarem com amor numa casa com livros, revistas e jornais “a mãos cheias”. A tia Mariana, pelas orações. A prima Patrícia pela cumplicidade. Aos meus sobrinhos Brigitte e Matheus, obrigada pelo carinho. E a minha sogra Claudete, pelo apoio e carinho.

E, agradeço aos meus alunos, porque se procurei me doutorar em um programa de pós-graduação, foi por eles, para poder aprimorar minhas leituras e voltar, com o espírito renovado, para intensificar a nossa eterna busca pelo conhecimento.

“Ora, pois a palavra, esse dom divino que fez do homem simples matéria organizada, um ente superior na criação, a palavra foi sempre uma reforma. Falada na tribuna é prodigiosa, é criadora, mas é o monólogo; escrita no livro, é ainda criadora, é ainda prodigiosa, mas é ainda o monólogo; esculpida no jornal, é prodigiosa e criadora, mas não é o monólogo, é a discussão”.

(MACHADO DE ASSIS)

Crônica publicada originalmente no jornal “*O Espelho*”.

## RESUMO

O presente estudo trata sobre o sujeito leitor em sua prática de informação e leitura no jornal popular BOM DIA Bauru lançado em 2005 no interior paulista. No Brasil, na primeira década do Século XXI, houve um aumento de 24,93% na circulação de jornais, com destaque para a imprensa popular. Neste sentido, essa tese propôs estudar a questão do leitor e sua prática de informação e leitura cotidiana, por isso, levantamos os dados referentes à leitura, e de modo particular, a leitura de jornal no mundo e no Brasil, assim como a própria constituição da imprensa. Dessa maneira, o objetivo principal foi conhecer o sujeito leitor em sua prática de leitura de um jornal popular, numa mediação em que efeitos de sentido são produzidos a partir da apropriação da informação. E como objetivos específicos, analisamos as práticas de leitura e informação pelo sujeito leitor na chamada Sociedade da Informação, inseridas num contexto social, político, econômico, que permitem o acesso, a circulação e o uso dos meios de leitura; investigamos a imagem (posição) que a sociedade atual produz do leitor e de sua leitura; discutimos sobre as especificidades do meio jornal enquanto meio de informação e leitura e sua inserção na história e sociedade; discutimos as abordagens sobre o leitor de um ponto de vista empírico e teórico, com vistas à análise de sua prática de leitura em um jornal específico; buscamos verificar a imagem desse leitor no jornal BOM DIA; investigamos como o leitor constitui a sua prática de leitura, o que é relevante para ele; além da posição que deve ocupar para ser o sujeito leitor do referido jornal. Para atingir os objetivos propostos, utilizamos como metodologia a técnica de Análise de Discurso. Foram selecionados textos do jornal e 30 cartas de leitores tendo como tema a mudança de layout e editoriais do periódico em setembro de 2010. A análise demonstrou que o jornal constrói a ideologia de que é indispensável à necessidade informativa de seu leitor, e a leitura é questão de layout. O leitor é caracterizado em perfis socioprofissionais e do leitor competente, e não foi consultado sobre a mudança. Nas cartas de leitores os sujeitos são ativos na maneira em que aceitam, negam ou reproduzem o discurso do jornal no processo de recepção. Os leitores do BOM DIA Bauru se prendem mais a aspectos formais e de uso do que ao conteúdo da informação veiculada. Os leitores apontam critérios relevantes na sua leitura, como o tamanho da fonte, o layout, a impressão, o uso e o conteúdo. Destaca as apropriações e resistências do público leitor em sua prática de informação e leitura e contribui para ampliar as discussões sobre a variedade de leitores existentes, numa realidade de mudança socioeconômica que suscita contradições, mas que permite a esse leitor adquirir materiais para ler.

**Palavras-chave:** Práticas de informação. Mediação. Práticas de leitura. Sujeito leitor. Cartas de leitores. Jornal BOM DIA Bauru. Recepção.

## ABSTRACT

The present study is intended for approaching the readers as subject in their practice of information and reading BOM DIA, a popular newspaper launched in 2005 in the inland São Paulo city of Bauru. In Brazil, in the first decade of the 21<sup>st</sup> century, there was an increasing of 24.93% in newspaper sales, especially popular publications. In this manner, this paper proposes a study on the reader and their practice of information and everyday reading. It was gathered data on reading, in particular as for reading habits in Brazil and worldwide, as well as the constitution of the press itself. The main purpose was to know the reader subject when reading a popular newspaper in some interposition in which meaning effects are produced from the appropriation of information, while the specific purposes involve analyzing the practices of reading and information in the so-called Information Society, inserted in a social, political, and economical context, which allows access, circulation and use of means of reading. We investigated the image (position) the current society produces on readers and their reading habits, explained about the specificities of the newspaper as mean of information and reading and its insertion in history and society, discussed approaches about the reader by an empirical and theoretical point of view in order to analyze the practice of reading a specific newspaper, verified the reader image in the BOM DIA newspaper, and investigated how readers constitute their reading practice and what they consider relevant, besides the position they must occupy to be the reader subject of that newspaper. In order to achieve the purposes, the methodology used is Discourse Analysis. It was selected texts from the newspaper and thirty reader's letters whose theme was the change of layout and articles published in September 2010. The analysis demonstrated that the newspaper builds the idea of the paramount necessity to inform the reader by means of the layout reading. The reader is characterized by social and professional profiles and also as competent reader, and was not consulted as for the changing. In the letters written by readers, the subjects are active in what they accept, reject or reproduce the newspaper speech during the understanding process. BOM DIA Bauru readers are more concerned about formal and use aspects than the content of information. They point relevant criteria in their reading such as font size, layout, printing, use and content. It is highlighted appropriations and resistance from the readers in their practice of information acquisition and reading, and we contribute to amplify the discussion about the variety of existent readers in a reality of social and economical changing, which raises contradictions but allows this reader to acquire reading material.

**Keywords:** Practices of information. Mediation. Practices of reading. Reader subject. Readers' letters. BOM DIA Bauru newspaper. Reception.

## RESUMEN

El presente estudio se centra en el lector individual en su práctica de información y de lectura del periódico BOM DIA Bauru, lanzado en el año 2005 en el interior paulista. En Brasil, en la primera década del siglo XXI, se dio un aumento de 24,93% en la circulación de periódicos, especialmente en la prensa popular. En este contexto, esta tesis se ha propuesto estudiar el problema del lector y su práctica de información en cuanto lectura diaria. Se levantaron datos sobre lectura de periódicos tanto en Brasil como en el mundo, así como sobre la estructura de la prensa escrita. El objetivo principal fue conocer al lector en su práctica de lectura de un periódico popular, en una mediación en la que los efectos de sentido son producidos a partir de la apropiación de la información. Como objetivos específicos, se analizaron las prácticas de lectura y las prácticas de información del lector en la Sociedad de la Información, dentro de un contexto social, político y económico, que permite la circulación y el uso de los medios de comunicación escritos. Se investigó la imagen (posición) que produce la sociedad actual sobre el lector y su lectura; discutimos sobre las especificidades de los medios escritos de prensa como medios de información y lectura, y su inserción histórica y social. Se discutieron abordajes sobre el lector desde un punto de vista empírico y teórico, con vistas al análisis de las prácticas de lectura de prensa. Se buscó verificar la imagen del lector del periódico BOM DIA Bauru, como constituye su práctica de lectura, que le es relevante, y la posición que debe ocupar para ser lector del periódico. Para estos efectos se usó la metodología de Análisis del Discurso. Se seleccionaron textos del periódico y 30 cartas de sus lectores sobre el cambio de diseño y editorial que este medio sufrió en septiembre de 2010. El análisis demostró que la prensa construye la idea de ser esencial para las necesidades informativas de su lector, y que la lectura es una cuestión de diseño. El lector fue caracterizado en perfiles socio-profesionales y de lector competente, mas no fue consultado sobre los cambios en el diseño del periódico. En las cartas analizadas, los lectores son sujetos activos en cuanto que aceptan, rechazan o reproducen el discurso de la prensa en el proceso de recepción. Los lectores de BOM DIA Bauru se fijan más en los aspectos formales y de uso de la información transmitida, que en aquellos de contenido. Se señalaron el tamaño de fuente, o layout, uso y contenido. Destacan las apropiaciones y resistencias de los lectores en su comportamiento informacional y lectura, contribuyendo a ampliar las discusiones sobre la variedad de lectores existentes, en una realidad de cambio socioeconómico que plantea contradicciones, pero que permite al lector adquirir materiales para leer.

**Palabras clave:** Prácticas de información. Mediación. Prácticas de lectura. Sujeto lector. Cartas de lectores. Periódico BOM DIA Bauru. Recepción.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Formato Standard: Jornal Folha de S. Paulo (SP).....	87
<b>Figura 2</b> - Formato Tabloide: Jornal Zero Hora (RS).....	88
<b>Figura 3</b> - Formato Berlinense: Diário de Natal (RN).....	89
<b>Figura 4</b> - Capa da primeira edição do jornal Bom Dia Bauru, 20 nov. 2005 (formato Standard) .....	168
<b>Figura 5</b> - Mapa da localização de Bauru no Estado de São Paulo .....	170
<b>Figura 6</b> - Capa do jornal BOM DIA Bauru, 14 out. 2012 .....	176
<b>Figura 7</b> - Página “Sua opinião”, seção de cartas de leitores “A voz e a vez do leitor”, p. 7, 27 set. 2012 .....	178

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Evolução dos níveis de alfabetismo: leitura e escrita .....	66
<b>Quadro 2</b> - Evolução do indicador de alfabetismo .....	67
<b>Quadro 3</b> - Principais formas de acesso ao livro por classe social.....	74
<b>Quadro 4</b> - Tempo de leitura (minutos por dia) .....	79
<b>Quadro 5</b> - Idade dos leitores de jornais .....	81
<b>Quadro 6</b> - Circulação média diária dos jornais pagos .....	116
<b>Quadro 7</b> - Perfil de venda dos jornais diários (%) .....	117
<b>Quadro 8</b> - Os maiores jornais do Brasil de circulação paga, por ano .....	119
<b>Quadro 9</b> - Processo discursivo .....	158
<b>Quadro 10</b> - O referente no processo discursivo .....	158

## LISTA DE SIGLAS

AD	Análise de Discurso
ANJ	Associação Nacional de Jornais
CEC	Central de Edição Compartilhada
CERLALC	Centro Regional para o fomento do livro na América Latina e Caribe
CI	Ciência da Informação
CIC	Ciências da Informação e da Comunicação
CRUS	<i>Centre for Research on User Studies</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INAF	Indicador de Alfabetismo Funcional
IPL	Instituto Pró-Livro
IVC	Instituto Verificador de Circulação
MinC	Ministério da Cultura
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PISA	Programa Internacional de Avaliação de Alunos
PNLL	Plano Nacional do Livro e da Leitura
RGPL	Real Gabinete Português de Leitura
WAN	Associação Mundial de Jornais
WAN-IFRA	<i>World Association of Newspapers and News Publishers</i> (Associação Mundial de Jornais e Editores de Notícias)
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	16
<b>2 DA INFORMAÇÃO E SUAS PRÁTICAS: A MEDIAÇÃO E O USO NO PANORAMA DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO</b> .....	24
2.1 Práticas de informação .....	35
2.1.1 Mediação e uso.....	37
2.1.1.1 Recepção e apropriação .....	45
<b>3 PRÁTICAS DE INFORMAÇÃO E LEITURA: O SUJEITO LEITOR NA SOCIEDADE ATUAL</b> .....	55
3.1 Leitura e mediação: a leitura como prática social.....	56
3.2 Práticas de leitura.....	61
3.2.1 Política .....	61
3.2.2 Abordagens .....	63
3.2.3 Economia .....	72
3.2.4 Circulação e acesso .....	75
3.2.5 Uso .....	77
3.2.6 Meios de informação e comunicação .....	82
<b>4 O JORNAL E A LEITURA: O JORNAL COMO MEIO DE INFORMAÇÃO E A CONSTITUIÇÃO DO LEITOR DE IMPRESSOS</b> .....	86
4.1 Imprensa e formação do público leitor.....	91
4.2 Imprensa no Brasil, leitura e leitores.....	102
4.2.1 Leitura, imprensa e literatura .....	107
4.3 O jornal e o leitorado.....	114
4.3.1 Circulação e leitores .....	115
<b>5 SUJEITO LEITOR E SUAS PRÁTICAS: AS ABORDAGENS NO ESTUDO DO LEITOR E DE SUA LEITURA NAS CARTAS DE LEITORES</b> .....	122
5.1 O leitor empírico .....	122
5.2 O leitor ou usuário.....	124
5.3 O consumidor: o leitor de jornal .....	129
5.4 O leitor e o texto .....	133

5.5 O leitor na sociedade .....	136
5.6 O leitor e suas práticas: as cartas de leitores dos meios de informação impressos.....	138
<b>6 FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DA ANÁLISE DE DISCURSO.....</b>	<b>146</b>
6.1 Conceituando documentos.....	148
6.2 Análise de Discurso e a leitura .....	151
<b>7 PRÁTICAS DE LEITURA DE JORNAIS: O JORNAL, O LEITOR E SUA PRÁTICA DE LEITURA NAS CARTAS DE LEITORES DO JORNAL BOM DIA BAURU .....</b>	<b>163</b>
7.1 A Rede Bom Dia em suas condições de produção.....	164
7.2 O contexto da informação .....	170
7.3 Pesquisas sobre o BOM DIA Bauru.....	173
7.4 A constituição do corpus e os objetivos da análise.....	177
7.5. Análise das práticas de leitura no jornal BOM DIA Bauru.....	180
7.5.1 A posição jornal BOM DIA Bauru: a projeção do leitor e a prática de leitura .....	180
7.5.2 O leitor por ele mesmo: a tomada de posição do leitor sobre o jornal e sua prática de leitura nas cartas de leitores.....	186
7.5.3 As posições em conflito.....	200
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>205</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>211</b>
<b>ANEXO A - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 20 set. 2010, p. 7 .....</b>	<b>228</b>
<b>ANEXO B - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 27 set. 2010, p. 7.....</b>	<b>229</b>
<b>ANEXO C - CARTA DE LEITORES: Bom DIA Bauru, 28 set. 2010, p. 7.....</b>	<b>230</b>
<b>ANEXO D - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 30 set. 2010, p. 7 .....</b>	<b>231</b>
<b>ANEXO E - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 01 out. 2010, p. 7.....</b>	<b>232</b>
<b>ANEXO F - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 02 out. 2010, p. 7.....</b>	<b>233</b>
<b>ANEXO G - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 04 out. 2010, p. 7 .....</b>	<b>234</b>
<b>ANEXO H - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 07 out. 2010, p. 7 .....</b>	<b>235</b>
<b>ANEXO I - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 11 out. 2010, p. 7.....</b>	<b>236</b>
<b>ANEXO J - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 18 out. 2010, p. 7 .....</b>	<b>237</b>
<b>ANEXO K - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 23 out. 2010, p. 7 .....</b>	<b>238</b>
<b>ANEXO L - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 28 out. 2010, p. 7.....</b>	<b>239</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa, por meio do embasamento teórico da Ciência da Informação (CI), expõe o estudo do sujeito leitor em sua prática de informação e leitura cotidiana. A CI emerge com o estatuto de ciência à época do pós-guerra, e volta sua atenção à informação científica e tecnológica, bem como para a recuperação de registros. No entanto, sempre existiram outras correntes na área, e a proximidade com a Documentação e a Biblioteconomia fez com que o leque de interesses desta disciplina fosse expandido, daí que, como ciência socialmente aplicada, a CI busca resolver os problemas de informação na sociedade sem se ater ao tipo de informação que é buscada, mas se preocupa com as pessoas que precisam, usam e interagem com a informação. Para Capurro (2003), a informação, não toma como referência um sujeito ou usuário isolado, mas determinada comunidade e um campo específico de conhecimento ou de ação na qual o usuário (ou leitor) está implícita ou explicitamente inserido.

Embora a informação científica e tecnológica tenha alcançado posição de destaque na área, não se pode sustentar que as demais sejam irrelevantes. Em seu dia a dia, o ser humano necessita acessar as mais variadas informações para interpretar, entender a si mesmo e ao mundo em que vive.

Atualmente, muitos trabalhos acadêmicos têm versado sobre as possibilidades de interação entre usuário/leitor e diferentes meios de publicação, destacando novas possibilidades de escrever, compartilhar e interagir com a informação, sendo esta a principal característica da web 2.0. Há muitos leitores na cotidianidade, os leitores de mundo, de imagens, de telas eletrônicas, e até mesmo o leitor de impressos.

Ainda que seja impossível desprezar o avanço da internet e novos meios de leitura, os leitores dos livros eletrônicos são minoria e as práticas de leitura permanecem solidamente ligadas ao impresso.

Na prática de leitura cotidiana existem materiais prestigiados e desprestigiados. Na infância, ao frequentar uma biblioteca escolar, já percebia essa diferenciação: os livros estavam nas estantes e os jornais e revistas espalhados pelas mesas da biblioteca. Enquanto os livros obedeciam à lógica da guarda e conservação, os jornais estavam expostos e sempre à mão do leitor, efêmeros e descartáveis. Em experiências posteriores quando, à época da graduação, realizei estágio em uma biblioteca pública da periferia da cidade de Bauru, interior paulista, e observava, logo pela manhã, aqueles que se dirigiam à biblioteca e realizavam sua prática de informação e leitura diária nos jornais disponíveis, que apesar de “menos nobres”, estão muito mais em contato com o cotidiano do leitor.

Essa realidade da vida cotidiana é considerada por Berger e Luckman (1973) como a realidade por excelência, pois poucos se preocupam com a interpretação teórica do mundo, mas temos que viver em um mundo de algum tipo. E os jornais trabalham exatamente o conhecimento do senso comum e não o das ideias privilegiadas, sendo uma leitura anônima, cotidiana, mas necessária.

Em pleno Século XXI, o jornal resiste aos conflitos com as novas tecnologias e transformações sociais. O estudo que se apresenta possui como panorama a questão das práticas de informação e leitura, especificamente, do sujeito leitor em sua prática de leitura de jornal cotidiana. A leitura de jornal permanece resiliente, pois este impresso é um meio de informação que tem como uma de suas características a universalidade, sendo feito para todo leitor que se encontra em sua abrangência geográfica e seja capaz de lê-lo. E o papel do jornal é o de informar e situar o leitor na vida cotidiana, social e política, ampliando seu conhecimento. Embora se admita que o jornal impresso, tal como o conhecemos hoje, sofre forte concorrência dos meios eletrônicos, tendo, inclusive a sua morte constantemente anunciada, ele ainda é um forte meio de informação. No intervalo de 2003 a 2007, segundo a pesquisa “Tendências Mundiais da Imprensa”<sup>1</sup>, o Brasil registrou um aumento de 24,93% na circulação de jornais.

Em 2011, o meio jornal teve crescimento médio de 3,5% de circulação no país segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), órgão responsável pela auditoria de jornais e revistas no Brasil. Esse aumento deve-se ao crescimento nas vendas de publicações com preço de até 0,99 centavos, que avançou 10,3%. A média diária de circulação auditada em 2011 foi de 4.443.836 exemplares, anunciando novo recorde histórico (IVC, 2012).

No Brasil, os jornais populares, vendidos até R\$0,99 centavos, avançaram diversas posições entre os dez diários mais lidos no país e seguem na liderança da venda em bancas (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS, 2010). Esses jornais privilegiam em suas páginas informações próximas ao cotidiano do leitor, prestação de serviço e também notícias sobre a cidade, esportes, celebridades, entre outros temas.

No Estado de São Paulo, o destaque é para a Rede Bom Dia de Comunicações, a maior rede de jornais do país, que edita jornais e mantém um portal online do conteúdo do jornal. O BOM DIA é vendido por um real, e suas características o colocam na fronteira entre ser um jornal popular, que privilegia temáticas como cidade, esporte, prestação de serviços, celebridades, pouco noticiário internacional, e ainda se destaca na venda avulsa em bancas; e

---

<sup>1</sup> “World Press Trends: newspapers are a growth business” (WAN, 2008). Disponível em: <<http://www.wan-press.org/article17377.html>>. Acesso em: 05 jan. 2010.

jornal regional, cuja característica está na sua circulação e ênfase nos temas locais e nacionais que sejam de interesse de seu público leitor.

Esse é o jornal escolhido para análise referente às práticas de informação e leitura e ao sujeito leitor, pois reúne diversas razões para esta escolha: A Rede Bom Dia surgiu com o crescimento dos jornais no país, pois veio à luz em 2005, pertencente ao grupo Traffic, que se apresenta como “a maior empresa de marketing esportivo da América Latina”. De forma específica, trabalharemos somente com a prática de leitura relativa ao jornal BOM DIA Bauru, por ser um dos primeiros jornais da rede a ser lançado, e por este, também possuir circulação destacada na cidade, especialmente na venda avulsa em bancas.

Acredita-se que a análise se justifica pela relevância que apresenta, por focalizar um jornal que nasceu num período – a primeira década do Século XXI - de intensas transformações econômicas e sociais no país, que criaram condições para esse aumento na leitura, com a ascensão social de camadas da população de menor renda refletida pela mobilidade social com cerca de 40 milhões de pessoas que entraram para a classe média no país, que subiu de 65,9 milhões para 105,5 milhões de brasileiros, um crescimento de praticamente 60% (TABAK, 2012). Até 2014, mais 13 milhões de brasileiros vão ascender à classe C, a popularmente conhecida como “nova classe média”<sup>2</sup>.

Esse é o público alvo do jornal, que aparece na página “Sua Opinião”, na seção de cartas de leitores intitulada A voz e a vez do leitor, situada na página 07 do referido jornal. Investigar a relação entre o jornal e o leitor pela prática de leitura, situa a pesquisa no campo da mediação. Desse modo, esta pesquisa pretende, como objetivo geral, delimitar o conceito de práticas de informação e leitura, ilustrando, pelo estudo do sujeito leitor em sua prática de leitura de jornal cotidiana em um jornal popular, os efeitos de sentido produzidos a partir da apropriação da informação.

Abordar o leitor do jornal popular, e de modo particular, do BOM DIA Bauru, permite entender a posição que ele ocupa no jornal e as questões de análise tentam responder como as práticas de informação e leitura são abordadas pelos sujeitos, quais as maneiras de ler e que efeitos de sentido são aí produzidos. Assim, investigar a posição do leitor em suas páginas, contribui para o entendimento de um público e sua prática de leitura, que emerge com a mudança socioeconômica do país, em que pessoas das classes populares vivenciaram mudanças sociais, subindo das classes mais baixas para as mais altas.

---

<sup>2</sup> “[...] A classe C, segundo o IBGE, é composta de famílias com renda mensal entre R\$ 1.200 e R\$ 5.174” (CLASSE C..., 2011).

Apesar das possibilidades de interação trazidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação, no país o leitor de jornal tem sido pouco estudado no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas. Em relação aos estudos sobre esse leitor, o mesmo é visto, muitas vezes, num âmbito mercadológico, o que justifica o interesse de nossa análise por sua prática de leitura.

A CI, sendo uma mediadora da informação e sua representação em sociedade, preocupa-se com o lado humano da informação, considera todos os atores envolvidos no processo de informar e de serem informados. A nossa visão dessa ciência defende que as práticas de informação e leitura estão relacionadas ao contexto histórico e social, e não apenas a questões tecnológicas. Dito isto, nosso referencial teórico apoia-se em autores que estudam a informação em seu aspecto social, como Mattelart (2006), González de Gomez (2004; 2002; 2000; 1999; 1990), Almeida Junior (2010; 2009; 2008; 2007), Stuart Hall (1980), entre outros.

Apresenta-se também a área de concentração Informação, Tecnologia e Conhecimento, lembrando que esta tese se insere na Linha de Pesquisa de Gestão, Mediação e Uso da Informação, que compreende além da gestão da informação e seus processos, temáticas de estudo relacionadas à cultura, fluxos, usos e usuários da informação, processos de mediação da informação, políticas e práticas de informação e leitura.

A propósito das práticas de informação e leitura, as mesmas não podem ser estudadas sem se ater à questão da circulação, às instituições envolvidas e ao uso da informação por um sujeito leitor. As instituições envolvidas com a prática da leitura mapeiam a relação entre o indivíduo leitor em sua situação socioeconômica e educacional, bem como o acesso e uso de meios de leitura. E os discursos produzidos por essas instituições desenham uma imagem e um lugar para o leitor na sociedade atual, denominada por muitos de “Sociedade da Informação e do Conhecimento”.

Essa tese propõe o estudo da questão do leitor e sua prática de informação e leitura cotidiana, por isso, levantamos os dados referentes à leitura, e de modo particular, a leitura de jornal no mundo e no Brasil, assim como a própria constituição da imprensa. E como objetivos específicos, temos: investigar a imagem (posição) que a sociedade atual produz do leitor e de sua leitura; discorrer sobre as especificidades do meio jornal enquanto meio de informação e leitura e sua inserção na história e sociedade; discutir as abordagens sobre o leitor de um ponto de vista empírico e teórico, com vistas à análise de sua prática de leitura em um jornal específico; buscar qual a imagem desse leitor no jornal BOM DIA; investigar

como o leitor constitui a sua prática de leitura, o que é relevante para ele; além da posição que deve ocupar para ser o sujeito leitor do referido jornal.

Quanto à abordagem deste sujeito leitor, autores diversos se debruçaram sobre esta questão, desenhando ora um leitor modelo, esperado pelo autor (ECO, 1993), ora implícito, e que precisa preencher os espaços deixados pelo texto (ISER, 1996), mas também um leitor real, percebido num contexto sociohistórico (JOUVE, 2002). E ainda, o leitor pode ser abordado pelos institutos de pesquisa de mercado, e nas pesquisas acadêmicas, que buscam o leitor empírico, o usuário, em suas características demográficas e sociais. Como nosso objetivo é compreender o sujeito leitor, mais especificamente, o sujeito leitor do jornal BOM DIA Bauru em sua prática de leitura, nos apoiamos nessas indagações sobre o leitor, mas assumimos desde já, buscar não o leitor individual idealizado, mas um ser social apreendido num espaço coletivo.

Para abordar a posição do leitor nas páginas do jornal, o método escolhido é qualitativo, por se ater a leitura que o pesquisador faz do documento. Contudo, a despeito de sua importância, pois tem o potencial de informar e auxiliar as decisões que as pessoas tomam cotidianamente, o jornal não pode ser lido de forma descontextualizada, pois não relata a realidade social de forma independente. Isso obriga o analista a realizar a sua própria leitura do jornal e assumir que é parte do mundo social que estuda.

O nosso ponto de partida, porém, não é o jornal como documento, mas as práticas de informação e leitura de seu público leitor, e envolve o questionamento que a ele faremos, o nosso problema de pesquisa, que apresenta uma questão dialética: da posição que o jornal tem do leitor e da leitura, do conhecimento que supostamente tem de seu leitorado; e da atividade do leitor, a recepção que o leitor faz do jornal e como se apropria da informação em sua prática de leitura, o que é relevante para ele, além de quais posições pode ocupar para ser o sujeito leitor do referido jornal.

Nosso percurso de pesquisa é por meio da metodologia de Análise textual, com o instrumental da Análise de Discurso (AD) como uma opção teórico-metodológica à abordagem documental de textos, em que, a partir do estudo do discurso, se coloca em relação ao sujeito e à história. Na AD, não se espera encontrar uma verdade oculta atrás do texto, mas a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como possui significância para e por sujeitos.

É que para além de se preocupar com os grandes textos, a AD se preocupa com as circulações cotidianas. E quanto ao corpus escolhido, esse não visa à exaustividade do material, mas a questões teóricas, pois não está pronto à espera do analista, mas deve ser

construído a partir dos objetivos de análise que necessitam de uma compreensão. Escolhemos para a constituição do corpus textos do tipo jornalístico, em específico, as cartas de leitores, pois essas possuem características que articulam o campo da produção e da recepção do discurso, demonstrando a leitura como mediação entre leitores e produtores em determinada situação histórica e social.

Quanto à estrutura da tese, de início, no capítulo 2, definimos os termos usados e apresentamos um entendimento da CI, identificando uma diversidade conceitual na área e em seu objeto de estudo. Neste cenário, delineiam-se os principais conceitos pertinentes ao entendimento da informação e suas práticas, em que as relações geradas pela mediação e uso levantam problemáticas sobre a recepção e a apropriação da informação na sociedade. O capítulo discute as teorias sobre a informação e suas práticas que nortearão todo o trabalho de pesquisa.

No capítulo 3, a leitura é assumida como uma experiência concreta, que comporta práticas, saberes, leitores, sujeitos na vida cotidiana, e também informações que descrevem essa experiência. O destaque é para a noção de práticas de informação e leitura, que são abordadas a partir de dados de fontes secundárias de natureza quantitativa e qualitativa, elaborados por instituições que atuam em setores relacionados à leitura e se ocupam de sua gestão, e que desenvolvem uma concepção de leitura e promovem uma imagem de leitor envolvido num contexto político, econômico, de circulação, acesso e uso dos meios de leitura na sociedade atual.

De modo particular, a leitura de jornal permeia as discussões quanto às práticas, e o jornal, sendo o meio escolhido, tem suas origens recuperadas no decorrer do capítulo 4, que fala da historicidade do meio, suas principais características, linha editorial, bem como as relações entre a imprensa e o leitor no país.

No capítulo 5, discute-se o papel do sujeito leitor e a leitura em autores como Eco (1993), Santaella (2004), Iser (1996), Verón (2004) e em pesquisas que se debruçaram sobre o tema, como o clássico estudo de leituras de operárias de Bosi (1997), além de pesquisas sobre cartas de leitores na área de Ciências Sociais Aplicadas (BAESSE, 2005), e em específico na CI (ESPÍRITO SANTO; DUMONT, 2007, 2009; MORIGI; ROCHA; BORGES, 2010; MORIGI, 2009). O leitor é abordado tanto num contexto teórico ou empírico e muitas abordagens são possíveis de serem utilizadas para estudar as suas práticas de informação e leitura, tais como: análise de dados sobre alfabetização, interpelação direta do leitor em enquetes sociológicas, registros de locação e acesso a materiais de leitura, dados de venda e circulação, lista de *Best Sellers*, registro de leitores em diários, cartas e outros escritos,

pesquisa em documentos como inventários, entrevistas pessoais para saber o que leem. Destacamos as cartas de leitores em particular, como importante registro das práticas de informação e leitura cotidiana, pois saem diariamente na imprensa, estão no âmbito das relações leitor-jornal, e trazem questões sobre o uso do meio e a apropriação da informação por um sujeito leitor.

Quanto ao método escolhido, a AD é discutida em detalhes no capítulo 6, que se inicia com a conceituação de documento, e esclarece a opção pela AD como apoio teórico e metodológico à análise de textos e sua abordagem da leitura e do sujeito leitor. Nossa pesquisa apoia-se na linha de estudo da AD iniciada por Michel Pêcheux na França em 1969, que compreende uma preocupação com a leitura, com as condições de produção, com o discurso, a ideologia, os efeitos de sentido e a posição do sujeito leitor.

No capítulo 7, sobre a prática de leitura de jornais, é apresentada a análise sobre a prática de informação e leitura referente ao jornal BOM DIA Bauru, com a discussão de suas condições de produção, o contexto local e as pesquisas já realizadas sobre o periódico. Também expõe a descrição, justificativa e análise do corpus com o subsídio interpretativo da teoria apresentada nos itens anteriores e da metodologia da Análise de Discurso. O corpus, selecionado a partir de um tema que envolve a leitura como uma mediação entre produtores e leitores numa conjuntura dada, tem como princípio o tema da mudança de editorias e layout do jornal BOM DIA Bauru em setembro de 2010, pois o discurso do jornal e o discurso do leitor nesta circunstância referem-se à prática de leitura e as questões que a cercam. Em seguida, se apresenta a análise das práticas de leitura que considera como parte de um mesmo projeto tanto a codificação do jornal quanto a decodificação pelo público leitor, e desponta em duas frentes: analisa primeiramente a posição do jornal BOM Dia Bauru, como este projeta sua imagem de jornal para o público, como interpela o indivíduo em sujeito pela ideologia e produz o leitor sob uma forma determinada; e também analisa a recepção do sujeito leitor a partir da tomada de posição que esse realiza sobre o jornal e sua prática de leitura nas cartas de leitores, quando se apropria da informação.

A tese defende que as práticas de informação e leitura são um conceito abrangente, e envolvem as ações em que o leitor, se apropriando da informação, estabelece uma relação com o texto e o contexto, na qual se constitui não somente um sujeito e um sentido, mas outros sujeitos, como o autor e outros leitores, a ideologia e a cultura de seus participantes. As práticas de informação compreendem tanto o uso dos meios de informação e comunicação, quanto os próprios meios, os atores envolvidos, a circulação social dos meios, o trabalho relacionado a eles e aos textos, sendo relacional e segmentada, já que se refere a determinados

grupos sociais em um contexto específico, e que mobiliza efeitos de sentido. Estamos, portanto, lidando com as mediações, ao apontar e diferenciar os intermediários, sejam pessoas ou objetos, no processo de leitura e informação. E especificamente, ao estudar as cartas de leitores em relação às práticas de leitura, este estudo apresenta originalidade, pois investiga o leitor em suas cartas, que são abordadas a partir do próprio ato de ler, e não de outros temas, investigando a posição do leitor e de sua leitura no jornal diário.

A originalidade também se apresenta na escolha do objeto, pois defendemos as cartas de leitores como objeto de estudo privilegiado para as pesquisas sobre práticas de informação e leitura, já que se constituem como um espaço dentro dos meios impressos em que se pode observar a apropriação da informação por um sujeito leitor.

Essa tese pretende contribuir para tornar visível uma forma de ler em que um sujeito leitor comum se apropria da informação em seu cotidiano, com o estudo da prática de leitura de um leitor de jornais populares. O foco de muitas pesquisas da área é em leitores profissionais/especialistas ou leitor modelo, no âmbito do literário e/ou científico, e espera-se que nosso estudo possa incentivar uma discussão sobre a variedade de leitores existentes e as diversas formas de ler que a CI não pode ignorar se quer se ocupar dos problemas da informação e sociedade.

## 2 DA INFORMAÇÃO E SUAS PRÁTICAS: A MEDIAÇÃO E O USO NO PANORAMA DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Informação tem sido um termo bastante utilizado para se demarcar a contemporaneidade, caracterizada como Era da Informação (CASTELLS, 2008), sociedade informacional, era das mídias, entre outras. Para se definir a sociedade contemporânea, os autores utilizam os termos Sociedade da Informação e também o de Sociedade do Conhecimento, com a finalidade de conceituar as transformações que ocorrem no mundo atual (QUÉAU, 1998; WERTHEIN, 2000; BURKE, 2003; MATELLART, 2006).

A partir desse vocabulário dado, as relações geradas pela gestão, acesso, transmissão, recepção e uso da informação, trazem à tona questões epistemológicas suscitadas pela dimensão social e tecnológica da mediação entre informação e sociedade. Nesse capítulo, discutimos o entendimento da informação e da CI, com atenção especial para o conceito de práticas de informação, incluindo-se aí as noções de mediação, uso, recepção e apropriação.

A informação surge com estatuto de ciência no contexto internacional do período pós-guerra, aliada ao desenvolvimento tecnológico e uso do computador para tratamento e recuperação de registros. Ao final da década de 1960, o estudo da informação passa a ser definido como Ciência da Informação (*Information Science*), e mudando, inclusive, a denominação de institutos<sup>3</sup> (BORKO, 1968). Também vinculada à Biblioteconomia e à Documentação, a CI constitui sua identidade no panorama das Ciências Sociais Aplicadas, com o objetivo de resolver os problemas de informação da sociedade.

A Biblioteconomia ganhou impulso na Europa após a Revolução Francesa (1789-1799) com a consolidação das bibliotecas públicas para atender as demandas sociais por educação e cultura. Nos Estados Unidos a área se desenvolveu a partir do fenômeno da biblioteca pública, que atraiu a atenção de estudiosos da Escola de Chicago<sup>4</sup> nos fins do século XIX até a primeira metade do século XX, que delinearam um modelo de biblioteca como instituição social organizada. É neste país que a informação adquire um valor

---

<sup>3</sup> Caso, nos Estados Unidos, do *American Documentation Institute* que passou a se chamar *American Society for Information Science* (BORKO, 1968).

<sup>4</sup> A Escola de Chicago foi desde o início do século XX o berço de um projeto de construção de uma ciência social de bases empíricas. Seu foco foram os estudos microssociológicos dos modos de organização das comunidades em harmonia com a reflexão sobre o papel da ciência na resolução de desequilíbrios sociais. Estudos sobre as cidades e seus índices de desorganização, de aculturação e mobilidade: os processos pelos quais o equilíbrio social se mantém ou se ache perturbado, indo de uma ordem estável a outra. E também os estudos de comunidades em que se tenta implicar o esquema teórico da ecologia vegetal e animal ao estudo de comunidades humanas, foram objeto de atenção dos pesquisadores dessa corrente, que exprimiu posições diversas em seu interior (MATELLART; MATELLART, 2000). Os estudos de comunidades da Escola de Chicago foram considerados os precursores das pesquisas sobre administração de bibliotecas e estudos de usuários em Ciência da Informação (FIGUEIREDO, 1994). Contudo, Figueiredo (1994) afirma que muitos estudos de comunidades se afastaram dos estudos de usuários, sendo na verdade, estudos de uso, do para que as bibliotecas servissem.

estratégico e ideológico para o governo a partir das experiências da Primeira e Segunda Guerras Mundiais e do contexto da Guerra Fria, unida a preocupação com a recuperação da informação, acesso e uso de novas tecnologias, tendo como apoio os elementos da Biblioteconomia Especializada e da Documentação (SIQUEIRA, 2010).

Na Europa, a CI aparece sob outras configurações, e relacionada, por exemplo, à área de Documentação. A Documentação nasceu em fins do século XIX e início do século XX, impulsionada pela Bibliografia, que consistia em facilitar a pesquisa intelectual pela coleta de dados bibliográficos e conservação de registros, em especial, do livro<sup>5</sup>. A Documentação amplia essa abordagem ao se interessar por todos os tipos de meios de informação, considerados em sua natureza múltipla, e também na sua difusão, democratizando a informação de modo amplo: “[...] a essência da Documentação reside na pesquisa e na busca de informações e, também, na sua comunicação” (RABELLO, 2009, p. 155).

Na área da CI, há um amplo panorama de interesses e também diversas correntes de pensamento. Saracevic (1995) afirma que as definições não fazem um campo, mas que as mesmas são importantes para expor os problemas que lhe são direcionados. De maneira geral, Le Coadic (2004) define a CI como a área que estuda a interface entre as pessoas e a informação registrada, suas propriedades gerais, processos de construção, comunicação e uso, também relacionada à concepção e desenvolvimento de aplicações, por meio da criação de produtos e serviços. A CI também se interessa e se relaciona com disciplinas do mesmo campo e até com outras de campos diferentes, e em particular, essas relações se fixam com ciências que ajudam a contextualizar a informação produzida e seu processo comunicacional ou de recuperação e uso, levantando questões sobre a preservação dos suportes e o processamento dos conteúdos (SILVA, 2006).

Quanto ao problema epistemológico da informação, tem-se muitas vezes a impressão de que cada autor escolhe uma definição que lhe seja mais útil, como demonstraram Wersig e Neveling (1975) ao discutirem as definições explícitas e implícitas de “informação” e “Ciência da Informação”. Para os autores, muitas abordagens diferentes são possíveis e utilizadas, mas nem sempre expressas, pois não existe um critério aceito por todos que possa

---

<sup>5</sup> Em 1895 Paul Otlet e Henri La Fontaine, ambos advogados e pacifistas, fundam em Bruxelas o Instituto Internacional de Bibliografia, iniciativa visionária e que funda uma nova disciplina: a ciência da Documentação. O instituto produz um repertório bibliográfico universal, um catálogo central de bibliotecas, um repertório iconográfico universal, arquivos documentais internacionais e um Museu internacional dos métodos de documentação. A utopia do instituto é “Fazer do mundo inteiro uma única cidade e de todos os povos uma única família”, para isso, Otlet luta para concretizar esse plano em Bruxelas ou Genebra e formula o termo “mundialismo”, a favor das redes técnicas e cidadãs, das liberdades de imprensa, expressão e associação. Quarenta anos após fundar o instituto, Otlet antecipa a ideia de uma rede das redes, que possa vincular centros produtores, distribuidores e usuários em todos os lugares do mundo (MATTELART, 2006).

determinar a escolha, e que qualquer discussão sobre informação e Ciência da Informação precisa deixar claras as definições que utilizam (WERSIG; NEVELING, 1975).

Autores importantes da área, Capurro e Hjørland (2003), percorreram a etimologia do conceito de informação em busca de seu passado, presente e futuro, apontando que a noção de informação, proveniente do latim *informatio*, significa basicamente a ação de dar forma a algo material, assim como a de comunicar conhecimento a alguém. A noção de informação foi destituída ao longo do tempo do seu estatuto ontológico medieval relacionado à impressão, representação de uma forma ou estrutura em um meio. E assim, passa de um processo objetivo para um processo subjetivo na Modernidade, sendo a sua raiz epistemológica o significado de comunicar algo a alguém. Os autores, ao enfatizarem o papel preponderante que a informação tem hoje em dia para o funcionamento social junto ao capital, ao trabalho e a outras matérias primas, afirmam que não existe um conceito absoluto de informação, mas que esta é ao mesmo tempo um processo e um produto de uma seleção (CAPURRO; HJØRLAND, 2003).

Acompanhando o desenvolvimento histórico do conceito de informação, Mattelart (2006) alerta que existia um interesse, por parte de filósofos da Era Moderna, na criação de uma língua capaz de organizar o saber humano, sem marcas sociais, que tornasse o erro impossível. Assim, o conceito sofre em seu princípio a influência do pensamento racional, do culto ao número e da Matemática como modelo de raciocínio e ação útil. Ao lado de uma indefinição do que é o conceito de informação, há também a vontade de aproximar a informação da Estatística, fato que ganhou impulso com o desenvolvimento de pesquisas na área de Ciência da Informação que se iniciaram juntamente com os esforços de guerra, nos Estados Unidos, durante o Século XX. A partir desse contexto, a informação passa cada vez mais a ser tomada como sinônimo de tecnologias, em detrimento de sua dimensão humana (MATTELART, 2006).

Essa configuração se deve a relevância que estudos sobre a recuperação de informação e as novas tecnologias alcançaram nos Estados Unidos, país de origem da *Information Science*. Nesse contexto se destaca a Teoria Matemática da Comunicação, “*The Mathematical Theory of Communication*”, ou Teoria da Informação, de Shannon e Weaver em 1948, e que foi de grande influência nos estudos da área. Claude Shannon e Warren Weaver eram engenheiros da Companhia Telefônica de Nova York e estavam preocupados em transmitir o maior número possível de mensagens no menor espaço de tempo ao menor custo operacional, com a menor taxa de ruído. A fonte de informação é o sistema de onde procedem as

mensagens, por exemplo, na fala selecionamos através da linguagem as palavras que vamos usar. E como diz Weaver (1971, p. 27):

A fonte de informação seleciona uma mensagem desejada, a partir de um conjunto de mensagens possíveis. [...] O transmissor transforma esta mensagem num sinal que é enviado ao receptor através do canal de comunicação [...] Quando eu falo com você, meu cérebro é a fonte de informação e o seu é o destinatário; meu sistema vocal é o transmissor e o seu ouvido, com o oitavo nervo, o receptor.

Na telefonia a fonte de informação é o cérebro da pessoa que fala (selecionando a mensagem desejada a partir de um conjunto de mensagens possíveis – o repertório). O transmissor converte a mensagem em ondas eletromagnéticas. O sinal é uma corrente elétrica variável e o canal é um fio. O receptor é o fone que recebe o sinal e o converte em mensagem inteligível para o destinatário, o cérebro da pessoa com quem se fala. Nesta teoria a informação é concebida como “liberdade de escolha na seleção de uma mensagem”:

Quanto maior essa liberdade de escolha, maior a incerteza de que a mensagem realmente selecionada seja uma particular. Assim, maior liberdade de escolha, maior incerteza e maior informação caminham juntas. [...] A incerteza que decorre da liberdade de escolha da parte do emissor é uma incerteza desejável. A incerteza que decorre de erros ou da influência de ruídos é uma incerteza indesejável. (WEAVER, 1971, p. 31).

Para a Teoria da Informação, o conceito de informação é de caráter quantitativo e sintático, sem se ater a intenção do emissor, ao conteúdo e valor da mensagem, ao significado atribuído pelo receptor e ao contexto, pois representa a consequência do pós-guerra nas indústrias de telecomunicações. Há uma visão de neutralidade da informação na relação entre emissores e receptores. Nesta perspectiva a comunicação é concebida como transmissão de informação, uma “[...] linha reta entre um ponto de partida e um de chegada” e a informação adquire seu “estatuto de símbolo calculável” (MATTELART; MATTELART, 2000). Um dos méritos desta teoria foi o de definir os participantes do esquema informacional: a fonte ou emissor, que produz a mensagem, o canal, que é o meio utilizado para transportar sinais, o decodificador, que reconstrói a mensagem a partir dos sinais e o receptor, a pessoa ou coisa à qual a mensagem é transmitida. Conceitos emprestados da Física, como a entropia, definida como ausência de organização, um processo aleatório, e o ruído, como distorção, se tornaram comuns na área. A entropia causa incerteza e quanto mais entropia, menor previsibilidade. A informação, sendo uma medida de incerteza, é o grau de seleção de escolha no processo de

transmissão de mensagens. Numa situação previsível, não há informação. A redundância, ou medida da certeza, é o grau de previsibilidade numa mensagem. O *feedback*, realimentação ou retroalimentação, é outro conceito dessa teoria que permite ao emissor perceber se a mensagem foi recebida com fidelidade. É um processo que regula os contatos entre a fonte e o receptor.

A informação é definida como física, quantitativa, estatística, nela o receptor é o “clone do emissor” (MATTELART, 2006), e tanto a construção de sentido, quanto o processo de dar forma ao saber que constituem a raiz etimológica do termo informação, ficam de fora. Essa teoria desconsidera o contexto histórico e social no qual estão inseridos o emissor e o receptor e a própria informação, operando um esvaziamento da realidade<sup>6</sup>.

Ainda que voltada às questões tecnológicas e de recuperação de informação<sup>7</sup>, Saracevic (1996) acredita que o foco de atenção da CI tem que vir do lado humano, mesmo que a mesma não tenha o monopólio sobre os problemas de informação da sociedade ela pode contribuir a esse respeito com uma visão humana, mais do que tecnológica.

Ao debater sobre a natureza mutante da área, Saracevic (1996) destaca suas origens e relações com outras disciplinas, e em especial com quatro campos: a Biblioteconomia, a Ciência da Computação (incluindo inteligência artificial), a Ciência Cognitiva e a Comunicação. Destacamos a Biblioteconomia, que compartilha com a CI o seu papel social e a preocupação com o uso dos registros, mas com diferenças em aspectos referentes a questões teóricas, relações interdisciplinares e o conhecimento prático derivado.

Em relação à Comunicação, o autor destaca que as relações com a CI demonstraram aos pesquisadores que “[...] o foco unilateral em informação ou em comunicação, por si mesmo é muito estreito, enfraquecendo a pesquisa em ambos” (SARACEVIC, 1996, p. 53).

---

<sup>6</sup> Nos Estados Unidos, no mesmo ano em que foi publicada a Teoria da Informação, Norbert Wiener, ex-professor de Shannon, e considerado o pai da Cibernética, publicou “Cybernetics or Control and Communication in the animal and the machine”. Neste livro o autor vislumbra a organização social a partir da informação e invoca o advento da “Sociedade da Informação”. Contudo, ao contrário de Shannon, que se abstém de comentar o impacto da informação na sociedade, Wiener aponta os riscos de uma desordem fundamental causada pela entropia e não hesita em denunciar as questões do controle sobre a informação. A informação, com suas máquinas e redes, é para ele a única capaz de lutar contra a tendência à desorganização, e para isso, ela deve poder circular para que a Sociedade da Informação exista num ambiente de trocas sem barreiras: “[...] ela é por definição incompatível com o embargo ou com a prática do segredo, com as desigualdades de acesso à informação e sua transformação em mercadoria” (MATTELART; MATTELART, 2000, p. 65).

<sup>7</sup> Essas pesquisas foram fortemente influenciadas e impulsionadas durante a Segunda Guerra Mundial. Nos Estados Unidos do início dos anos 1930, Vannevar Bush, um dos pioneiros da CI nos Estados Unidos, diretor do US National Defense Research Committee, criou a primeira calculadora analógica completa (MATTELART, 2006). Na década de 1940 esse pesquisador idealizou uma máquina capaz de ajudar os pesquisadores a organizar e recuperar informação, chamada *memex*, unindo textos e partes de textos (BUSH, 1945). Parte do conceito de hipertexto, denominação dada por Ted Nelson em 1965, e que envolve texto, gráfico, som, vídeo, num mesmo ambiente, já era trabalhada por Vannevar Bush na década de 1940.

Isso se deve ao fato de que há um interesse comum na dimensão da comunicação humana e uma compreensão de que a informação e a comunicação devem ser estudadas em conjunto. Para Escarpit (1981) a informação é o conteúdo da comunicação, e a comunicação o veículo da informação. É que a informação só pode existir se for comunicada, no que não se distingue do conhecimento, e a comunicação “[...] só merece ser objeto de uma ciência autônoma se faz nascer informação”, ou seja, um termo não pode ser entendido sem o outro (MEYRIAT, 1993 apud DÈVEZE, 2000, p. 37).

Na França, reúnem-se sob a mesma bandeira as áreas de CI e Ciências da Comunicação intituladas Ciências da Informação e da Comunicação (CIC, em francês SIC) interessadas na qualidade das trocas entre o jornalismo, a documentação, as bibliotecas e a informação especializada (BÉGUIN-VERBRUGGE, 2009; DÈVEZE, 2000). Para os franceses:

O termo de CIC (Ciências da Informação e da Comunicação) é finalmente conservado, por razões de eficácia: o sentimento prevalente é que a palavra mais concreta de “informação” torna um pouco mais precisa a noção vaga de “comunicação”. Assim, a denominação escolhida merece alguns comentários, pois não está desprovida de importância nem de significação [...] Ela desde então tem designado de maneira duradoura e incontestemente uma nova disciplina [...] Mas é preciso ainda estar de acordo sobre aquilo que está por trás dessa apelação. Toda atividade da mente tem a informação como matéria-prima, todo processo que compromete várias pessoas supõe uma comunicação entre elas; todas as ciências sociais, portanto, encontram necessariamente a informação e a comunicação como elementos constitutivos da sociedade que devem explicar. (MEYRIAT, 1993 apud DÈVEZE, 2000, p. 36).

Nesse cenário, as CIC nasceram de modo bem distante de opções mecanicistas, e seu objeto de estudo é a troca de mensagens de toda natureza entre os sujeitos humanos e sociais, já que a comunicação entre máquinas, computadores e sistemas técnicos está fora de seu alcance (DÈVEZE, 2000).

Se a área de CI estuda questões não puramente técnicas, mas sociais, o estudo da informação exigirá a consideração dos atores envolvidos no fluxo informacional. Todavia, para Saracevic (1999) a CI não lida com a comunicação direta entre as pessoas, e nem apenas com uma avalanche de artefatos e objetos, mas com as pessoas que precisam, usam e interagem com esses documentos. Esse autor afirma que: “[...] é muito mais fácil lidar com artefatos, tecnologia e sistemas isolados, e supor seus usuários, que é a mesma coisa que esquecê-los”<sup>8</sup> (SARACEVIC, 1999, p. 1062). Não obstante, isso reforça o entendimento de

---

<sup>8</sup> Trecho original: “It’s so much easier to think of and deal with artifacts, technology, and systems alone, and assume the users, which is the same as forgetting them”.

que existe na CI a preocupação em como a informação se manifesta em determinado grupo na sociedade.

Em um texto bastante discutido na área, Buckland (1991) define três significados principais do conceito informação, que seria o de informação como processo, o de informação como conhecimento e por fim, o de informação como coisa. O uso do sentido “informação como processo” refere-se ao ato de informar, a comunicação do acontecimento; a “informação como conhecimento” denota aquilo que é percebido na informação como processo, um conhecimento comunicado, uma redução da incerteza<sup>9</sup>; e “informação como coisa” é atribuído para objetos e documentos que são considerados informativos por ter a qualidade de conhecimento comunicado. Para o autor, é difícil determinar o que pode ou não ser informativo e que muitas definições têm sido propostas.

Ao analisar trabalhos apresentados por renomados teóricos da área, Ingwersen (1992) comenta sobre a conferência “Conceitos de Ciência da Informação e Biblioteconomia” (Colis) ocorrida em agosto de 1991 em Tampere na Finlândia. Concomitantemente, o autor aponta as tendências em CI e identifica que a informação passa a ser vista num contexto muito mais abrangente do que era anteriormente, levando a uma investigação multimídia e com grupos sociais diversificados. Ingwersen (1992) aposta na ampliação de perspectivas com o foco na esfera humana de transferência de informação e não mais nos documentos, e ênfase nos processos de comunicação entre o ser humano e tecnologia da informação com o propósito de uso da informação armazenada. Do mesmo modo ressalta essa mudança atuando também nos termos da área, como um sintoma de transformação dos conceitos utilizados, como o termo inglês *user* (usuário) sendo substituído nas pesquisas pelo termo público ou pessoas (*human*). Essa substituição expande claramente a abrangência da CI e sua atuação na sociedade, evidenciando um interesse maior no uso e transformação da informação em conhecimento, seja no âmbito individual ou coletivo. Para o autor, não se pode limitar os estudos a um único ponto de vista, salientando as tendências da área:

- Mudança dos objetos de pesquisa, de documentos para textos e para informação transformada em conhecimento;

- Transformação dramática de objetivos baseados nas tecnologias para objetivos envolvendo a dimensão humana;

- Alteração na concepção de informação como puramente científica para informação entendida em sentido amplo;

---

<sup>9</sup> No entanto, diz o autor: “Sometimes information increases uncertainty” (BUCKLAND, 1991).

- A não separação entre ter acesso e poder usar, mas uma visão dos processos associados (INGWERSEN, 1992).

Wersig (1993) também discute os artigos apresentados nesta conferência e afirma que sempre existiram outras tradições dentro da área de CI que não se encaixam nas abordagens tradicionais de biblioteca ou de recuperação de informação, em que os pesquisadores têm que lidar com pessoas reais.

Embora nascida de forma relacionada à informação científica e tecnológica, a CI também se preocupa com a diversidade de informações que circula na sociedade e com os diferentes grupos que precisam e usam a informação.

Essas definições e relações com outras áreas levantam questões importantes para pensar a CI, como a falta de consenso sobre o campo e seu objeto de estudo, mas também sua característica de ciência aberta à diversidade de temas e pensamentos, como as demais áreas científicas. Entender a pluralidade de objetos, finalidades profissionais e percursos históricos da área em diferentes lugares auxilia a compreensão de que não existe apenas uma CI legítima e possível, apesar da predominância das teorias vindas dos Estados Unidos.

Enfim, Saracevic (1999) considera que esses debates acabam por ser ingênuos e inúteis em qualquer campo quando se busca uma “definição apropriada”, pois uma ciência acaba por se definir em relação aos problemas a ela direcionados e aos métodos que usa em busca das soluções. Zins (2007) demonstrou em seu estudo epistemológico “Mapa de Conhecimento da Ciência da Informação”, com a realização de um amplo painel de pesquisadores de 16 países no campo da CI através do método Delphi, que existe uma multiplicidade de entendimentos no que se refere a esta disciplina. Para o autor, não há uma definição uniforme para CI, e nem para seus conceitos fundamentais como dado, informação e conhecimento. O campo da Ciência da Informação parece seguir diferentes abordagens e tradições, sendo a maioria dos participantes da pesquisa caracterizada como representante de um modelo de aproximação cultural. Esse modelo define a CI como o estudo dos aspectos mediadores dos fenômenos dado, informação, conhecimento e mensagem, realizados no domínio da cultura (ZINS, 2007).

Ademais, a CI, surgida num panorama de mudança da contemporaneidade, época em que o conhecimento, a comunicação, os sistemas de significado e uso da linguagem se tornam objeto de pesquisa científica e tecnológica, aparecia “[...] como um conjunto de saberes agregados por questões antes que por teorias” (GONZÁLEZ DE GOMEZ, 2000). Assim, a CI apresenta em seu programa de pesquisa os delineamentos da sociedade industrial e seu paradigma econômico, social e político.

No Brasil, a adesão a esse modelo de industrialização e desenvolvimento influencia a configuração da área, que se volta ao setor da informação científico-tecnológica, reformulando um campo que era quase exclusivamente ocupado por estudos em instituições de memória e documentação.

Contudo, a questão da relação entre informação e sociedade também aparecia em uma abordagem crítica da área no país. Essa perspectiva aponta como imprescindíveis a historicidade para a compreensão da informação na sociedade, a sua inserção social e o contexto global, com estudos que relacionam a informação à cidadania, a ação cultural, a exclusão informacional e processos de leitura (ARAÚJO, 2003).

Durante o XI Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação, realizado em João Pessoa em 1982, Freire (2006) afirma não ser possível pensar as instituições educacionais, incluindo-se aí as bibliotecas, fora da questão do poder, já que a educação não apenas reproduz a ideologia dominante, mas também a confronta pela realidade vivida pelos educandos e educadores, impossibilitando uma educação neutra. O autor destaca o papel da biblioteca popular em programas de alfabetização, atuando como um centro cultural em que a leitura do mundo e da palavra se entrelaça no contexto de quem lê e de quem escreve: “[...] já não é possível texto sem contexto” (FREIRE, 2006, p. 30).

Freire (2006) convida os profissionais da informação a pensar sobre os acervos das bibliotecas e sua relação com o povo; a realizar o levantamento histórico do local em que a biblioteca está inserida; a construir um acervo de histórias a partir dos testemunhos dos moradores mais velhos e populares famosos; e também a divulgar essas informações coletadas, em materiais que poderiam ser intercambiáveis.

É a partir da década de 1990 que González de Gomez (2000) identifica um maior vigor nos estudos que relacionam informação e conhecimento, com novos conceitos vindos de pesquisas sobre gestão do conhecimento, inteligência organizacional, levando a um deslocamento da centralidade da informação científico-tecnológica para novos cenários em organizações. A autora nota também um reavivamento das relações entre a informação e o texto, o discurso e a leitura, com novas possibilidades de interface, exploração de diferentes possibilidades de interação trazidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação. E novas mudanças se anunciam com o uso dessas tecnologias, não só no setor de serviços, mas em escolas, hospitais, nos governos e também nas residências, ampliando a infraestrutura de informação em toda a sociedade.

A perspectiva crítica chega até os dias atuais com preocupações relacionadas à Sociedade da Informação, as questões da democratização, do acesso e da exclusão

informacional (ARAÚJO, 2003). E se a informação ocupa um lugar central nas mais diversas atividades sociais, não deixa de ser, contudo, um termo fugidio, que indica um processo, um fenômeno e um produto em diferentes contextos de ação, como ressalva a autora:

É esse desencontro da informação com ela mesma, o fato de que ela pode doar uma “alteridade” a uma teia auto-suficiente de significados – a custa de perder-se e recriar-se constantemente como forma do *alter*, o que fica aberto nos jogos substantivos das narrativas, como fluxos de dados e experiências de texturas intrincadas. (GONZÁLEZ DE GOMEZ, 1990, p. 121).

González de Gomez (1990) vai além e defende que o domínio da CI não estaria preso a uma qualidade da informação - o fato de ser científica, tecnológica etc – mas a um “ponto de vista” numa zona transdisciplinar de dimensões sociais, antropológicas, comunicacionais e cognitivas que não teria a informação como objeto, mas suas pragmáticas, as relações com a informação. E adverte: “[...] esse objeto da Ciência da Informação não seria logo uma ‘coisa’, ou uma “essência” de uma região de fenômenos, mas um conjunto de regras e relações tecidas entre agentes, processos e produções simbólicas e materiais” (GONZÁLEZ DE GOMEZ, 1990, p. 121).

Considerar a informação na perspectiva da relação é também a posição de Almeida Junior (2007), pois a informação nos diz o autor, é intangível e não existe *a priori*, sendo disforme e moldável ao acervo de conhecimentos de quem a busca. O objeto da área de CI identificado como informação, e mais especificamente, a informação em uma forma externa de registro, é criticado pelo autor para quem a informação se concretiza na relação, o que pressupõe atores envolvidos no processo, pois ela não se apresenta construída, como algo dado e nem é apenas uma transferência de um ponto a outro (ALMEIDA JUNIOR, 2009). Ao se transformar a informação em coisa, corre-se o risco de ocultar a sua relação social, que aparece naturalizada como algo independente dos homens e não um processo da atividade humana.

Certamente que a informação não pode ser observável fora de sua verbalização ou registro em um documento. O problema é fazer crer que não se pode haver informação desde que não seja registrada. Porque as bibliotecas e arquivos armazenam livros, documentos, jornais, revistas, catálogos, fichas, CD’s, e não informação. A informação se utiliza dos documentos como veículos, suportes ou meios, porém, o que está neles pode ou não ser informativo, pois isso depende da mediação, de constituir-se numa relação com o outro e com os materiais de leitura. A informação não se apresenta construída e nem antecipada no meio,

não é previsível, e se concretiza apenas no momento da mediação, na relação usuário e meio, estando, portanto nesses ambientes, em potência.

Brookes (1980) afirmou que conceituar informação e pensar seus problemas básicos não era uma questão nova, mas que ainda oferecia dificuldades aos cientistas, apesar da informação ser uma entidade que impregna toda atividade humana, como destacou:

O espaço aparentemente vazio ao nosso redor está fervendo com informação potencial. Muitas coisas que não temos consciência, porque nossos sentidos não respondem a ele. Muito disso ignoramos porque temos coisas mais interessantes para realizar. Mas não podemos ignorar se estamos buscando uma teoria geral da informação<sup>10</sup>. (BROOKES, 1980, p. 132).

A informação, portanto, é potencial até ser recebida, é o desconhecido, o conflito, é fluida e de vida efêmera, e mesmo se voltando ao indivíduo, tem sua dimensão coletiva, pois é histórica e dependente de uma interação social e simbólica (ALMEIDA JUNIOR, 2008). Na perspectiva da mediação:

A informação existe apenas no intervalo entre o contato da pessoa com o suporte e a apropriação da informação. Como premissa, entendemos a informação a partir da modificação, da mudança, da reorganização, da reestruturação, enfim, da transformação do conhecimento. Assim entendida, ela, informação, não existe antecipadamente, mas apenas na relação da pessoa com o conteúdo presente nos suportes informacionais. Estes são concretos, mas não podem prescindir dos referenciais, do acervo de experiências, do conhecimento de cada pessoa. (ALMEIDA JUNIOR, 2009, p. 9).

Existe uma contradição no conhecimento, que é diádico, sendo ao mesmo tempo individual e dependente do outro, do contexto e da sociedade na ação de conhecer. Esse processo de ação, que vai do contato com a informação até a alteração e construção do conhecimento de uma pessoa, é denominado de mediação da informação (ALMEIDA JUNIOR, 2007).

A pessoa possui um conhecimento prévio e o constrói na relação com os outros e com o mundo. Assim, a informação altera um conhecimento preexistente, interferindo na construção desse novo conhecimento. O conhecimento, apesar de individual, não é construído de maneira isenta, mas ao contrário, contando com todas as influências sociais, políticas, econômicas, culturais, etc., resultantes da relação da pessoa com o mundo. (ALMEIDA JUNIOR, 2009, p. 97).

---

<sup>10</sup> Trecho original: “[...] The seemingly empty space around us is seething with potential information. Much of it we cannot be aware of because our senses do not respond to it. Much of it we ignore because we have more interesting things to attend to. But we cannot ignore it if we are seeking a general theory of information”. (BROOKES, 1980, p. 132).

A partir da literatura apresentada, julgamos que o conceito de informação não é óbvio e nem neutro, portanto, pode ter significados diferentes e gerar possibilidades diversas. Neste enfoque, consideramos “informação” em uma perspectiva crítica, relacional, e que é sempre dependente da ação de sujeitos, do contexto e das relações entre esses e a sociedade na qual se informam e são informados. Assim, a informação não é dada a priori, pois é cultural, histórica, simbólica e relacional, portanto, não é limitada ao registro, embora prescindida dele, mas está nos suportes em potência, sendo apropriada nas mediações que permitem sua dimensão social<sup>11</sup>. Daí que a informação tem seu alcance coletivo, e pode ser compreendida como a partilha de um mundo em comum, contextualizado, na relação entre a comunidade e seu horizonte de compreensão prévia compartilhado pelos participantes das práticas de informação (GONZÁLEZ DE GOMEZ, 2002).

E reconhecendo a arqueologia do conceito, se a informação em sua raiz etimológica, significa a ação ou o processo que forma interiormente, uma ação que informa; é, portanto relacionada às práticas sociais que geram a produção de sentido e as mediações que possibilitam sua apropriação social.

Assim, afastando-se de uma concepção ingênua de informação, que a concebe como neutra, “uma realidade em si”, ou cristalizada em sistemas técnicos, a informação é a realidade de uma experiência contemporânea quase inteiramente mediada, em que seu caráter social e cultural constrói questionamentos a partir de sua produção e apropriação coletiva (ALMEIDA, 2008).

## 2.1 Práticas de informação

Para González de Gomez (2004) compreender uma mensagem não pode estar separado das práticas sociais em que essas mensagens são trocadas comunicacionalmente. A

---

<sup>11</sup> Não adotamos, contudo, uma abordagem cognitiva e abstrata em que a informação é vista da maneira em que está presente na mente de alguém a partir da leitura de um documento, focando os indivíduos em comportamentos únicos, específicos. Pois, para a perspectiva crítica, a concepção materialista do indivíduo não se deixa encerrar na análise de uma consciência individual, pois as realidades naturais e das práticas escapam ao exame isolado de uma consciência. Não há a primazia do individualismo, pois as ideias que o indivíduo tem sobre as coisas – o mundo das ideias – nada mais são do que o mundo real, material, expresso e refletido na cabeça das pessoas, ou seja, as ideias são construídas pela prática e pelo contato ativo com o mundo exterior num processo complexo que envolve toda cultura (LEFEBVRE, 2010). No entanto, o materialismo admite que o indivíduo, sem dúvida, pode opor-se ao interesse comum e é por isso que se desenvolve em duplo sentido: sua individualidade desenvolve-se ao curso de sua própria vida, mas a individualização do homem se desenvolve ao longo da história, sendo tanto um fato social quanto histórico, e em cada época há um tipo de individualidade (LEFEBVRE, 2010). A contradição existe tanto no homem quanto na sociedade e o ser humano é, portanto, um ser ambivalente.

prática, na perspectiva materialista, é o saber acumulado pelo ser humano através de sua história. O ser humano, como ser social, realiza uma atividade prática que está fora de sua consciência e visa transformar a natureza e a sociedade. É uma transformação do objeto pelo sujeito e se baseia na concepção materialista de que não são as ideias que mudam a realidade, mas só o que é material e prático pode transformá-la (TRIVIÑOS, 2006).

Nesta perspectiva, o que dizemos e o que pensamos é em última análise determinado por aquilo que fazemos, pois é na prática que o ser humano deve demonstrar a realidade e o poder, enfim, o caráter terreno de seus pensamentos. Dialeticamente: “[...] o ser social dá origem ao pensamento, mas ele mesmo é envolvido pelo pensamento” (EAGLETON, 1999, p.15), porém deve-se apreender o pensamento como enraizado nas condições materiais que se pretende examinar, já que é próprio do materialismo considerar o mundo material externo ao pensamento e, de certo modo, mais fundamental que ele. É o que Marx e Engels (2009) querem dizer na afirmação de que é o ser social que determina a consciência e não o seu contrário.

Ainda sob este paradigma, existe a prática e a compreensão da prática, pois se não conhecemos os elementos teóricos de uma prática, não podemos compreendê-la. Conseqüentemente, o conhecimento tem sua origem na prática, pois é dependente das relações de produção e da luta de classes, ou seja, da natureza social do homem e de seu desenvolvimento histórico (TRIVIÑOS, 2006). Ao mesmo tempo, é o conhecimento que permite a realização de novas práticas.

Uranga (2007) comenta que as práticas sociais surgem das experiências de vida de homens e mulheres transformados em sujeitos sociais no processo histórico e cultural, não por fazerem parte de atos excepcionais, mas simplesmente por viverem a vida cotidiana. As práticas sociais implicam processos de significação e produção de sentidos, em que os sujeitos se constituem num espaço discursivo, em redes de relações cotidianas: a vida cotidiana é o lugar das práticas, das interações, do sujeito na história, no contexto, em permanente relação com os outros.

As práticas de informação compreendem as ações com a informação, como o registro, o armazenamento, a recuperação, a gestão, o acesso, o uso, a busca, a circulação, o hábito, o aprendizado, a mediação, a socialização, a leitura, e dependem das circunstâncias nas quais o ser humano encontra-se situado, é onde se põe em ação o conhecimento. A ação de informação se constitui como “[...] informação para algo e para alguém” (GONZÁLEZ DE GOMEZ, 2004, p. 62). Daí que nas práticas de informação se inserem os meios de informação e as ações relacionadas a eles, juntamente com os sujeitos envolvidos, a circulação social dos

meios, o trabalho com esses meios e os textos. As práticas de informação são, portanto, sempre relacionais e segmentadas, pois referentes a determinados grupos sociais e contextos específicos, que mobilizam efeitos de sentido de acordo com o local, a ideologia e a cultura de seus participantes.

Neste trabalho interessa-nos destacar as práticas de informação relacionadas à mediação, uso, recepção e apropriação nas práticas de leitura, que envolvem ações de informação na cotidianidade.

### 2.1.1 Mediação e uso

A mediação enfatiza o caráter social da informação, de que a mesma não existe fora da sociedade e da cultura, demonstrando as singularidades da questão informacional, das condições de produção e apropriação da informação. O conceito de mediação encontrou campo fértil em pesquisas que apontam que nada é imediato e, portanto, enfatizam a importância de intermediários, mediadores, nas mais diversas realidades sociais. São estudos realizados por pesquisadores que “[...] demonstram que o conhecimento e o significado nunca nos são simplesmente dados, mas precisam ser elaborados” (JEANNERET, 2009, p. 26). É uma determinação em mostrar que nada pode ser dado como certo ou transparente nos fatos da cultura, de papéis sociais e formas simbólicas. Estudos de mediação recusam uma abordagem imediata dos fatos e põem em jogo os diferentes atores, procedimentos e dispositivos envolvidos numa dimensão simbólica e prática da cultura.

Davallon (2007) analisa a noção de mediação, refletindo sobre o estatuto científico do termo. Afirma que inicialmente, ao se falar em mediação, aparece à existência um terceiro elemento, aquele que torna possível a compreensão entre pessoas em conflito. No entanto, o autor questiona se a existência de um terceiro como um dado que constitui a mediação seria suficiente para defini-la.

Alguns usos da noção de mediação são apontados por Davallon (2007): o primeiro é o uso comum, que supõe um acordo entre partes que tem interesse distinto, e comporta a ideia de reconciliação. Contudo, ainda mais comum é a concepção da mediação como um tipo de prática ou ação, ou seja, a ideia de servir de intermediário: “[...] o papel de intermediário facilitando a comunicação é suposto favorecer a passagem a um estado melhor” (DAVALLON, 2007, p. 06). Esse entendimento está presente na Ciência da Informação e na Comunicação quando apresentam procedimentos de mediação nas organizações e na atividade profissional de cada área (DAVALLON, 2007).

Esta vertente se encontra nos estudos de mediação da informação, como uma prática e um processo que engloba as ações de interferência em relação à informação, que podem ser desde ações diretas e conscientes, até indiretas e inconscientes, individuais ou coletivas, singulares ou plurais, que propiciem a apropriação da informação<sup>12</sup> (ALMEIDA JUNIOR, 2009).

Uma preocupação da área refere-se não somente à gestão e a organização da informação, mas de como as pessoas usam e se apropriam dessa informação. A informação não está no objeto e nem no sujeito, mas na mediação que se estabelece entre eles: “[...] a mediação da informação é um processo histórico-social. O momento em que se concretiza não é um recorte de tempo estático e dissociado de seu entorno. Ao contrário; resulta da relação dos sujeitos com o mundo” (ALMEIDA JUNIOR, 2009, p. 93).

Este processo de orientação dos seres humanos no mundo não pode ser compreendido, de um lado, de um ponto de vista puramente subjetivista; de outro, de um ângulo objetivista mecanicista. Na verdade, esta orientação no mundo só pode ser realmente compreendida na unidade dialética entre subjetividade e objetividade. Assim entendida, a orientação no mundo põe a questão das finalidades da ação ao nível da percepção crítica da realidade. (FREIRE, 2011, p. 67).

Como seres históricos, somos capazes de optar, decidir, avaliar, pois toda ação humana envolve uma finalidade, ingênua ou crítica, e agir sobre um objeto significa não apenas compreendê-lo, mas também analisar a percepção que dele se tinha ou se tem ao atuar sobre ele: “[...] o ato de conhecer envolve um movimento dialético que vai da ação à reflexão sobre ela e desta a uma nova ação” (FREIRE, 2011, p. 80).

Para Freire (2011) não há práxis autêntica fora da unidade dialética da ação-reflexão, pois a consciência não se transforma a não ser na práxis, e o conhecimento não se transfere, se cria através da ação sobre a realidade. O conhecer tem origem no agir. Conhecer é se apropriar, tomar posse, agir e modificar uma circunstância. A apropriação da informação é um sair de si e buscar o outro, mas de modo discursivo, pois não se apropria do objeto tal como é, e sim de um conceito elaborado pelo pensamento.

A informação resulta da relação entre o sujeito e o objeto numa situação de mudança, uma reorganização e transformação do conhecimento, e que para ser comunicada necessita de

---

<sup>12</sup> Almeida Junior (2008) propõe inclusive reconsiderar o objeto da área de CI que passaria a ser a mediação da informação. Um dos motivos é que as atividades culturais perpetradas por agentes informacionais são, muitas vezes, desconsideradas como próprias à área, devido a sua efemeridade. Para um maior entendimento do conceito de mediação, ver Bortolin (2010) que em sua tese realizou amplo levantamento bibliográfico sobre o termo na área de Ciência da Informação e outros domínios.

um meio que a materializa e divulga, mas, não se pode esquecer que este meio pode ser a própria voz humana, através da palavra falada, pois antes mesmo da invenção da escrita às pessoas recontavam histórias e experiências, disseminavam informações que se estendiam no tempo e no espaço, na memória de geração em geração<sup>13</sup>.

Na produção de formas simbólicas e na sua comunicação para os outros, sempre empregamos um meio técnico com suportes de vários tipos. O intercâmbio simbólico envolve um meio técnico que seria o elemento material por meio do qual a informação é comunicada do produtor para o receptor:

Mesmo o intercâmbio de afirmações linguísticas face a face pressupõe alguns elementos materiais – laringe, cordas vocais, ondas de ar, ouvidos e tímpanos auditivos, em virtude dos quais os sons significativos são produzidos e recebidos. Mas a natureza do meio técnico pode variar grandemente de um tipo de produção simbólica (e intercâmbio) para outro, e as propriedades dos diferentes meios técnicos facilitam e circunscrevem os tipos de produção simbólica e intercâmbio possíveis. (THOMPSON, 2009, p. 26).

Se a informação se realiza na mediação, não importa o modo de sua veiculação, mas o fato de que a mesma seja apropriada pelas pessoas (ALMEIDA JUNIOR, 2004). Na mediação, portanto, aparecem dois conceitos importantes, a apropriação e a interferência. Assim, aquele que faz o uso da informação é o ator central do processo de apropriação, um co-produtor da informação, pois “[...] a autoria deixa de ser única e passa a ser repartida, distribuída entre todos os que farão uso da informação em potência” (ALMEIDA JUNIOR, 2009, p. 97).

Outra perspectiva da mediação vem do terreno das investigações empíricas, em que se destaca o estudioso Jesús Martín-Barbero (2008). Para este autor os estudos sobre os meios de informação e comunicação deveriam focar os lugares em que se pode observar a interação entre a lógica da produção e a da recepção. E nomeia esses processos de mediações, porque dinamizam negociações culturais que geram a construção de significado (MARTÍN-BARBERO, 2008).

---

<sup>13</sup> Levi Strauss (1993) ao estudar como os mitos se transformam entre os indígenas, de uma sociedade a outra, afirma que as modificações afetam ora a envoltura, ora o código e também a mensagem do mito, mas sem que este deixe de existir como tal, sem perder a sua compleição. Ainda que esta informação pareça incerta e disforme, ela está registrada nas estruturas da sociedade, na memória coletiva de um grupo social. O vocábulo mito vem do grego, *mythos*, e significa enredo ou estrutura, que em seu sentido original, aproxima-se do termo latino *forma*, utilizado para se definir informação (MCGARRY, 1999).

Martín-Barbero (2008) afirma que é preciso pensar o lugar estratégico que a comunicação ocupa na sociedade a partir de uma visão antropológica que estuda a cultura em toda a vida social, e não apenas relacionada às artes e as letras: “[...] a cultura escapa a toda compartimentalização, irrigando a vida social por inteiro” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 14). Desse ponto de vista, o autor cita a existência de cultura tanto no trabalho quanto na política, no narcotráfico, na violência, na juventude e na ciência, entre outros espaços. E nesse tipo de análise a comunicação se torna “[...] uma questão de mediações, muito mais que de meios” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 28), ou seja, uma questão de cultura. Uma mudança de olhar no processo da comunicação para o outro lado, o lado do receptor, local em que ocorrem apropriações e resistências a partir do uso dos meios de informação e comunicação.

Desse ponto de vista, as mediações decorrem de um complexo processo de trocas negociadas de capital cultural, que garantem a todas as culturas o reconhecimento de uma quantidade suficiente de sua identidade na cultura dominante, para que possam ao menos tolerar a base hegemônica. (WHITE, 1998a, p. 56).

Os meios de informação e comunicação não podem ser explicados apenas em termos de transmissão de informação e efeitos comportamentais, pois reúnem diferentes atores e ideologias que se confrontam e também fazem alianças.

Em síntese, a noção de mediação varia consideravelmente na literatura, porém, para Davallon (2007), a mesma parece possuir sempre quatro características: 1 – a de produzir um efeito sobre o destinatário, que irá sofrer uma ação: a de aprender, aceder, passar, sendo por isso um sujeito ativo e respeitado como destinatário; 2- ao se integrar em um novo contexto, o objeto, o ator e a situação sofrem mudanças; 3- não existe consenso quanto à forma e a natureza do mediador, que aparece sob forma ou ação humana ou de dispositivo, ou ambos; 4- a ação do mediador sempre gera um impacto sobre o ambiente social no qual está situada.

As noções de mediação e uso não se diferem em relação aos objetos que estudam, mas ao efeito de perspectiva que produzem e ao papel da comunicação nas práticas informacionais (JEANNERET, 2009).

O conceito de uso, apesar de fortemente utilizado na CI, não tem sua origem nessa área e sim na sociologia, especialmente no estudo de públicos e audiências norte-americanas realizadas na área sociológica e psicológica desde a década de 1930. Um destaque na área de estudos de uso seria a corrente da sociologia funcionalista chamada Usos e Gratificações (*Uses and Gratifications*) que se interessa, a partir da década de 1970, pela satisfação dos

usuários, a partir dos usos que as pessoas fazem dos meios. Nos anos 1980 essa corrente aprofundou sua noção de leitura negociada em que os sentidos e os efeitos nascem das interações entre os textos e os papéis assumidos pelas audiências (MATTELART; MATTELART, 2000).

A perspectiva dos Usos e Gratificações reside no entendimento da decisão do receptor em escolher um conteúdo de um meio de informação e comunicação. Essa teoria pretende explicar o por que um indivíduo opta por passar horas do seu dia lendo um jornal, ouvindo rádio ou assistindo TV: “[...] por que o indivíduo voluntariamente decide ser um receptor em vez de engajar-se em outra atividade alternativa?” (RUÓTOLO, 1998, p. 153).

Observa-se que nesta teoria o receptor é conceituado como um indivíduo ativo e que busca os meios de informação e comunicação que melhor atendam suas necessidades e desejos. Os motivos de sua escolha estão sujeitos a inúmeras influências: psicológicas, sociais, ambientais e conjunturais. A exposição a um meio de informação e comunicação é vista como um ato intencional, pois existem outras formas do indivíduo satisfazer suas necessidades.

O usuário não é visto como um consumidor qualquer, mas como um indivíduo soberano em suas escolhas num mercado considerado livre, apagando a questão do poder e das determinações sociais e econômicas do consumo e uso individual (MATTELART; MATTELART, 2000).

Para essa linha de pesquisa originária do estrutural-funcionalismo, o receptor é um selecionador de produtos culturais e faz uso das mensagens a partir de seu contexto sociopsicológico. Pesquisas com base em Usos e Gratificações buscam investigar os estados psicológicos dos indivíduos, que seriam determinados por necessidades internas da organização da personalidade de cada um: “[...] há uma tendência para se abstrair tanto o contexto social das diferentes culturas como os discursos que dão forma às escolhas” (WHITE, 1998b, p. 65).

Ademais, essa noção assumiu uma forma ambígua, na qual se pode pensar tanto num estudo de funcionalidade quanto da simbologia, o que levou a projetos que se intitulam estudos de uso, mas “[...] não incluem nenhuma análise documental e nem qualquer trabalho de campo etnográfico merecedor desse nome” (JEANNERET, 2009, p. 28).

Em outras palavras, a noção de uso, diferentemente daquela de mediação, não se encaixa facilmente com a idéia de comunicação. A idéia de uso tende a levar à de funcionalidade, mesmo se não tentarmos reduzi-la à técnica. Em nossa representação visual, um estudo sobre uso e usuário sugere a cena de

uma pessoa que se defronta com um aparato que consegue operar ou não. (JEANNERET, 2009, p. 28).

Para Jeanneret (2009), os meios de informação e comunicação não são ferramentas simples que possam ser comparadas a outros objetos, pois não somente representam realidades sociais, mas as geram. Assim, os estudos de uso não podem ocorrer num contexto puramente técnico, mas também cultural: “[...] esses objetos são mídia: é claro que são artefatos, mas artefatos particulares que não somente moldam como os seres humanos dominam as forças naturais, mas também os meios de representação” (JEANNERET, 2009, p. 29).

O uso se inscreve em práticas e é “uma conduta face ao objeto” (BÉGUIN-VERBRUGGE, 2009), os estudos de uso são formas de se investigar práticas sociais, mas também são participação na produção de uma representação da sociedade em sentido tanto cognitivo quanto político.

Sob uma perspectiva neomarxista, outra corrente dedicada aos estudos de uso foram os Estudos Culturais britânicos. Num contexto de preocupação com o público, a comunidade, o receptor ou a audiência, os Estudos Culturais tiveram início na Inglaterra a partir de 1964 na Universidade de Birmingham e dentre os seus primeiros membros, contavam-se Richard Hoggart, Stuart Hall, Raymond Williams e Edward Thompson, tendo como objetivo estudar as formas, práticas e instituições culturais que eram, à época, desclassificadas, como a cultura popular, a cultura operária, o feminismo etc. O foco desses estudos recaía sobre o uso que as pessoas faziam dos meios, destacando a diversidade de interpretações e a capacidade de resistência dos diferentes públicos (RODRIGUES, 2000).

Para esses estudiosos, os meios de informação e comunicação não podem ser vistos como meros transmissores de informação, “[...] mas como textos que revelam significados culturais em um dado período histórico” (WHITE, 1998b, p. 60).

Thompson (2009) ao estudar os tipos de interação mediada, recorda que o uso dos meios de informação e comunicação possibilita novas formas de interação que se estendem no tempo e no espaço com tecnologias que permitem maior grau de receptividade.

Os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros; eles são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informação de conteúdo simbólico. Assim fazendo, se

servem de toda sorte de recursos que descreverei como “meios de informação e comunicação”<sup>14</sup>”. (THOMPSON, 2009, p. 24).

Ao discorrer sobre o uso desses meios, Thompson (2009) apresenta algumas de suas características, tais como, um certo grau de fixação da forma simbólica, sua preservação em um suporte com algum grau de duração, que pode ser baixo ou pouco efetivo, como no caso da conversação face a face, conversas ao telefone, anúncio em alto falante, em que “[...] qualquer fixação neste caso vai depender da memória, mais do que de alguma propriedade distintiva do meio técnico como tal” (THOMPSON, 2009, p. 26). Em outros casos, como a escultura em madeira ou pedra, a pintura, a impressão, a imagem, a gravação, a escrita em papel, pergaminho ou pedra, têm grau mais elevado de fixação, dependendo do meio utilizado, e em virtude dessa capacidade de preservar informação, são considerados, pelo autor, como mecanismos de armazenamento de informação. Nossa experiência com a informação é bastante mediada, e principalmente pelos meios de informação e comunicação, como observa Thompson (2009).

É que o ser humano busca externalizar sua memória desde o início da vida comunitária, seja pela fala, início do conhecimento humano, ou por meios mais avançados de representação que estejam fora das mentes individuais do grupo, e que possam ser consultados, guardados num lugar conveniente. Seria uma memória exossomática, que significa, “fora do corpo”, e demonstra a história humana de produção simbólica e engenhosidade técnica (McGARRY, 1999).

Nas sociedades orais a imprecisão se amalgamava a um tempo mítico regido por ciclos, estações, festas e ritos religiosos. Com o registro do pensamento em uma forma externa, há um novo sentido para o tempo, que passa a ser histórico, e a mitologia adquire um rival que é a história registrada. Tábuas de argila, rolos de papiro, códices e manuscritos, próprios da tradição manuscrita, coexistiram com o pensamento oral e demonstraram a relação entre o advento de novas tecnologias e o uso que efetivamente se faz delas na sociedade: “[...] novas fases de comunicação não vão deixando as antigas para trás, como um trem que deixa a estação. O mundo antigo era o mundo do arauto, de imagens visuais ao invés de textos escritos. Não era a assinatura, mas o selo que autenticava um documento” (McGARRY, 1999, p. 75).

---

<sup>14</sup> Nesta pesquisa o termo “meios de informação e comunicação”, ou “meio de informação”, ou apenas “meios”, é utilizado conforme essa definição de Thompson (2009), no sentido de suporte técnico utilizado para a percepção da realidade, tais como a voz, o livro, a imprensa escrita, o telefone e a internet, e que permite a comunicação e o contato entre as pessoas e as sociedades humanas, e as trocas de informação, em certos casos, independente de distâncias geográficas e temporais.

Com as novas tecnologias de informação e comunicação o intercâmbio de informação face a face perde espaço para as interações mediadas, ampliando a compreensão dos indivíduos, cuja fonte de informação não é mais restrita as pessoas com as quais convivem, mas que agora travam relações com o conteúdo desses meios (THOMPSON, 2009).

No entanto, o uso dos meios pode variar, dependendo do contexto e das práticas de seus usuários. Para Thompson (2009), os usos que as pessoas fazem dos meios diferem muitas vezes daqueles pensados ou queridos pelos produtores, e o esquecimento desses contextos sociais é uma tendência nas pesquisas e análises sobre os meios. Porque o receptor não é um simples decodificador da mensagem, mas um produtor de sentido a partir de sua experiência cotidiana (MARTÍN-BARBERO, 2008).

Outro atributo dos meios é sua capacidade de reprodução, ou seja, de multiplicar cópias de uma forma simbólica, sendo que alguns dificilmente se conseguem reproduzir, como o entalhe em pedra, mas outros meios aumentam essa capacidade, principalmente após a invenção da imprensa. Enquanto alguns meios são valorizados por sua unicidade, no caso da pintura, outros, como os livros, revistas, jornais, CD's e filmes são justamente produzidos em cópias múltiplas para tornar o processo lucrativo. Simultaneamente, os meios técnicos apresentam capacidade de distanciamento espaço-temporal, pois o intercâmbio simbólico pressupõe que a forma simbólica se afaste de seu contexto e seja reimplantada em novos contextos em tempos e lugares diferentes. Enquanto a fala tem duração transitória e distanciamento relativamente pequeno na interação face a face, sua suplementação por meios técnicos como o alto falante amplifica-a, aumenta a sua disponibilidade no espaço, embora sua duração temporal continue limitada ao momento da emissão.

O uso dos meios altera as condições de espaço e tempo e as formas de exercer o poder, já que tornam as pessoas capazes de agirem à distância, usar o tempo para seu próprio fim e se organizar nesse controle. E por fim, o autor destaca as habilidades, competências e formas de conhecimento exigidas pelo uso dos meios de informação e comunicação. O uso implica a codificação e decodificação da informação, o conhecimento de regras e procedimentos que não implica necessariamente formular de modo claro e explícito, mas “[...] a habilidade de usá-los na prática” (THOMPSON, 2009, p. 29). Neste processo, não empregamos apenas habilidades, mas conhecimento e suposição que fazem parte dos recursos culturais que apoiam o intercâmbio simbólico.

Thompson (2009) lembra que as habilidades em relação ao uso nem sempre coincidem, diferenciando a codificação da decodificação, pois nós lemos jornal, assistimos à

televisão, acessamos a internet, mas conhecemos pouco sobre a produção de um periódico, um programa ou um *website*.

O uso se insere dentro do campo das práticas de informação e não está limitado a uma abordagem sócio técnica: “[...] utilizar um livro, um computador ou um telefone celular não pode ser reduzido a uma combinação pura de lógica social e propriedades técnicas” (JEANNERET, 2009, p. 29). Isso porque o uso não é equivalente à noção de prática, e sim um componente dela. Assim, o termo práticas de informação, conforme visto, é mais abrangente do que o uso, pois engloba tanto o uso dos meios de informação e comunicação, quanto os próprios meios, os sujeitos envolvidos, a circulação social dos meios, o trabalho relacionado a eles e os textos. E estamos novamente lidando com as mediações, ao apontar e diferenciar os intermediários, seja pessoas ou objetos, no processo de comunicação da informação.

As relações entre mediação e uso analisadas no terreno das práticas de informação mostram que “[...] lidamos com dispositivos mediacionais que carregam uma informação e manifestam um significado através de sua dimensão semiótica, e ao mesmo tempo impõem uma limitação e moldam uma prática através de sua ação física” (JEANNERET, 2009, p. 31).

#### 2.1.1.1 Recepção e apropriação

Nas análises de usos e mediações, termos recorrentes das pesquisas são as noções de recepção e de apropriação. A perspectiva de uso tem seu foco de interesse no ato do indivíduo que decide consumir o conteúdo de um meio de informação e comunicação: ler um jornal, uma revista, um livro, ir ao cinema, assistir TV, etc. Portanto, a recepção se inicia pelo fenômeno mais básico, a exposição do indivíduo, sem o qual nenhum outro efeito seria possível. A exposição aos meios é considerada parte da rotina diária, daí que, a recepção é uma prática social como outra qualquer, realizada de forma não estruturada, com baixo grau de envolvimento e sem motivação específica, tendo por cenário a vida cotidiana (RUÓTOLO, 1998).

Para Jeanneret (2009, p. 31) o termo recepção tem o interesse de destacar as práticas dos atores sociais: “[...] neste sentido possuem clara relevância para bibliotecas e web sites, bem como para programas de TV, os quais concentram a atenção de investigadores sociológicos”. Contudo, para o autor, o termo recepção é bastante problemático, já que mistura uma dimensão logística, ou seja, o fato das produções dos meios serem recebidas de forma material; com uma dimensão simbólica, que oferece uma variedade de sinais para sua interpretação. Isto decorre do fato de que ao se deparar com um meio de informação e

comunicação, seja um livro ou um filme, as pessoas se envolvem tanto num processo de mediação como numa participação com um dispositivo, o que acarreta envolvimento intelectual e físico, além de interpretativo. É que a vertente das mediações permite extrapolar a visão da comunicação como transmissão de informações e a recepção como o processo de atingir um destinatário. Porque o que acontece nesse processo é incerto e não previsto, e mesmo que cada mediação antecipe a etapa seguinte, o que predomina é a heterogeneidade e descontinuidade estrutural (JEANNERET, 2009).

As perspectivas de recepção entendem a exposição aos meios como algo rotineiro, automático, sendo que o interesse desses estudos estaria na construção subjetiva dos significados a partir dos conteúdos da comunicação, ou seja, da informação recebida (RUÓTOLO, 1998).

Outra concepção de recepção foi formulada no âmbito da Estética da Recepção, corrente apresentada por Zilberman (2009) como uma teoria que reflete sobre o leitor, a leitura, a experiência estética e as possibilidades de interpretação, e também como um movimento que surgiu no bojo das transformações vividas na década de 1960 no ambiente universitário ocidental. Ao iniciar o ano letivo de 1967, dois professores da Universidade de Constança, na Alemanha, Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser, proferiram conferências em que promoviam uma nova história da literatura, da compreensão de seu significado na vida social e do papel do leitor. Aparecia como uma teoria em que a investigação mudava de foco: do texto para o leitor, principal elo do processo literário. Sua proposta era a de uma inversão metodológica: a de não analisar unicamente o autor e a produção do texto, mas o leitor e a recepção. O leitor é constituído num horizonte de expectativas, que é um misto do código vigente e das experiências sociais acumuladas; e de emancipação, como a finalidade e efeito que libera o leitor do usual e lhe dá nova visão da realidade.

Para a Estética da Recepção a vida histórica de uma obra não pode ser compreendida de forma alheia a participação de seu destinatário, pois a historicidade da literatura é feita de seus intercâmbios com o público. A obra se atualiza a cada leitura, prova de que está viva, mas de leituras que se modificam em cada época, demonstrando que a obra é vulnerável à história, pois não possui uma essência imutável, fora do tempo. “[...] Historicidade coincide com atualização, e esta aponta para o indivíduo capaz de efetivá-la: o leitor” (ZILBERMAN, 2009, p. 33).

Wolfgang Iser (1996) afirma que o que se apresenta como Estética da Recepção não tem uma unidade teórica como pode sugerir essa nomeação, pois detrás desse conceito, surgiram orientações distintas, apesar de recíprocas. De um lado, aparece a recepção, uma

preocupação com a assimilação do texto, dependente de testemunhos, atitudes e reações, e que trabalha com método histórico e sociológico. De outro, o texto, como “prefiguração da recepção”, um potencial de efeitos, que põe a assimilação em curso, operando com método teórico-textual.

Em Iser (1996) o texto possui uma estrutura de apelo em que a relação leitor e obra é uma modalidade de comunicação. Na Estética da Recepção, a literatura é uma forma de comunicação, o leitor é a entidade coletiva a quem o texto se dirige, a leitura é resultante dessa troca e a experiência estética o efeito no leitor, o que situa essa corrente como um ramo da literatura, artes e comunicação, cuja teoria está preocupada com questões relativas à recepção (ZILBERMAN, 2009).

A Teoria da Estética do Efeito de Iser (1996) é uma perspectiva fundada na leitura porque é nesse processo que se realiza a interação fundamental entre a obra e seus leitores. A leitura dos textos é pressuposto indispensável, pois é um ato que antecede a interpretação e seus resultados. O Efeito Estético busca analisar a relação dialética entre texto, leitor e sua interação. É chamado de efeito estético porque, mesmo sendo motivado pelo texto, requer a imaginação e percepção do leitor. A leitura encontra-se no centro das preocupações de Iser (1996), pois é por meio dela que os processos provocados pelos textos podem ser observados.

Na leitura acontece uma elaboração do texto, que se realiza através de um certo uso das faculdades humanas. Desse modo, não podemos captar exclusivamente o efeito nem no texto, nem na conduta do leitor; o texto é um potencial de efeitos que se atualiza no processo da leitura. (ISER, 1996, p. 15).

Os estudos da Estética da Recepção foram primordialmente estudos de teoria literária, da leitura literária e das formas de apropriação de seus leitores, contudo Stierle (2002, p. 122) também se dedicou à leitura pragmática, entendida “[...] como a forma de recepção elementar e comum a todos os textos”. Stierle (2002) avalia que só é possível compreender as formas mais complexas de recepção quando primeiramente entendemos a recepção ingênua, que se automatiza nos contextos cotidianos de ação verbal. Essa recepção elementar, de que algo só é significativo porque se traduz em significado, da leitura pragmática e cotidiana, implica uma redução, pois o caso ideal de que a um significativo corresponda um único significado inexistente nesta situação, já que: “[...] cada significante evoca, de imediato, um horizonte de significados possíveis, dentro do qual se há de descobrir o significado visado” (STIERLE, 2002, p. 123). No quadro referencial de um universo do discurso, o texto recebe um sentido que vai além da

comunicação verbal imediata, e que é compartilhado com outros membros da comunidade social:

É justamente a dimensão que não tem um significado organizado e articulado verbalmente, mas semiótico, que abre ao texto, sobre o espaço recepcional da compreensão ingênua, a inesgotável riqueza de significados. Nenhum texto diz apenas aquilo que desejava dizer. Cada texto sofre a coerção inevitável de produzir uma comunicação suplementar e não prevista. Depende do próprio modo de comunicação em que medida a comunicação suplementar, assim engendrada, se torna eficaz à recepção ou é por ela neutralizada. (STIERLE, 2002, p. 127).

Assim, o sujeito da produção e o sujeito da recepção não estão isolados, mas social e culturalmente mediados, já que a leitura pragmática tem seu funcionamento assentado na mediação entre produtor e receptor, que intervêm como posições de papéis em um campo de ação: “[...] a comunicação pragmática funciona apenas porque o produtor consegue imaginar o papel de receptor e vice-versa” (STIERLE, 2002, p. 128).

Para Bortolin (2010, p. 87), o que a Estética da Recepção traz de mais inovador é “[...] a possibilidade de transformar o receptor no principal foco de investigação, deixando a obra literária de ser um objeto que existia por si só”. E na Biblioteconomia é bem comum se dizer que não adianta os livros estarem organizados nas estantes se o leitor não tem acesso a eles, porém, é preciso ir além, pois não adianta o acesso “[...] se não há a recepção dos textos contidos neles por meio da mediação, seja ela informacional, tecnológica, cultural, literária; utilizando-se dos recursos de comunicação impresso, eletrônico ou oral” (BORTOLIN, 2010, p. 106).

Thompson (2009) ao se dedicar aos estudos de uso, definiu a recepção como o processo que engloba a apropriação, sendo uma atividade rotineira e prática e não passiva, mas um processo em que os indivíduos usam as formas simbólicas para suas próprias finalidades. Além de ser pensada como atividade de rotina, a recepção não pode ser confundida com a aquisição de um meio, pois nem sempre implica uma interpretação: “[...] um livro pode ser comprado e nunca lido”, diz o autor, pois “adquirir é simplesmente tomar posse de, como se adquire outros objetos de consumo: carros, roupas, etc.” (THOMPSON, 2009, p.44). É que o indivíduo deve prestar atenção (ler, olhar, escutar) e interpretar o conteúdo simbólico do meio que exige diferentes graus de atenção. Ao interpretar as formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compreensão que têm de si mesmos, do mundo e dos outros, como um veículo de reflexão e conhecimento, conforme conceitua o autor:

Usarei o termo apropriação para me referir a este extenso processo de conhecimento e de autoconhecimento. Apropriar-se de uma mensagem é apoderar-se de um conteúdo significativo e torná-lo próprio. É assimilar a mensagem e incorporá-la à própria vida – um processo que muitas vezes acontece sem muito esforço, e outras vezes requer deliberada aplicação. É adaptar a mensagem à nossa própria vida e aos contextos e circunstâncias em que a vivemos; contextos e circunstâncias que normalmente são bem diferentes daqueles em que a mensagem foi produzida. (THOMPSON, 2009, p. 45).

Assim, para o autor, a apropriação é um processo que tem como pano de fundo a vida cotidiana e as conjunturas que a envolvem, porque para ser apropriada, qualquer mensagem precisa ser primeiro percebida e compreendida. Também discutindo a noção de apropriação, Carvalho (2010), relaciona o termo ao acesso às informações e uso das tecnologias de informação e comunicação, com a intenção de compreender a inclusão digital no Brasil. Em sua pesquisa, analisou projetos de inclusão digital do governo e revelou o quão frágil é ainda a gestão pública e social desses projetos. Para a autora, o sujeito é o centro do uso informacional, pois é o responsável pela transformação da informação em conhecimento:

O termo apropriação da informação, aqui utilizado, leva em consideração os elementos do processo de transferência de informação, ampliando sua aplicação para o momento em que o usuário passa a apreender a informação, não apenas no momento em que a informação é transmitida ou, como diz Barreto (1999), transferida. Assim, os dois conceitos, de apropriação e transferência de informação, caminham em paralelo, diferindo-se no momento em que o indivíduo toma a decisão de utilizar a informação, ou no momento em que o indivíduo consegue suprir suas necessidades informacionais. Portanto, vale lembrar que a apropriação da informação é o passo seguinte da transferência de informação. Não acreditamos que algo possa ser inserido na mente de alguém, ou nos processos mentais-cognitivos; contudo, nos preocupar com a apropriação da informação é ir além do processo de produção/gestão de uma informação. É olhar sob a ótica do indivíduo, sob suas necessidades. (CARVALHO, 2010, p. 65).

Ao relacionar a apropriação à esfera da transferência de informação, a autora utiliza o modelo clássico da comunicação, advindo da Teoria da Informação: Emissor – Mensagem-Canal – Receptor. No entanto, outra questão que é enfrentada pela perspectiva da mediação é a negação da concepção clássica da comunicação como transferência de informação. Isto porque as mediações dos processos de informação entendem que as realidades sociais investigadas “[...] são constantemente elaboradas por atores e que elas não poderiam existir sem a intervenção deles. Elas podem até desaparecer se as pessoas deixarem de apoiá-las” (JEANNERET, 2009, p. 28).

Além do mais, de acordo com Davallon (2007), a noção de mediação aparece quando há necessidade de descrever uma ação que implica uma transformação da situação ou do dispositivo comunicacional, não sendo uma simples interação entre elementos do processo, ou uma transferência de um elemento de um polo para outro.

Emitirei assim a hipótese de que há recurso à mediação quando há falha ou inadaptação das concepções habituais da comunicação: a comunicação como transferência de informação e a comunicação como interação entre dois sujeitos sociais. Com este recurso, a origem da acção desloca-se do actuante destinador ou dos inter-actantes para um actuante terceiro: há comunicação pela operação do terceiro. (DAVALLON, 2007, p. 10).

E o elemento terceiro está situado como um componente da linguagem, da intersubjetividade e do político; e neste processo, a comunicação se torna um produto da mediação e não o contrário, pois é a mediação que intervém para que a comunicação seja possível.

Almeida Junior (2009) questiona o conceito de transferência de informação por ser inadequado ao se pensar a apropriação, já que indica uma troca ou mudança de um lugar a outro. É porque a informação não é meramente transmitida, mas integrada ao conhecimento, pois o transforma. Daí que o autor utiliza o termo mediação da informação ao lidar com sua recepção, e não transferência.

Outra dificuldade é a de se considerar a apropriação da informação “sob a ótica do indivíduo e suas necessidades” o que pode levar a dedução de que esse processo dependa exclusivamente do sujeito, como a peça central, desconsiderando nossa sociedade desigual em que as relações de saber não são determinadas apenas pela inteligência, competência e necessidades das pessoas.

Carvalho (2010), contudo, amplia o modelo tradicional da comunicação ao inserir a questão da política pública para o contexto da apropriação da informação. Ainda assim, conceituar a apropriação da informação como “[...] ponte entre os dois polos (emissor-receptor)” cujo resultado final é a transformação da informação em conhecimento (CARVALHO, 2010, p. 67), é pensar a noção em um panorama bastante instrumental, pois nem sempre a apropriação se dá de forma consciente e eficaz.

Também, para a autora, a apropriação aconteceria quando o indivíduo “[...] passou a cruzar as informações em suas estruturas mentais e lhe conferiu significado” (CARVALHO, 2010, p. 66). No entanto, o ser humano, como ser de linguagem, está o tempo todo “cruzando informações”, elaborando significados, no que resulta que não há signos seguros no processo

de informação, pois a apropriação sempre envolve uma dimensão consciente e inconsciente, de desejos e conflitos. Daí que, não buscamos o sentido, mas os efeitos de sentido, pois no processo informacional não trabalhamos apenas com o emissor e o receptor, mas com vozes, ecos de outros discursos. Quantas vezes ouvimos uma canção no rádio e horas depois a cantamos sem necessidade alguma?

Thompson (2009) também relaciona a apropriação à questão da transmissão de informação, porém, afirma que nem sempre essa é uma ação consciente de transformação da informação em conhecimento. A apropriação seria parte de um processo de formação pessoal e de autocompreensão nem sempre explícito e reconhecido como tais, pois ao apoderar-se dessas mensagens rotineiras, o indivíduo constrói uma compreensão de si e consciência de quem é e de onde está situado social e historicamente.

À medida que o modelo de Shannon e Weaver foi questionado, era possível perceber que outros temas do processo informacional não estavam contemplados, como a atividade do receptor. A ação de apropriar, como parte da recepção, é tornar algo próprio para um uso ou fim, um tomar para si, e que implica atividade, ainda que inconsciente. Para Almeida Junior (2007, p. 36), a apropriação “[...] pressupõe uma alteração, uma transformação, uma modificação do conhecimento, sendo assim uma ação de produção e não meramente de consumo”.

Hall (1980), no âmbito dos Estudos Culturais, propôs o modelo Codificação/Decodificação para o estudo da recepção, e teorizava que era possível perceber o poder hegemônico dos meios de informação e comunicação mediante o estudo de processos sociais e ideológicos e não da psicologia individual. O estudo interdisciplinar da recepção se justifica porque “[...] as estruturas mentais que dão forma à produção cultural, estão criadas coletivamente e não individualmente” (NIGHTINGALE, 1999, p. 86), desse modo o estudo do público receptor sai da área psicológica e sociológica para celebrar a diversidade das Ciências Sociais. Ao invés de pensar em como a mensagem deve chegar fielmente ao receptor para que ele reaja da maneira esperada, Hall (1980) propõe pensar o processo informacional dentro de uma estrutura de articulação entre distintos momentos:

Produção – Circulação – distribuição/consumo – Reprodução

O propósito da articulação seria o de estudar as forças que entram em jogo na produção da mensagem, buscando a ideologia do discurso e como o emissor consegue convencer o receptor de que está representando o sentido comum, quando na realidade

representa a cultura dominante. Na codificação estava o discurso do investigador e da equipe de produção/autor sobre o meio de informação e comunicação, e na decodificação o modelo propunha que os receptores podem escolher entre três códigos de recepção:

- 1- dominantes: estar de acordo com a mensagem, postura hegemônica-dominante;
- 2- negociada: escolher uma via intermediária, mescla de códigos adaptativos e de oposição;
- 3- oposição: estar em desacordo com a mensagem, o espectador pode entender perfeitamente a inflexão tanto conotativa como literal oferecida por um discurso, mas decodifica a mensagem de um modo contrário.

Na decodificação é preciso ter em conta a situação do receptor, o seu contexto e sua relevância cultural, pois isso geraria a variabilidade de interpretação, o que o antigo modelo de Shannon e Weaver não contemplava, pois havia sido concebido em função da transmissão ótima da mensagem, tratando a não compreensão da mesma devido ao "ruído".

O modelo de Hall (1980) permitiu que a comunicação fosse vista como manifestação cultural, e ao mesmo tempo em que relativiza o poder do emissor na construção do sentido, não chega ao extremo do proposto por teorias da leitura nas quais se admite que é o leitor quem determina a mensagem; qualquer meio de informação e comunicação é considerado como um discurso significativo, da produção, do emissor, e de suas condições de realização, e que independe de um receptor para existir, mas que necessita ser apropriado pelo público para converter em real o texto na vida cotidiana (NIGHTINGALE, 1999).

Hall na Europa e Martín-Barbero na América Latina e Caribe, pensam a comunicação e a informação a partir de um viés cultural, considerando as diferenças na interpretação de uma mensagem, de sua recepção e apropriação em relação ao sentido atribuído pelos emissores e pelos receptores.

E a apropriação da informação, que é um tornar próprio, se faz, preferencialmente através da leitura, de forma ampla, que não está limitada a palavra escrita, mas uma leitura que envolve interpretação dos mais variados meios.

Resta ainda dizer que falar em apropriação da informação sem falar da leitura é uma tarefa incompleta. Afirmo com muita segurança e convicção que apenas a prática das múltiplas leituras, de preferência realizada em sua verticalidade, possibilita ao indivíduo a apropriação da informação. (BORTOLIN, 2010, p. 123).

A maneira de se apropriar da informação é pela leitura desses meios, ou seja, a informação está na mediação sujeito e objeto, e melhor ainda, sujeito a sujeito, pois os documentos não são neutros, já que alguém os fez. A informação “[...] só pode se realizar, se fazer presente, se concretizar, com base e fazendo uso da leitura. Sem ela todas as ações realizadas nos espaços informacionais são inúteis e desprovidas de sentido, pois a informação deixa de ser apropriada” (ALMEIDA JUNIOR, 2007, p. 34).

Numa aproximação entre informação, mediação e leitura, segue-se a abordagem que assumimos: a do estudo de um sujeito leitor, e que por isso, é uma pesquisa que se interessa em estudar sua prática de informação e leitura cotidiana.

A informação, para ser apropriada, depende da leitura, dos leitores e suas práticas intermediando a construção do conhecimento. Ao refletir sobre as práticas de informação e leitura, precisamos levar em conta a questão tecnológica, que se apresenta cada vez mais como uma possibilidade de ampliação das formas de ler, que abrange agora as telas eletrônicas, como defende Santaella (2007), porém, a historicidade dos meios, seu uso e construção social, vêm sendo ignorados diante do discurso do ciberespaço e de tecnologias inteligentes (MATTELART, 2006).

A historicidade dos meios de informação e comunicação não pode ser esquecida quando se empreende uma pesquisa sobre práticas de informação e leitura, pois em cada situação social, econômica, histórica e geográfica existem diversos modos de apropriação dos meios (MATTELART, 2006).

E a mediação é um recurso de investigação em CI que possibilita analisar objetos comunicacionais que são ao mesmo tempo, dispositivos técnicos, sociais e significantes (DAVALLON, 2007).

A mediação é entendida como um amplo confronto de todos os atores no processo de recepção: os meios, os receptores, as comunidades, os movimentos sociais, etc. Cada um dos atores tem sua própria lógica e da interação entre essas lógicas se constrói o significado das mensagens. As mediações são, portanto, rituais de negociação de significados que formam a base da cultura. (RUÓTOLO, 1998, p. 157).

Nesta perspectiva, a informação nunca é simplesmente transmitida, pois os meios de informação e comunicação são parte de práticas sociais de informação e leitura, que buscam tornar possível a comunicação na sociedade, sendo um espaço em que os significados são construídos ou transformados.

As mais diversas práticas de informação e leitura precisam ser vistas como possíveis de serem trabalhadas, pois fazem parte do processo de instauração de sentidos, em que o sujeito leitor tem suas especificidades e sua história. Tanto o sujeito quanto o sentido são determinados historicamente e ideologicamente, pois há múltiplas e variadas práticas de leitura. A vida intelectual está assim, “[...] intimamente relacionada aos modos e efeitos de leitura de cada época e segmento social” (ORLANDI, 2008, p. 8). Assim, no próximo capítulo abordamos as práticas de informação e leitura em seus aspectos sociais.

### **3 PRÁTICAS DE INFORMAÇÃO E LEITURA: O SUJEITO LEITOR NA SOCIEDADE ATUAL**

De forma ampla, a leitura pode ser compreendida como uma atribuição de sentidos. Desse modo, pode ser utilizada tanto para a escrita como para a oralidade, pois existe a possibilidade de leitura frente a qualquer forma simbólica. Na chamada Sociedade da Informação, precisamos da leitura para acessar as informações do nosso cotidiano, seja na rua, olhando muros, outdoors e cartazes, nas placas, nos impressos publicitários, no jornal, na televisão e internet. E também para ler uma revista em casa ou na sala de espera do consultório do dentista, um livro na biblioteca, uma bula de remédio ou uma receita médica, um email, esse conhecimento é importante não apenas para o mundo do trabalho, mas para a vida de cada um. Assim, a leitura é uma prática social que ocorre nos mais diversos lugares e em que é preciso atribuir sentidos à informação com a qual se interage.

No contexto da Sociedade da Informação ou do Conhecimento, ou ainda, o da Sociedade em Rede (CASTELLS, 2008), muitas questões esperam por respostas: essa sociedade é uma realidade? Para quem é a Sociedade da Informação e do Conhecimento? Existem temas como analfabetismo e exclusão social, envolvimento político, social, econômico e cultural que afetam e dificultam a Sociedade da Informação. Para Demo (2000), não é possível utilizar o termo Sociedade da Informação e do Conhecimento de modo global, pois ainda não há clareza de que essa é uma sociedade para todos. Essas questões estão estreitamente relacionadas às práticas de informação e leitura da sociedade, em que fatores como renda, escolaridade, políticas públicas, acesso a materiais de leitura, comprometem a formação de leitores.

Ainda que o capitalismo passe por mudanças no início do Século XXI, e que podemos considerar que vivemos em sua nova fase, em que o trabalho e o capital estejam relacionados à informação e ao conhecimento como recursos das pessoas e organizações, não significa que estamos vivendo em uma sociedade radicalmente nova, chamada de “Sociedade do Conhecimento” (DUARTE, 2008).

Embora acompanhem os avanços tecnológicos e os efeitos que podem ser sentidos no dia a dia de muitas pessoas, as desigualdades econômicas, culturais e sociais persistem. E apesar do avanço da internet e de novos meios, as práticas de informação e leitura continuam bastante ligadas ao impresso. Chartier (2002) relembra que a longa história da leitura mostra que as mudanças das práticas do ato de ler são mais lentas do que as inovações técnicas, e ocorrem em defasagem em relação a elas, citando que a invenção da imprensa não trouxe

imediatamente uma nova forma de leitura. E que o códex, em seu início, era apenas a transposição do texto contido no antigo rolo, portanto, as telas do computador ainda trazem textos, mesmo que não somente, e diante de um novo meio, o seu conteúdo provém daquele que o antecedeu, o que leva o autor a questionar:

Devemos pensar que nos encontramos às vésperas de uma semelhante mutação e que o livro eletrônico irá substituir ou já está substituindo o códex impresso, tal como o conhecemos em suas diversas formas: livro, revista, jornal? Talvez. Porém, o mais provável, para as próximas décadas é a coexistência, que não será forçosamente pacífica, entre as duas formas do livro e dos três modos de inscrição e de comunicação dos textos: a escrita manuscrita, a publicação impressa, a textualidade eletrônica. Essa hipótese é certamente mais sensata do que as lamentações sobre a irremediável perda da cultura escrita ou os entusiasmos sem prudência que anunciavam a entrada imediata numa nova era da comunicação. (CHARTIER, 2002, p. 107).

Assim posto, nesta seção assumimos, que as práticas de informação e leitura demonstram que o uso dos meios de informação e comunicação nem sempre acompanham as inovações tecnológicas, pois está relacionado ao contexto histórico e social. Inserido nas práticas de informação e leitura, o uso implica uma dimensão social e cultural, mas também uma relação com o objeto (BÉGUIN-VERBRUGGE, 2009) que se trata de elemento fundamental quando se pensa na constituição do processo estabelecido entre as pessoas e os materiais de leitura.

A CI, sendo uma mediadora da informação e sua representação na sociedade, preocupa-se com o lado humano dessas práticas de leitura e informação, considerando os agentes envolvidos no processo de informar e de serem informados nos mais variados contextos sociais.

### 3.1 Leitura e mediação: a leitura como prática social

A leitura exprime a relação dos textos com a cultura de um período determinado, e é uma prática que envolve o mundo retratado pelo autor e o grupo de leitores, enunciando uma cultura vivida (JOUVE, 2002). A leitura é experiência concreta, que comporta práticas, saberes, leitores, sujeitos na vida cotidiana, e também informações que descrevem essa experiência. A vida cotidiana é a vida que todos vivem, sem exceção, é a vida de todos nós. Sendo a vida do homem inteiro, com todos os aspectos da sua individualidade e personalidade, coloca em funcionamento os seus sentidos, capacidades intelectuais e

habilidades, sentimentos, paixões, ideias e ideologias. E como toda capacidade está em funcionamento na vida cotidiana, isto significa que nenhuma delas se realiza com toda sua intensidade (HELLER, 2008).

Independente de sua definição, Almeida Junior (2007) defende que a leitura deve ter seu espaço de análise, pesquisa e preocupação dentro da CI, pois é prática ampla o suficiente para abarcar os mais diversos tipos de meios de informação e comunicação. Cada definição sobre leitura opera em diferentes níveis da capacidade ou da atividade leitora. Existem diversas abordagens e corre-se o risco de estudar a leitura de forma muito vasta ou muito restrita.

Escolhemos, portanto, delimitar nossa análise selecionando noções de leitura presentes em pesquisas e na literatura sobre o tema, nas quais seja possível levantar questões que possibilitem compreendê-la como uma prática, um fazer, uma ação de transformação e apropriação de discursos datados situados na cultura, a fim de relacionar esses conceitos à área de CI<sup>15</sup>. Para tanto, selecionamos as reflexões de Freire (1999; 2006); Orlandi (2008); Silva (2002); Nunes (1999; 2003) e Almeida Junior (2007; 2010).

Leitura também pode significar concepção, e é dessa forma que é utilizada quando se diz leitura de mundo, numa relação com a ideologia. Num movimento que vai da leitura do mundo à leitura da palavra e da palavra retorna ao mundo, está presente uma forma de ler e reescrever a realidade, o que para Freire (2006), equivale a transformá-la através de uma prática consciente. A leitura de mundo nos ensina que não existe uma moldura, com textos com início, meio e fim, pois a leitura da palavra depende daquela, já que os textos nunca são lidos isoladamente. Freire (1999) ao se debruçar sobre a leitura, também descrevia o seu percurso como leitor:

[...] eu critico o que costumo chamar de “compreensão mágica da palavra escrita” e que se expressa através de atitudes nossas, intelectuais, diante de livros, de textos: de textos pra ler e de textos pra escrever. Por exemplo, o aspecto mágico da palavra que se expressa na leitura quantitativa: quanto mais livro eu compro, quanto mais livro eu olho, quanto mais livro eu penso que estou lendo, tanto mais eu estou sabendo [...] Eu gostaria de dizer que quando eu faço essa crítica, ela é muito mais uma advertência a mim também, mas essa crítica não significa de maneira nenhuma, que haja nela uma espécie de fuga da seriedade. Não, eu acho que tanto os estudantes quanto nós os professores temos de ler mesmo: temos de ler seriamente, mas LER, isto é, temos de nos adentrar nos textos, compreendendo-os na sua relação dialética com os seus contextos e o *nosso* contexto[...] eu falava, por

<sup>15</sup> Apesar de citadas, não aprofundaremos as abordagens de leitura referentes à didática, à alfabetização, ao ensino e ao letramento, e nem às capacidades do leitor em que se investiga o funcionamento cognitivo durante o processo de compreensão da língua escrita. Para uma compreensão do letramento e dos aspectos cognitivos da leitura, ver Kleiman (2004). Apenas comentamos como a concepção de leitura de determinada instituição pode influenciar a imagem do leitor suposto.

exemplo, em alguns desses momentos de minha experiência em que a importância da leitura veio afirmando-se ou constituindo-se em mim, mas de uma leitura que encaro como um trabalho sério, penoso, às vezes [...] É engraçado... eu não leio para formar-me, eu me formo *também* lendo, entende? É essa a posição. Mas, por outro lado, eu não cerro as portas na leitura da palavra porque eu acho que ela não se dá, em termos profundos, sem a leitura do mundo. (FREIRE, 1999, p. 20-21).

A leitura para o autor relaciona o texto e o contexto, o que envolve o tipo de texto a ser lido, o seu procedimento de leitura, se constituindo num trabalho exigente, pois ler é formar-se. E essa leitura nunca se dá de forma isolada, pois é sempre dependente do mundo, da história. Se a leitura é prática social, é, portanto, histórica.

Em sua proposta, o autor visava principalmente à questão da alfabetização e voltou-se, preferencialmente, a palavra escrita, mas também relacionou a leitura aos meios de informação e comunicação:

Pra mim, de novo, o problema não é quantitativo [...] mas é saber exatamente o que é que eu fui capaz de fazer em termos de leitura do real, do concreto... compreensão da história, mesmo quando não há palavra nenhuma. Como é que sou capaz de entender o fato citado ali, através da notícia da televisão, do rádio etc... através do programa de humor, da propaganda comercial e não exclusivamente através do livro. (FREIRE, 1999, p. 24).

O autor visava a uma compreensão crítica do ato de ler, sem mecanicismos: “[...] eu vou ao texto carinhosamente... Em segundo lugar, de modo geral, simbolicamente, busco a convivência com o texto” (FREIRE, 1999, p. 26).

Desse modo, para o educador, existe uma concepção libertária da leitura, de assumir o que se entendeu ou não quando se leu, porque assume que ler é reescrever, uma leitura que é atividade, trabalho, e relaciona as pessoas e o mundo à sua volta.

A leitura também pode estar relacionada à alfabetização e a aprendizagem formal e ainda, no sentido acadêmico, pode significar a construção de um aparato teórico e metodológico para se aproximar de um texto, a leitura de determinado autor, as leituras de outro. Sendo um conceito polissêmico, a leitura é “[...] uma questão linguística, pedagógica e social” ao mesmo tempo, pois apesar de cada especialista privilegiar uma perspectiva, a crítica está em não absolutizar esse ponto de vista (ORLANDI, 2008, p. 35).

A leitura pode ser concebida como uma mediação entre produtores e leitores em momentos e situações históricas particulares. Lembrando que a mediação é compreendida como um amplo confronto de todos os sujeitos no processo de recepção (RUÓTOLO, 1998),

é imprescindível lembrar que a leitura apenas medeia às relações que devem existir entre as pessoas:

Sendo um tipo específico de comunicação, a leitura é uma forma de encontro entre o homem e a realidade sócio-cultural; o livro (ou qualquer outro tipo de material escrito) é sempre uma emersão do homem do processo histórico, é sempre a encarnação de uma intencionalidade e, por isso mesmo, “sempre reflete o humano”. (SILVA, 2002, p. 41).

A leitura é mediação por ser uma relação que envolve a ideia de constituir-se na relação com o outro e com os materiais de leitura. Para Almeida Junior (2007), é somente através da leitura que nos apropriamos da informação, pois se o documento permite a comunicação da informação, é pela leitura que sua linguagem será decifrada. Assim, a leitura é uma prática que só se dá no processo de mediação, que vai da comunicação via documento até a transformação do conhecimento de uma pessoa, pela apropriação da informação. Na leitura, deve-se considerar o conteúdo que o autor pretende veicular, a linguagem e característica do documento, a questão individual, porque é atribuição de sentidos que mobiliza o acervo de conhecimentos de cada um, mas também a prática coletiva, pois relaciona o leitor ao mundo e à história: “[...] a leitura exige trabalho, ela não ocorre sozinha, ela não se dá por si mesma” (ALMEIDA JUNIOR, 2007, p. 43).

Ainda, Almeida Junior (2010) defende que a leitura existe a partir da mediação, como um processo infinito que nos transforma em pessoas, sujeitos do mundo. Definir um conceito de leitura significa envolver suas práticas, os seus aspectos políticos, técnicos, sua influência no imaginário, a alteração do conhecimento, os variados meios que permitem a expressão humana e de modo especial, enfatizar que a apropriação da informação só se consolida por meio da leitura.

A questão da leitura compreende não apenas um sujeito e um objeto, mas uma situação social, as circunstâncias em que esses estão envolvidos, constituindo-se em uma prática. A prática de leitura compreende o sujeito leitor e as condições sócio históricas em que este vive, envolve o tratamento dos textos, suas técnicas e a situação econômica e política, levando também a uma análise da circulação dos textos e de aspectos institucionais (NUNES, 1994).

A prática de leitura é histórica, na qual emergem distintas realidades sociais, de classe, de etnia, gênero, em que surgem os conflitos, privilégios, carências na distribuição dos bens culturais (ZANETTI, 2005). Também é uma noção material, pois pressupõe sempre a relação assimétrica entre os textos, sendo intencionais e situados na cultura, e os usos empíricos deles, segundo diversos fins (HANSEN, 2005).

As práticas de informação e leitura são as ações nas quais se apropriando da informação, o leitor estabelece uma relação com o texto e o contexto, na qual se constitui não somente um sujeito leitor e um sentido, mas outros sujeitos, como o autor e outros possíveis leitores, a ideologia e a cultura de seus participantes. Compreendemos, portanto, a prática de leitura como uma mediação entre produtores e leitores situados na cultura, sendo relacional e segmentada, já que se refere a determinados grupos sociais em um contexto específico. Sendo prática social, a leitura implica materialidade (história), formatos diversos e usos diferenciados que são feitos dos textos, além da situação social e histórica, as instituições, a circulação, o acesso e o uso dos meios e a apropriação da informação. Daí que é preciso pensar quem lê, o que se lê, quando e como se lê e em qual contexto, porque a leitura é ao mesmo tempo um efeito e uma produção de sentidos por um sujeito leitor.

Há muitas maneiras de se estudar as práticas de informação e leitura, seja de forma coletiva pela análise de dados sobre alfabetização em determinada sociedade, pela interpelação direta do leitor em enquetes sociológicas, pelos registros de locação e acesso aos materiais de leitura em bibliotecas, pelos dados de circulação e venda desses materiais, as listas dos “*Best Sellers*”; seja de modo individual, pelo estudo dos registros dos leitores em diários, cartas ou outros escritos, entrevistas pessoais para saber o que leem, ou pesquisa em documentos como inventários e livros de contas, em que se relaciona a posse de objetos e seu uso, como fazem os historiadores da leitura.

Hoje em dia, para analisar essa prática, uma possibilidade é a de investigar fontes secundárias como os dados quantitativos e qualitativos elaborados por entidades que atuam no setor relacionado à leitura. A transmissão de dados via internet, agora disponíveis, proporciona um maior acesso à informação e com isso, mais oportunidades para a análise de dados secundários sobre a leitura. No entanto, para utilizar esses dados, os mesmos precisam ser considerados em seus pontos fortes e fracos. Um dado estatístico não é apenas um fato, mas uma construção social e política que pode ser baseada nos interesses de quem os encomendou, daí a necessidade de entender como os dados foram construídos e com qual propósito (MAY, 2004). As estatísticas permitem cartografar certas tendências e têm de fato sua utilização, desde que se esteja ciente de seus limites.

Nesta seção, buscamos dados direcionados às práticas de leitura e informação no país, que permitam um mapeamento da imagem do sujeito leitor na sociedade atual, que com certeza, não é tarefa fácil, pois muitos desses dados estão dispersos e desorganizados, e até mesmo, desatualizados. Outros têm melhor organização, e em todos buscamos temáticas referentes à imagem que essas instituições têm do leitor atual e suas práticas de informação e

leitura, que abrange a gestão, circulação, acesso e uso dos materiais de leitura, tentando compreender a seguinte questão: qual é a imagem do leitor pressuposto para as instituições que se ocupam da leitura na atualidade?

Destacamos os dados produzidos pelas seguintes instituições: *Programme for International Student Assessment* (PISA), Indicador de Alfabetismo Funcional (INAF), Associação Mundial de Jornais (WAN), Associação Nacional de Jornais (ANJ) e Instituto Pró-livro (IPL).

### 3.2 Práticas de leitura

Em relação às práticas, a gestão é tema relevante na atuação de institutos e organizações que compreendem a leitura como um meio de desenvolvimento e de capacidade de acessar e processar informações. Na gestão dessa área, cabe aos governos estabelecer políticas públicas e aos institutos desenvolver pesquisas que obedecem a demandas para se conhecer o usuário ou o leitor. Envolve a questão política e econômica, educacional, as habilidades requeridas para acessar a informação, da competência em informação e da leitura como hábito.

#### 3.2.1 Política

As políticas públicas existem para que o governo, por meio de sua gestão, administre seu orçamento e destine recursos à população, com vistas à equidade social. São a expressão e prática da instituição social denominada Estado e buscam oferecer melhor condição de vida em diferentes áreas que dignificam a vida humana.

É da união do governo com a sociedade civil organizada que surgem as políticas públicas planejadas para a orientação e o uso dos recursos públicos, da atuação governamental e da sociedade em áreas específicas, e das formas de prestar esses serviços à população.

Na questão política percebemos como as instituições concebem a prática de leitura, produzindo significados e projetando o indivíduo que se constitui como leitor quando lê. E a política refere-se também a observação do modo como as instituições legitimam (ou não) o lugar do leitor, construindo imagens sobre ele e sua prática de leitura. Para a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2010), as políticas públicas devem permitir aos cidadãos aproveitar a economia mundial globalizada, melhorando suas políticas

de educação e promovendo as competências básicas para participação no desenvolvimento social e político.

No Brasil, a partir do Plano Nacional do Livro e da Leitura (PNLL)<sup>16</sup> - lançado pelo governo federal em 2006, dão-se os primeiros passos para que a leitura possa ser reconhecida como política pública de Estado. Nota-se que este plano é de apenas alguns anos atrás, demonstrando uma ausência de visibilidade política da questão da leitura em nossa sociedade por muito tempo. A educação e cultura são critérios prioritários, capazes de definir o grau de desenvolvimento socioeconômico de uma nação. No documento, a leitura é destacada como “[...] um componente do que chamamos cidadania e um componente do que chamamos desenvolvimento” (BRASIL, 2010).

Assim, a leitura é assumida como um meio para que as pessoas desenvolvam seu potencial e capacidade de expressão, construindo conhecimento – tanto individual quanto coletivo. No PNLL, a noção de leitura é estreitamente relacionada à competência em informação e ao aprendizado ao longo da vida, conceituado como “[...] direito humano básico em um mundo digital, necessário para promover o desenvolvimento, a prosperidade e a liberdade – no âmbito individual e coletivo – e para criar condições plenas de inclusão social” (BRASIL, 2010).

A competência em informação, *information literacy*, no âmbito da CI, é relacionada ao ensino e aprendizagem, às habilidades específicas à compreensão da informação e sua amplitude, em busca da geração do conhecimento e de seu uso cotidiano pelas pessoas e comunidades ao longo da vida (BELLUZZO, 2008).

No documento, o desafio da promoção da leitura é assumido como dever do Ministério da Cultura e da Educação (MinC) aliado aos sistemas de ensino e universidades. E argumenta que no Século XX o Brasil passou de um estágio de cultura oral para a cultura do audiovisual sem que houvesse a mediação dos livros de modo relevante. Agora, segundo o PNLL, o país chega ao século XXI com déficit em relação a práticas de leitura.

No PNLL (BRASIL, 2010), um dos objetivos principais é o de formar leitores para que na “Sociedade da Informação e do Conhecimento”, esses possam exercer seus direitos, participar da sociedade fortalecendo seus valores e ter acesso as mais variadas formas do conhecimento e à herança cultural da humanidade. Assim, o PNLL delinea a imagem de um leitor flexível, independente e capaz de realizar uma leitura em multimeios, que lhe possibilite participar ativamente da sociedade.

---

<sup>16</sup> Disponível em: <<http://www.pnll.gov.br/>>. Acesso em: 20 dez. 2012.

Esta dimensão da leitura que envolve a questão da política pública é de suma importância para que a responsabilidade sobre o informar-se e ser informado pela leitura não recaia apenas sobre o indivíduo, que é sujeito transformador, mas também envolto numa realidade sociocultural e histórica. Os seres humanos transformam o mundo de acordo com finalidades a que se propõem, mas envolvidos numa situação sociohistórica independente de sua consciência: “[...] as circunstâncias fazem os homens tanto quanto os homens fazem as circunstâncias” (MARX; ENGELS, 2009, p. 59). Ao enfatizar apenas o âmbito individual, sem questionar as instituições, podemos correr o risco de considerar o indivíduo como gestor de si mesmo, totalmente responsável pelo seu conhecimento e sucesso na sociedade, esquecendo-nos que a autonomia é uma opção conformada à cultura na qual nos situamos.

### 3.2.2 Abordagens

Abordar a leitura como competência tem sido a estratégia utilizada principalmente por órgãos governamentais e institutos de pesquisa. A mais famosa delas é o *Programme for International Student Assessment* - Programa Internacional de Avaliação de Alunos (PISA) - um exame internacional aplicado a cada três anos e que afere as habilidades de alunos em 65 países. A realização da prova é de responsabilidade da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), clube das nações mais ricas do planeta. Em 2009, a ênfase foi para a área de Leitura, o que significa que na prova houve mais questões dessa área em relação às outras, Matemática e Ciências<sup>17</sup> (OCDE, 2010).

O PISA (2009) define a leitura como compreensão, utilização, reflexão e envolvimento com textos escritos, e não apenas como decodificação e entendimento literal de informações, e usa a expressão letramento, *reading literacy*, que mostra as habilidades e competências em causa, a fim de alcançar os próprios objetivos, para desenvolver um conhecimento e potencial para participar na sociedade.

A leitura para o PISA, envolve uma complexidade de variáveis em jogo, é sinônimo de alfabetização, e inclui um amplo conjunto de competências cognitivas, de decodificação básica, para o conhecimento das palavras, gramática e linguística, estrutura textual e recursos para o conhecimento sobre o mundo. Apresenta, portanto, um conceito de leitura relacionado à cultura letrada e à competência em informação para poder aplicar esse conhecimento adquirido. Também inclui competências metacognitivas, como a consciência e a capacidade de usar uma variedade de estratégias adequadas ao processamento de textos (OCDE, 2010).

---

<sup>17</sup> Em 2012 a ênfase é em Matemática e em 2015 em Ciências.

O objetivo do PISA é avaliar a capacidade dos jovens de 15 anos de entender textos, acessar e recuperar informações que podem estar ou não implícitas, relacionar dados do texto, integrar e interpretar o que se lê, assim como relacionar o que está escrito com informações externas à prova, como o conhecimento prévio sobre o tema tratado, de modo a atender objetivos da leitura e desenvolver o seu conhecimento para uma inserção social participativa. O formato dos textos da prova é de caráter contínuo como textos informativos e ficcionais, mas também exige a leitura de textos não contínuos como mapas e listas, além de trazer textos múltiplos (textos reunidos para comparação). O exame apresenta segundo a OCDE (2010), de certo modo, a variedade de textos presentes na vida cotidiana, e conseqüentemente, o contato constante com os mais diversos meios de informação e comunicação como livros, jornais, revistas, enciclopédias, pode auxiliar o entendimento global do texto. Enfatiza portanto, o uso da leitura em diferentes meios e práticas sociais.

A competência do leitor é evocada para identificar variações e evitar erros de interpretação. Das estruturas simples às complexas, o que auxilia a leitura é o processo de antecipação e simplificação. Na leitura, há o reconhecimento de uma intenção, uma hipótese que o leitor antecipa sobre o conteúdo e a sequência de uma narrativa. Já na simplificação, o que entra em cena é a necessidade de entender o que é inerente à leitura. O que auxilia esses processos são os roteiros comuns da vida cotidiana e que são amplamente compartilhados pelos membros de uma cultura: aquilo que permite as pessoas entenderem-se umas as outras, como pessoas que têm certas necessidades e que vivem num mundo em que existem certas regras. A antecipação e simplificação são, portanto, construções de hipóteses que serão ou não validadas, sendo a leitura uma atividade não só de competência, mas de previsão (JOUVE, 2002).

A OCDE constrói a imagem de um leitor competente, que é aquele quem se apropriou das diversas estratégias e procedimentos de leitura nas diferentes práticas sociais de que participa e que tem contato com os mais variados materiais de leitura. O relatório aponta progressos de países como o Brasil, Chile, México e Turquia, que, partindo de níveis básicos de rendimento, obtiveram melhoras significativas. Porém, o Brasil ocupa a 53ª posição no ranking geral dentre os 65 países avaliados. A média brasileira subiu 9% desde a primeira edição, no ano 2000, mas ainda situada nas últimas posições da lista. Os alunos brasileiros tiveram rendimento inferior em comparação a alunos de outros países da América Latina, como Chile (44º), Uruguai (47º) e Colômbia (52º). Porém, os brasileiros ficaram à frente dos argentinos (58º) e peruanos (63º). Numa escala de 0 a 5, a média brasileira está situada no nível 1 A, em que os estudantes conseguem localizar trechos de informação explícita,

reconhecendo sua ideia principal e conexão com experiência cotidiana. Esta é a competência máxima de leitura da maioria dos pesquisados em países como Perú, Quatar, Azerbaijão, Albânia, Panamá e Kazaquistão (OCDE, 2010).

A OCDE (2010) também destaca a estreita interrelação entre o desempenho do aluno e o grau de escolaridade de seus pais, afirmando que os países onde os adultos possuem alto grau de escolaridade estão em vantagem sobre os países onde os pais têm menos instrução.

Todavia, a pesquisa, apesar de ampla e de apontar os fatores complexos envolvidos no ensino da leitura, não avalia as instituições responsáveis, apenas o procedimento dos indivíduos, no caso, os alunos, é avaliado. Contudo, o PISA levanta questionamentos quanto ao entorno social dos alunos, a renda, a valorização da educação e de seus profissionais em cada país e tem o objetivo “[...] de inspirar os esforços nacionais para ajudar os alunos a compreender melhor, os professores a ensinar melhor e os sistemas escolares a serem mais eficientes”<sup>18</sup> (OCDE, 2010, p. 04).

Com um conceito de leitura bastante próximo ao do PISA, o Instituto Paulo Montenegro desenvolve pesquisas para alcance do Indicador de Alfabetismo Funcional (INAF)<sup>19</sup>. A leitura no âmbito do levantamento do INAF é relacionada à capacidade de acessar e processar informações escritas como ferramenta para enfrentar as demandas cotidianas (INSTITUTO PAULO MONTENEGRO, 2011).

Desde 2001, o INAF mede os níveis de alfabetismo funcional da população brasileira adulta e tem como objetivo principal oferecer informações qualificadas sobre as habilidades e práticas de leitura, escrita e matemática dos brasileiros. O INAF é baseado em entrevistas e testes cognitivos aplicados em uma amostra nacional de 2.000 brasileiros de 15 a 64 anos de idade de todas as regiões do país. Os resultados do INAF mapeiam uma população ativa, que integra a força de trabalho do país numa sociedade letrada.

Os itens referentes ao alfabetismo são compostos por leitura de textos do cotidiano, de caráter notadamente informativo (bilhetes, notícias, mapas, tabelas, anúncios). No relatório

---

<sup>18</sup> No original: “[...] the greatest value of PISA lies in inspiring national efforts to help students to learn better, teachers to teach better and school systems to become more effective”.

<sup>19</sup> O INAF foi criado e implementado pelo Instituto Paulo Montenegro e a ONG Ação Educativa, e executado pelo Ibope Inteligência. Disponível em: <[http://www.ipm.org.br/download/informe\\_resultados\\_inaf2011\\_versao%20final\\_12072012b.pdf](http://www.ipm.org.br/download/informe_resultados_inaf2011_versao%20final_12072012b.pdf)>. Acesso em: 20 dez. 2012.

INAF - 2011, foram definidos quatro níveis de alfabetismo, nos quais a população brasileira foi classificada:

- Analfabetismo: incapacidade de realizar tarefas simples que envolvem a leitura de palavras ou frases (ainda que a pessoa consiga ler números que lhe são familiares).
- Alfabetismo rudimentar: capacidade de localizar uma informação explícita em textos curtos, ler e escrever números usuais e realizar operações simples, como realizar um pagamento em dinheiro, usar a fita métrica.
- Alfabetismo básico: capacidade para ler e compreender textos médios, e realizar operações matemáticas de média complexidade.
- Alfabetismo pleno: sem restrições para compreender e interpretar textos longos, realizar comparações, inferências e sínteses. Resolvem e interpretam problemas matemáticos complexos, interpretam tabelas, mapas e gráficos.

**Quadro 1** - Evolução dos níveis de alfabetismo: leitura e escrita

Níveis	2001- 2002	2002- 2003	2003- 2004	2004- 2005	2007	2009	2011
<b>Bases</b>	2000	2000	2001	2002	2002	2002	2002
Analfabeto	12%	13%	12%	11%	9%	7%	6%
Rudimentar	27%	26%	26%	26%	25%	20%	21%
Básico	34%	36%	37%	38%	38%	46%	47%
Pleno	26%	25%	25%	26%	28%	27%	26%

**Fonte:** INAF Brasil – 2001 a 2011 (2011)

Notamos que a proporção de analfabetos absolutos vem caindo ao longo dos anos, e foi reduzido à metade no período, indo de 12% em 2001-02 para 6% no último levantamento (a população brasileira, de acordo com o censo 2010, já ultrapassa 190 milhões de habitantes<sup>20</sup>, portanto o total de analfabetos chega a mais de 10 milhões de habitantes<sup>21</sup>).

<sup>20</sup> De acordo com a “Sinopse do Censo Demográfico 2010”, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil tem 190.755.799 habitantes. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1866&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1866&id_pagina=1)>. Acesso em: 19 dez. 2012.

<sup>21</sup> A taxa de analfabetismo caiu 1,8% de 2004 a 2009, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) entre as pessoas de 15 anos ou mais de idade. Apesar disso, a taxa foi de 9,7% da população nesta faixa etária, um total de 14,1 milhões de pessoas, contra 11,5% em 2004. Em 2008, a taxa foi de 10%. A meta do Brasil, definida em um acordo estabelecido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), é chegar à taxa de 6,7% de analfabetismo em 2015. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1708](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1708)>. Acesso em: 19 dez. 2012.

Diminuição também observada no nível rudimentar de alfabetismo, e aumento no nível básico, em crescimento notável. Aproximadamente metade dos brasileiros, 47%, foi classificada no nível básico de alfabetismo. Estes conseguem ler um texto curto, localizando uma informação explícita ou que exija uma pequena inferência. A maioria da população está situada nesse nível, que apresenta crescimento contínuo, sendo considerada funcionalmente alfabetizada a pessoa que possui facilidade para localizar informações, mas com limitações para realizar operações que envolvam maior número de elementos, etapas ou relações. O nível pleno, no entanto, não tem apresentado tendência de melhora, oscilando por volta de ¼ da população, 26%, número que tem se mostrado estável desde 2001-2002. Isso significa que na primeira década do Século XXI apenas um em cada quatro jovens e adultos no país consegue compreender completamente as informações de um texto e relacionar com outros dados (INSTITUTO..., 2011). Em síntese, podemos agrupar os analfabetos absolutos e os alfabetizados em nível rudimentar como analfabetos funcionais, e como alfabetizados funcionalmente os indivíduos classificados nos níveis básico e pleno, tem-se que:

**Quadro 2** - Evolução do indicador de alfabetismo

INAF	2001- 2002	2002- 2003	2003- 2004	2004- 2005	2007	2009	2011
Analfabetos							
Funcionais	39%	39%	38%	37%	34%	27%	27%
Alfabetizados funcionalmente	61%	61%	62%	63%	66%	73%	73%

Fonte: INAF (2011)

A população brasileira alfabetizada gira em torno de 73%, com 27% da população sendo considerada analfabeta funcional. E nós sabemos a importância da escola para promover a melhora nesses índices, porque 95% dos brasileiros que nunca foram à escola ou não completaram a primeira série são analfabetos funcionais.

No entanto, a conclusão das etapas de ensino nem sempre garante maior inserção na cultura letrada: 8% dos brasileiros de 15 a 64 anos que frequentaram até a 4ª série são analfabetos absolutos, apesar de terem cursado alguns anos do Ensino Fundamental. Dos que completaram todo o ciclo do Ensino Fundamental, apenas 15% são considerados plenamente alfabetizados, a maioria, 59%, está no nível básico e 25% permanecem no nível rudimentar (INSTITUTO..., 2011).

Os dados do INAF mostram que pouco mais de ¼ da população brasileira está apto a ser um leitor pleno de informações impressas. Em números inteiros, mais de 50 milhões de brasileiros não são plenamente alfabetizados.

Diante de números tão impactantes em nossa sociedade, composta de classes com interesses divergentes, a leitura se torna questão de privilégio e não de direito de toda a população. Vive-se a ilusão de que o conhecimento nunca esteve tão acessível e que há uma democratização do mesmo pelos meios de informação e comunicação, pela internet, desviando, muitas vezes a questão do seu caráter social e político para se tornar um problema do indivíduo, que deve ser o agente de seu próprio conhecimento.

Duarte (2008) é crítico em relação a posicionamentos que situam o conhecimento à pedagogia das competências ou do “aprender a aprender”. Para o autor, o que essas abordagens pregam é uma adaptação para aprender a aprender e reaprender, com a maximização das competências do estudante/trabalhador, sendo o conhecimento visto como uma arma na competição por postos de trabalho e na luta contra o desemprego.

O aprender a aprender aparece assim na sua forma mais crua, mostrando seu verdadeiro núcleo fundamental: trata-se de um lema que sintetiza uma concepção educacional voltada para a formação, nos indivíduos, da disposição para uma constante e infatigável adaptação à sociedade regida pelo capital. (DUARTE, 2008, p. 11).

É nesse panorama que as instituições circunscrevem a leitura e constroem imagens do leitor junto a termos como: Desenvolvimento, Economia Globalizada, Sociedade da Informação e do Conhecimento, Competência em Informação. Discutir a leitura sem contextualizar todo um cenário nacional, chega a ser preocupante frente a índices que levantam problemáticas relativas à política, a renda, a escolaridade e ao papel das instituições como itens fundamentais para a inserção na sociedade atual. Essas questões não podem ser silenciadas diante de perspectivas que visam a leitura apenas como habilidade, pois numa sociedade tão injusta, não se pode pensar essa prática apenas em relação direta com a competência de cada um, de forma independente das relações sociais e de poder.

O leitor atual é constantemente situado na “Sociedade da Informação ou do Conhecimento” em suas práticas de informação e leitura cotidiana, em que precisa responder a demandas da economia globalizada para se inserir efetivamente na sociedade.

Nunes (2003) sustenta que o sujeito se constitui como leitor dentro de uma memória social de leitura, pois se na Idade Média o leitor podia ser localizado dentro do espaço religioso, na época moderna ele estava entre o espaço literário e o científico. E as conjunturas

mundiais, nacionais e regionais mudam as determinações históricas que condicionam a leitura:

O leitor é localizado em nossos dias em meio a palavras de ordem que marcam as relações de produção do modo capitalista: “produtividade”, “rendimento”, “organização”, “competência”, “eficiência”, “rapidez”. Estes termos, que metaforizam o campo da leitura no espaço econômico, são gestos que orientam para a prática de administração de empresas, de gerenciamento das forças produtivas. Queremos dizer com isso que há um modo de leitura que é introduzido juntamente com estas formas de organização do econômico, o qual aparece, de uma forma ou de outra, na escola, nos meios de comunicação, no cotidiano. (NUNES, 2003, p. 37).

Esse modo de abordar a leitura e o leitor leva a construção de bancos de dados, listas, indicadores dos mais vendidos divulgados na mídia, preparação de fichas de leitura na escola, avaliação dos textos, elaboração de palavras-chave na biblioteca, e apoiam atividades de controle da leitura e sua organização. E essas técnicas de gestão trabalham para dar visibilidade ao leitor também com as pesquisas de uso, de opinião e perfil do leitor/usuário, construindo imagens, que diferente do leitor modelo, buscam o leitor “real” com o uso da estatística. No entanto, esses métodos, assim como os dicionários, gramáticas e enciclopédias, não são neutros e respondem a objetivos pré-determinados (NUNES, 2003).

A prática da leitura envolve diversos fatores como escolaridade, renda, capacidades cognitivas, valores relacionados, bem como o uso do tempo e o perfil do leitor em determinadas circunstâncias. O uso de termos como “competência”, “habilidades”, “desenvolvimento”, colocam a leitura no âmbito de uma gestão empresarial, em que o leitor precisa se organizar para um trabalho de leitura como em um negócio, que envolve rendimento, decisões e escolhas típicas de um ambiente globalizado e administrativo. É mais uma vez a leitura sendo abordada como competência indispensável à adaptação do indivíduo a uma sociedade dinâmica em que o conhecimento é superado em pouco tempo e corre o risco de se tornar defasado. Essa realidade não é questionada pelas instituições que utilizam os termos “Sociedade do Conhecimento”, “Sociedade da Informação”, em seus relatórios como termos dados, que não se podem superar, mas sim buscar formas e competências para se adaptar aos seus ditames. Assim, “[...] não há luta por uma transformação social radical, mas sim para saber melhor quais competências a realidade social está exigindo dos indivíduos” (DUARTE, 2008, p. 12).

Da leitura como competência, passamos a abordagem da leitura como hábito. E estudar as práticas culturais no país torna-se um duplo desafio: pela quantidade de dados

esparcos em diferentes pesquisas, e pela ausência de um Sistema de Informações Culturais no país (COELHO, 2003).

A maior investigação sobre leitura realizada no Brasil fora de uma perspectiva especificamente escolar e que oferece um indicador cultural da leitura pode ser encontrada na pesquisa “Retratos da Leitura”<sup>22</sup>, de caráter quantitativo, que mede, desde o ano 2000, o comportamento leitor da população, especialmente com relação aos livros, e levanta junto aos entrevistados opiniões relacionadas à leitura. A pesquisa de opinião é realizada com aplicação de um questionário estruturado por meio de entrevistas presenciais realizadas nos domicílios. A amostra definida representa todo o universo da população brasileira com cinco anos de idade ou mais, alfabetizadas ou não. “Retratos da Leitura” aumentou sua abrangência de 49% da população em 2000, para 92,3% em 2007 e para 93% em 2011. Todo o território nacional foi coberto com entrevistas domiciliares em todas as Unidades da Federação. Na última edição da pesquisa, o período de campo foi entre 11/06 a 03/07/2011 e utilizou a mesma metodologia da segunda edição, o que permite fazer algumas comparações. Em 2007 a média de livros lidos nos últimos três meses era de 2,4 e em 2011, de 1,85 o que denota uma queda na leitura no país. No entanto, quando questionados sobre a leitura atual comparada ao que se lia no passado, quase metade dos entrevistados (49%) afirmou ler mais hoje em dia, enquanto na pesquisa de 2007 a maioria (46%) havia respondido que lia menos no período (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Na pesquisa a leitura é abordada por 64% dos respondentes como fonte de conhecimento para a vida, por 41% como fonte de conhecimento e atualização profissional e para 35% como fonte de conhecimento para a escola. O conhecimento é forte fator motivador para a leitura de livros de 55% dos brasileiros entrevistados, seguido pelo prazer, com 49%, e exigência escolar, com 36% (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Ainda, 64% dos entrevistados concordam com a afirmação “[...] ler bastante pode fazer uma pessoa vencer na vida e melhorar sua situação socioeconômica”, contudo, quando questionados se conhecem alguém que venceu na vida por ler bastante, mais da metade diz não conhecer ninguém ou não saber responder (47% não conhece ninguém e 8% não sabe). A leitura é um valor que exige uma gestão cuidadosa, um trabalho dedicado, que leva tempo, e que é construído de modo pessoal e social num longo processo: “[...] a forma pela qual o

---

<sup>22</sup> Pesquisa realizada pelo Instituto Pró-livro, Organização Social Civil de Interesse Público (OSCIP) - mantida por contribuições de entidades do mercado editorial (SNEL, CBL e Abrelivros) e executada pelo Ibope Inteligência. Disponível em: <[http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/2834\\_10.pdf](http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/2834_10.pdf)>. Acesso em: 19 dez. 2012.

status da leitura é elaborado numa sociedade baseia-se numa rede semelhante de valores, de papéis sociais e de formas simbólicas” (JEANNERET, 2009, p. 26).

E quem seria leitor em nosso país? Para a Pesquisa Retratos da Leitura, é considerado leitor quem declarou ter lido pelo menos um livro, inteiro ou em partes, nos últimos três meses anteriores à pesquisa, e não leitor quem declarou não ter lido nenhum livro nos últimos três meses, ainda que tenha lido ocasionalmente ou em outros meses do ano, ou ainda, tenha lido outros suportes. E quanto ao número de leitores, esse oscilou negativamente, da 2ª edição, realizada em 2007, para a de 2011, passando de 55% para 50% da população, constituindo 88,2 milhões. Os leitores foram definidos por aqueles que leram pelo menos um livro nos três meses anteriores à pesquisa. E os não leitores também totalizaram 88,2 milhões, e são aqueles que não leram nenhum livro nos três meses anteriores à pesquisa ou leram/folhearam outros meios que não livros (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

A valorização da leitura aumenta à medida que avança a escolarização dos entrevistados e em todos os meios (livro, revista, jornal e internet). Segundo a pesquisa, as mulheres leem mais (53%) e também são as que mais influenciam os leitores a ler, como professoras, mães ou responsáveis, seguidas dos pais ou responsável homem, parentes e amigos. A questão do gênero é relevante, quando se pensa que a mulher é a mediadora de leitura mais lembrada tanto no âmbito institucional, como professora, quanto no âmbito familiar, como mãe ou responsável (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Quanto à imagem do leitor é importante destacar nesta pesquisa o papel da escola, pois 48% dos estudantes afirmam ler, enquanto entre os não estudantes, 84% declara não ler. Assim, a escola forma leitores, mas enquanto esses são estudantes e não por toda a vida: “[...] lê-se mais quando se está dentro do sistema de ensino. Formados ou evadidos, os ex-alunos se tornam ex-leitores” (COSTA, 2012).

A pesquisa Retratos da Leitura levanta dados que demonstram que a leitura cresce em proporção à escolaridade, pois quem está na escola ou têm mais anos de estudo lê mais. Quanto mais avança a escolaridade, maior é a leitura, seja em geral, de livros inteiros ou em partes, indicados pela escola ou por iniciativa própria e também da bíblia. O ensino superior define um índice maior de leitura: os entrevistados com esse nível de ensino leem muito mais que a média.

As razões para não ler são variadas, assim como as dificuldades que impedem a leitura: falta de tempo (50%), desinteresse ou não gostar de ler (14%), ter limitações de visão (10%), preferir outras atividades (8%), não ter paciência para ler (5%), ler muito devagar

(2%), não ter concentração para ler (2%), somente ler se for obrigado (1%), ter dificuldades de compreensão (1%) (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Silva (2002) levanta a problemática de modelos que tratam da leitura apenas como algo a ser medido e é crítico em relação ao uso de termos como hábito e estímulo para se falar em leitura, o que para ele se trata de abordagens mecanicistas em que essa mais parece um “[...] esquema de comportamento adquirido que, pela repetição, se torna involuntário ou automático”. E que ao conceituar a leitura como resposta a determinados estímulos, como o uso de materiais escritos, se corre o risco de “[...] eliminar os atos de refletir e de transformar que certamente também devem fazer parte da atividade de leitura” (SILVA, 2002, p. 35). Por outro lado, esses tipos de investigação têm o seu valor, por se importarem com a leitura como fenômeno, mas o problema é o de buscar nas ciências exatas respostas para um problema que é social (SILVA, 2002).

### 3.2.3 Economia

A leitura também está relacionada ao que se pode comprar, vender, emprestar, guardar ou acumular, o que envolve a venda em um mercado, e também a manutenção e o empréstimo em bibliotecas (NUNES, 2003). Isso demonstra que a mesma é passível de uma economia enquanto prática. A questão da renda e do fortalecimento de certos setores econômicos também influenciam a prática da leitura.

A heterogeneidade socioeconômica é um grande desafio para os sistemas de educação, sendo este um fator que afeta o desempenho em leitura, pois países com maiores proporções de crianças socioeconomicamente desfavorecidas enfrentam desafios maiores do que países com menores proporções de estudantes oriundos das classes populares (OCDE, 2010).

Para a OCDE (2010), a riqueza de uma família influencia o desempenho educacional dos jovens, mas essa influência varia consideravelmente entre os países avaliados. Do mesmo modo, a prosperidade relativa de alguns países lhes permite gastar mais em educação, enquanto outros se veem limitados por baixos investimentos na área. Por isso é importante ter em mente a renda nacional dos países quando se compara o desempenho educacional entre eles, pois os que dispõem de maior renda tendem a apresentar relativa vantagem nos índices de leitura ante aos demais.

No Brasil, os números indicam que ocorreu um aumento da renda e considerável mobilidade social nos últimos anos: entre 2003 a 2011 cerca de 40 milhões de pessoas entraram para a classe média no país, sendo hoje composta por 55,5% da população (TABAK,

2012). Quanto a leitura, os dados podem ser distintos, tendo como exemplo, a China, país que não dispõe de recursos comparáveis a alguns países membros da OCDE, mas que é o primeiro em competência leitora. No entanto, países situados nas zonas mais pobres do globo são os que apresentam os piores níveis de leitura, em contraste com a média da OCDE, em que os países alcançam ao menos o nível 03 de competência leitora (OCDE, 2010).

A renda familiar é fator predominante para a leitura e escrita, garantindo acesso aos níveis de escolarização e de informação e de cultura. No Brasil, entre os indivíduos de famílias com renda de até um salário mínimo, o analfabetismo predomina, sendo que quase metade deste grupo (43%) é considerada analfabeta funcional. Já no grupo de maior renda (mais que cinco salários mínimos) prevalece o nível pleno de alfabetismo (52%), seguido pelo nível básico (41%), o que caracteriza quase a totalidade deste grupo (93%) como funcionalmente alfabetizada (INSTITUTO..., 2011).

Uma das conclusões do INAF é a de que com a universalização do acesso ao ensino fundamental, pessoas com menos recursos estão frequentando a escola e lidando com dificuldades para aprender em um ambiente de ensino empobrecido e precárias condições de vida. Por isso, tempo e esforços dos sistemas de ensino são necessários para que a ampliação do acesso reverta também em ampliação da aprendizagem, já que segundo o INAF, ainda que o acesso tenha contribuído para reduzir o analfabetismo funcional, não foi suficiente para que o alfabetismo alcançasse o nível pleno, que permaneceu estagnado ao longo da primeira década do Século XXI, nos diferentes grupos demográficos (INSTITUTO..., 2011, p. 17).

Ainda assim, os jovens brasileiros tem superado o nível educacional de seus pais, e o país tem apresentando queda na desigualdade nos últimos 11 anos consecutivos. Os motivos apontados são o aumento da renda per capita, o trabalho formal, a queda da fertilidade e o investimento em educação. Contudo, o Brasil permanece no ranking mundial como o 12º país com maior índice de desigualdade (CLASSE MÉDIA..., 2012).

Quanto à economia da leitura, a pesquisa Retratos da Leitura (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2007) comprova as diferentes formas de ler e acessar a cultura entre as classes sociais<sup>23</sup>, pois os leitores das classes A e B são os que mais leem livros em geral e não apenas

---

<sup>23</sup> A definição de classe social não tem consenso entre os estudiosos, porém, pode ser entendida como um grupo amplo em que questões como a exploração e a opressão política e cultural são resultado das desigualdades econômicas e discriminações culturais. Para o marxismo os homens se diferenciam em classes sociais: “[...] os indivíduos isolados só formam uma classe na medida em que têm de travar uma luta comum contra uma outra classe” (MARX; ENGELS, 2009, p. 93). Assim, para Marx e Engels (2009) em toda sociedade existe uma classe dominante, que é detentora dos meios de produção e o poder material dominante na sociedade, pois controla e influencia o Estado, e também uma classe dominada, despossuída, e que vende sua força de trabalho para sobreviver, reproduzindo, desse modo, as condições de exploração social. Existem também as concepções de classe dos institutos de pesquisa, divididas em A, B, C, D e E, como a do IBGE, que é amplamente utilizada. Para o IBGE as categorias das classes sociais estão de acordo com a renda familiar mensal. Estão na classe E as pessoas com renda de até R\$ 751. Na classe D figuram as famílias que recebem entre R\$ 751 e R\$ 1.200 por mês. A classe C é composta de famílias com renda entre R\$ 1.200 e R\$ 5.174. Já a classe B inclui pessoas com renda familiar entre R\$ 5.174 e R\$ 6.745. Qualquer família que ganhe mais do que isso por mês é considerada classe A pelo IBGE (CLASSE C..., 2011).

os indicados pela escola. Enquanto esses leitores declaram principalmente comprar, ganhar e emprestar livros de bibliotecas e de particulares, os leitores das classes C, D e E também compram livros, mas tem grande relevância nestas classes o empréstimo entre particulares (incluindo também a classe B), na qual um colega empresta para o outro, conforme quadro 3:

**Quadro 3** - Principais formas de acesso ao livro por classe social<sup>24</sup>

	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D	Classe E
Comprados	73%	65%	48%	32%	27%
Fotocopiados/xerocados	5%	8%	8%	5%	2%
Presenteados	30%	30%	21%	24%	25%
Emprestados por bibliotecas (inclusive escolares)	24%	31%	37%	33%	22%
Emprestados por particulares	35%	47%	46%	44%	49%
Distribuídos pelo governo e/ou escolas	3%	11%	15%	29%	40%
Baixados gratuitamente da internet	10%	13%	9%	3%	3%
Não costuma ler livros	5%	6%	5%	4%	0%

**Fonte:** Retratos da leitura no Brasil (2007)

O quadro 3 demonstra que à medida que aumenta a renda, aumenta também a forma de acesso ao livro através da compra, e à medida que a renda decai, aumenta a forma de acesso ao livro de forma gratuita, distribuído pelo governo ou escola. As condições econômicas são também parte da constituição de uma prática de leitura e de um sujeito leitor, pois nos mostram as carências em relação à aquisição de bens culturais que propiciam o acesso à leitura.

Na última edição da pesquisa Retratos da Leitura, mais uma vez esta correlação entre consumo de livros e classe social aparece, porque, assim como nas edições anteriores, a pesquisa destaca as principais conexões com a leitura: a questão da escolaridade, da classe social e do ambiente familiar. Aquele que é mais escolarizado ou rico também é o que mais lê,

<sup>24</sup> Quando apresentamos dados referentes à edição da pesquisa Retratos da Leitura de 2007 é porque não encontramos esses mesmos dados na última versão divulgada pelo Instituto Pró-livro em 28/03/2012. Optamos por manter essa tabela referente às principais formas de acesso ao livro por classe social da pesquisa de 2007 porque a última edição não divulgou, até o momento, o detalhamento referente às formas de acesso aos livros correlacionados à classe social.

delineando uma imagem de leitor que estuda e tem renda para adquirir bens culturais, propiciando um acesso ao livro e a outros meios de leitura. E a principal motivação para escolher onde se comprar um livro no Brasil é o preço barato, seguida pela comodidade, variedade e proximidade (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Em relação à leitura de jornal, segundo a *World Association of Newspaper and News Publishers* (WAN-IFRA, 2010) - Associação Mundial de Jornais e Editores de Notícias<sup>25</sup>, essa é parte de uma indústria que fatura mais de um trilhão de dólares anualmente. E, em tal contexto, o que se apresenta, afirma Ramonet (2003) não é o mundo da informação apenas, mas um universo bem complexo, em que grandes empresas atuam com importantes papéis no campo da informação.

O mercado mundial da informação continua a crescer e envolver grandes corporações multinacionais num negócio que movimentava novos meios e espera um aumento de faturamento de 1,32 trilhões de dólares em 2009 para 1,69 trilhões em 2014, segundo a PricewaterhouseCoopers e Wilkofsky Gruen & Associates (WAN-IFRA, 2010).

Entre 2003 e 2007, a receita publicitária dos jornais aumentou em todas as regiões do globo, considerando 8,1% na América do Norte, 10,15% na Europa Ocidental, na Ásia-Pacífico 13,88%, Oriente Médio e África 99,3%, na América Latina 55,38% e na Europa Central e Oriental 8,47% (WAN-IFRA, 2008).

A imprensa continua a ser o segundo maior meio de informação em investimento publicitário do mundo, depois da televisão, com mais receita do que o rádio, cinema, publicidade exterior e internet combinados. Se somados os jornais e as revistas, a imprensa é a maior mídia publicitária global, com uma quota de mercado de 40%, em comparação com 38% da televisão (WAN-IFRA, 2008).

### 3.2.4 Circulação e acesso

Quanto à circulação dos materiais que propiciam as práticas de informação e leitura, o caso do livro é bastante emblemático no país. Há uma média de 25 livros por residência no país, sendo que em 2007, 146,4 milhões de brasileiros afirmaram possuir um em casa. A

---

<sup>25</sup> A Associação Mundial de Jornais é uma organização mundial da imprensa global e representa mais de dezoito mil publicações, quinze mil sites online e mais de três mil companhias em 120 países. Foi criada em 1948 com o nome de Federação Internacional dos Editores de Jornais (FIEJ). Representa a imprensa junto a UNESCO, a Nações Unidas e tem como objetivo assessorar o setor editorial, na defesa e promoção da liberdade de imprensa e integridade editorial, e no desenvolvimento de empresas tecnologicamente prósperas. Em 2009 passou a nomear-se *The World Association of Newspapers and News Publishers* – Associação Mundial de Jornais e Editores de notícias, pois se associou a IFRA – organização de pesquisa e serviços para a indústria de publicação de notícias (WAN-IFRA, 2011).

maioria dos livros nas residências são os indicados pela escola, seguidos pela bíblia e outros de conteúdo religioso (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2007).

A concentração de livros mostra que quase metade deles (49%) está nas mãos de 10% da população, enquanto 8% da população não tem nenhum livro em casa (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2007).

A posse e a compra de livros não resumem as questões da leitura. Porque as questões do acesso são ainda mais relevantes para que se considerem os índices de leitura. Na última edição da pesquisa Retratos da Leitura, as três principais formas de acesso ao livro em destaque no país são pela compra, para 48%, emprestados por outros para 30%, e emprestados por bibliotecas e escolas para 26% (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Os cinco principais canais de acesso aos livros em geral são principalmente as livrarias, para 65%, as bancas, para 18%; os sebos, 11%; escolas e igrejas com 7%, as bienais e feiras de livro, 6%; e na rua, com vendedores ambulantes, 6%. A internet aparece em oitavo lugar com 6%, empatada com os vendedores ambulantes e feiras de livros, e a frente dos supermercados, que são responsáveis pelo acesso ao livro de 5% da população estudada. O empate entre a rua e a internet demonstra, uma vez mais, que as práticas de leitura podem coexistir por longos períodos (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

O estudo de 2007 apontava que em cidades pequenas as igrejas, escolas e a venda porta a porta desempenham importante papel na circulação do livro (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2007).

Em se tratando da circulação da informação, a imprensa é o meio de maior destaque, pois continua a ser uma indústria em crescimento, tanto no Brasil como no mundo. Segundo dados da WAN- IFRA a circulação global de jornais cresceu 9% no período de 2004 a 2009, e mostram crescimento consistente da circulação de jornais na África, Ásia e América do Sul, e uma diminuição em longo prazo nos mercados dos EUA e Europa (WAN-IFRA, 2009<sup>26</sup>). Para o presidente da WAN, Timothy Balding, a indústria global de jornais está longe de enfrentar um apocalipse:

Pode-se dizer que este crescimento está ocorrendo nos mercados em desenvolvimento e mascara uma tendência contínua de queda no mundo desenvolvido. E até certo ponto isso é verdade, mas não é toda a história, pois as empresas jornalísticas nos "velhos" mercados adotaram plataformas digitais e novas formas de publicações impressas e, ao fazê-lo, tem

---

<sup>26</sup> A pesquisa anual realizada pela WAN sobre as Tendências da Imprensa Mundial foi apresentada dia 01 de dezembro de 2009 no Congresso Anual da Associação, que ocorreu em Hyderabad, na Índia, no qual a questão do conteúdo pago foi debatida. Disponível em: <<http://www.wan-press.org/article18330.html>>.

realmente aumentado o seu alcance de audiência e faturamento, mesmo com suas circulações impressas sob pressão<sup>27</sup>. (WAN-IFRA, 2009).

Em termos globais, 1,9 bilhões de pessoas escolhem ler os jornais todos os dias, o que corresponde a 34% da população. Em comparação, o estudo aponta que 24% da população mundial acessa a internet. Os maiores mercados mundiais de jornais são a China e a Índia, com circulação média diária de 107 milhões de exemplares, seguidas do Japão, que juntos respondem por 60% da circulação de periódicos no mundo. O Japão lidera a leitura mundial de jornais com 612 cópias por mil habitantes, o que significa que 91% dos japoneses continuam a ler um jornal diário, um fato notável numa sociedade tecnologicamente avançada (WAN-IFRA, 2009). Em uma sociedade, as práticas de informação e leitura são possíveis de acordo com o contexto histórico e social, bem como acesso aos materiais de leitura, podendo haver coexistência dos mais diversos meios e formas de textualidade (CHARTIER, 2002).

Dos cem diários mais vendidos no mundo, setenta e quatro estão na Ásia, continente que registrou 4,7% de aumento na leitura de jornal em 2008<sup>28</sup>, superado apenas pela América do Sul, que teve aumento de 6,72% no período. A Associação destacou vários países da América do Sul que apresentaram aumento de circulação de jornais, dentre eles o Brasil, país que registrou aumento de 24,93% de circulação no período de 2003 a 2007<sup>29</sup> (WAN-IFRA, 2008).

Houve aumento do número de títulos de jornais pagos em todo o mundo, exceto na América do Norte, onde caíram 0,56%. O número de títulos de jornais cresceu, de 2003 a 2008, 5,3% na Ásia, 4,55% na Austrália e Oceania, 3,99% na África, 2,54% na América do Sul, e 0,48% na Europa (WAN-IFRA, 2008).

Enquanto a leitura de jornal cresce na América do Sul e Ásia, declina nos Estados Unidos e Europa, onde se observa, porém, aumento de circulação de jornais gratuitos.

### 3.2.5 Uso

---

<sup>27</sup> Trecho original: “You might say that this growth is taking place in the developing markets and masks a continued downward trend in the developed world. And to a degree this is true, but it is not the whole story, as newspaper companies in the ‘old’ markets have embraced digital platforms and new forms of print publishing and, in doing so, have actually grown their audience reach and revenues, even while their print circulations have come under pressure”<sup>27</sup> (WAN-IFRA, 2009).

<sup>28</sup> Fonte: “World Press Trends 2008: newspapers are a growth business”. Relatório disponível em: <<http://www.wan-press.org/article17377.html>>. Acesso em: 19 dez. 2012.

<sup>29</sup> O aumento no período também foi constatado na Argentina (22,70%), Bolívia (3,70%), Chile (13,82%), Colômbia (8,97%), Equador (15,22%), Guiana (6,67%) e Suriname (22,22%). A circulação diminuiu no Paraguai (-16,67%) e no Uruguai (-11,18%).

A prática de leitura, sendo material, pressupõe a relação assimétrica entre os textos, e os usos empíricos deles (HANSEN, 2005). Sobre o uso do tempo para a prática de leitura, segundo a pesquisa Retratos da Leitura, em 2007 (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2007) 60 milhões de brasileiros (35%) declararam que gostavam de ler em seu tempo livre e 38% diziam fazer isso com frequência. Já em 2011, apenas 28% declararam que gostam de ler em seu tempo livre, o que equivale a aproximadamente 50 milhões de pessoas, mas desses 58% leem frequentemente (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Quanto ao uso da leitura no tempo livre a pesquisa refere-se a qualquer meio, como jornais, revistas, livros e textos na internet. E em relação ao uso dos espaços para ler, a casa é o lugar preferido, para 93% dos leitores, a sala de aula está em segundo lugar com 33%, o trabalho com 13% e as bibliotecas com 12%, em quinto lugar aparecem os meios de transporte como ônibus, metrô e aviões com 6%, casas de amigos ou parentes tem 5%, seguida de salões de beleza, barbeiro ou consultórios com 3%, e por último os parques e praças com 2% (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Em relação às bibliotecas, para 71% dos respondentes elas estão num local de fácil acesso, porém, quanto ao uso 67% dos respondentes sabem que existe uma em sua cidade, mas apenas 7% afirma usar a biblioteca frequentemente, 17% de vez em quando e 75% não usa (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Como diz Ingwersen (1992) quando se trata do universo da informação não se pode pensar apenas o acesso, mas o poder usar, como processos associados. E quanto a esse uso e sua representação no imaginário dos leitores, para 71% a biblioteca significa um lugar para estudo, para 61% um lugar para pesquisar, 28% citam que é um lugar voltado a estudantes, 17% apontam que é um lugar para emprestar livros de literatura e 16% dizem que é um lugar para emprestar livros para realizar trabalhos escolares; dentre outras opções há as que a definem como um lugar voltado a todas as pessoas (16%), um lugar de lazer (12%), para passar o tempo (10%), para consultar documentos (6%), para assistir vídeos/ouvir música (2%), participar de eventos culturais (2%) e acessar a internet (2%) (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Apesar de ter como foco a leitura, dentre as definições que aparecem na pesquisa, não consta a da biblioteca como “um lugar para ler”, mostrando que essa é vista, muitas vezes, como um apêndice da escola. A cultura da biblioteca ainda tem muito que avançar no país, bem como a cultura da leitura.

Thompson (2009) também comenta que em relação ao uso, é importante distinguir entre o adquirir e o se apropriar. Se a leitura é uma prática que responde a uma questão social,

a de ter acesso, de poder comprar, emprestar ou adquirir materiais de leitura pelos mais diversos meios, nela também está inserida o uso, como relacionado à quais meios e formas de ler, e o que efetivamente se faz com isso. E quanto ao uso dos meios de informação e comunicação, o tempo despendido com cada meio é bastante variável, conforme quadro que segue:

**Quadro 4 - Tempo de leitura (minutos por dia)**

Ano	Jornais	Revistas	Rádio	Televisão	Internet
2009	35	41	134	126	161
2008	35	41	131	129	156
2007	38	41	139	129	160
2006	39	40	136	129	150
2005	39	42	105	126	147
2004	41	45	107	132	149
2003	41	54	107	131	139

Fonte: ANJ (2009)<sup>30</sup>

Nota-se que o tempo de leitura dedicado aos exemplares de jornais e revistas vem caindo ao longo dos anos, enquanto o tempo médio em que se ouve rádio e se usa a internet apresentam aumento. A televisão é o meio em que o tempo médio assistido permanece praticamente estável ao longo dos anos. Assistir televisão é o que 85% dos brasileiros entrevistados mais gostam de fazer em seu tempo livre, segundo a pesquisa Retratos da Leitura (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Os impressos sofrem cada vez mais a concorrência do uso de outros meios. Do total de entrevistados da última pesquisa Retratos da Leitura, 48% acreditam que podem vir a usar os livros digitais. E dos respondentes que disseram conhecer os livros digitais, 54% gostaram muito desse novo meio. No entanto, 52% dos entrevistados acreditam que o livro impresso nunca vai acabar e irá conviver com os livros digitais (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Mudanças na esfera da informação estão aceleradas, com o uso da mídia digital cada vez maior, enquanto a mídia tradicional permanece estável ou em declínio em muitos mercados, de acordo com a pesquisa *World Digital Media Trends 2010*<sup>31</sup> (WAN-IFRA, 2010).

<sup>30</sup> Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/tempo-de-leitura/>>. Acesso em 19 dez. 2012.

<sup>31</sup> "Just published: world digital media trends 2010". Relatório disponível em: <<http://www.wan-press.org/article18714.html>>. Acesso em: 15 dez. 2012.

Nesse relatório, produzido pela WAN-IFRA (2010), o tom de otimismo dos informes anteriores cede espaço a preocupações relativas ao uso, consumo e receita publicitária dos jornais, aconselhando os editores a tomar decisões rapidamente, observando os novos usos dos meios em diferentes plataformas e seu impacto na indústria de jornais.

Dos 182 milhões de dólares da indústria de publicidade impressa, a receita digital dos jornais representava menos de seis bilhões de dólares em 2008 e são previstos, pela multinacional de assessoria empresarial *PricewaterhouseCoopers*, crescer para mais de 8,4 bilhões de dólares até 2013, num cenário em que a maior parte das receitas publicitárias fica com os sites de busca mais acessados, como o Google (WAN-IFRA, 2009).

Espera-se, que as receitas dos jornais online atinjam mais do que o dobro nos próximos cinco anos e que constituam 12% por cento do total de anúncios em jornais em 2011 (WAN-IFRA, 2008).

Em 2008, a mídia tradicional respondia por 80% de todos os gastos de entretenimento e marketing em nível mundial, enquanto a mídia digital detinha 21%. Está previsto para 2013, uma quota de mercado de 31% das mídias digitais, empurrando partes da mídia tradicional para 69%, segundo o relatório (WAN-IFRA, 2010).

Para Martha Stone, diretora do projeto “Desenvolvendo o futuro dos jornais”, (*Shaping the Future of the Newspaper*), da WAN sobre o futuro do jornal, as editoras estão aprendendo que os desafios e as soluções não são mais os mesmos em todos os jornais, portanto, jornais de todo o mundo estão buscando dados demográficos e geográficos para ajudá-los a adaptar suas ofertas às necessidades específicas e desejos dos seus leitores (WAN-IFRA, 2010).

O celular tem se mostrado um meio de informação muito promissor para a indústria de jornais no futuro, com potencial para divulgar e circular conteúdos, a partir do uso de novos aplicativos que possam atender leitores móveis. As editoras estão fazendo experiências com uma variedade de modelos, a fim de conquistar leitores assinantes o suficiente para atrair uma publicidade de alto rendimento, mas continuando a servir a um maior público leitor com alguns conteúdos gratuitos (WAN-IFRA, 2010).

Quanto ao uso, o celular não é um meio utilizado apenas para a comunicação verbal, pois serve hoje em dia, para ler jornais, assistir TV, ouvir rádio, enviar e receber mensagens e imagens, ver vídeos. O celular cobre quase 100% do território nacional, os aparelhos são vendidos em vários lugares, como lojas e supermercados, a preços cada vez mais baixos.

Todos os utilizam sem receio. É um instrumento notável de mobilização social, se bem utilizado. Trata-se de oportunidade única de dar um salto importante de qualidade em matéria de educação massificada e, ao mesmo tempo, personalizada para atingir objetivos determinados. (WERTHEIN, 2008, p. 46).

O autor comenta ainda que este meio é utilizado em países da África por professores para orientar alunos e por médicos para prescrever receitas (WERTHEIN, 2008, p. 45). Entre os adolescentes, a comunicação por *short message service* (SMS)<sup>32</sup>, um serviço para troca de mensagens de texto curtas de até 140 caracteres, enviadas e recebidas utilizando o celular, são muito utilizadas. Para Fisher (2006) a popularização desse uso entre os jovens criou os leitores de telefone celular, que ditarão o futuro da leitura. Pois é a leitura que acompanha as novas tecnologias: o cinema tem legendas, no computador a atividade é toda baseada na leitura, pois, requer envolvimento ativo com a palavra escrita, até que os sistemas de reconhecimento de voz estejam plenamente em uso. No computador, a palavra escrita chega a substituir a falada: na internet, mensagens em redes sociais, twitter, MSN, correio eletrônico. No entanto, a principal fonte de leitura do mundo continua a ser o jornal diário, que ganha por pouco da tela do computador no mundo desenvolvido (FISCHER, 2006).

E um dos maiores desafios do jornal impresso é atrair o jovem, que lê cada vez menos jornais ou lê de forma esporádica, conforme quadro 5:

**Quadro 5 - idade dos leitores de jornais**

<b>Idade dos leitores</b>	<b>% de leitura</b>	<b>% de alcance dentro do grupo de leitura</b>
<b>10-14</b>	5	25
<b>15-24</b>	23	45
<b>25-34</b>	20	51
<b>35-44</b>	21	50
<b>45-54</b>	15	48
<b>55-64</b>	8	44
<b>65 e +</b>	8	42

Fonte: ANJ (2010)<sup>33</sup>

<sup>32</sup> As mensagens SMS também são popularmente conhecidas no Brasil como 'torpedo'.

<sup>33</sup> Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/idade-dos-leitores>>. Acesso em: 15 dez. 2012.

Há poucos leitores entre os jovens, pois dos que leem o índice de leitura de jornal não alcança a metade do grupo estudado. Dos jovens de 10 a 14 anos, atinge aproximadamente um quarto, e de 15 a 24, não chega a 50%.

Um estudo realizado nos Estados Unidos mostra que os usuários de jornais online também leem a edição impressa: 81% dos leitores de jornal online leem a edição impressa ao menos uma vez por semana. Se combinadas a edição impressa e online dos jornais nos EUA, a audiência cresceu 8% no ano de 2007 (WAN-IFRA, 2008).

No entanto, sobre o uso da internet no Brasil, dados disponíveis até 2010 demonstram que o país ainda não conseguiu inserir a metade da população como usuário online. Na última edição da pesquisa Retratos da Leitura, 54% da população pesquisada, com cinco anos ou mais, afirma não acessar a internet (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

Apesar de ter um contingente de 76 milhões de usuários, se os dados são cruzados ao total da população, que é de aproximadamente 190,7 milhões, apenas 39% dos brasileiros têm acesso à internet. Contudo, no período de 2002 a 2008 o número de usuários praticamente duplicou no país (SILVA; VIEIRA, 2010).

### 3.2.6 Meios de informação e comunicação

Um texto que muda o suporte de sua escrita e de sua comunicação já não é o mesmo texto. Se a forma tem efeito sobre os sentidos, os diversos meios que permitem a comunicação da informação precisam ser considerados:

Os textos não existem fora dos suportes materiais (sejam eles quais forem) de que são os veículos. Contra a abstração dos textos, é preciso lembrar que as formas que permitem sua leitura, sua audição ou sua visão participam profundamente da construção de seus significados. (CHARTIER, 2002, p. 62).

Para a pesquisa Retratos da Leitura, ler refere-se a qualquer meio e não apenas ao livro. Na segunda edição o livro era o meio de leitura mais apreciado, por 84% dos respondentes. Contudo, a terceira edição da pesquisa confirma que os jornais e as revistas são os materiais mais lidos por 48% e 53% dos leitores, respectivamente, ficando a frente dos livros, histórias em quadrinhos e textos da internet (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

No entanto, os leitores de jornais, revistas e outros meios de informação e comunicação não entram no filtro de leitor da pesquisa Retratos da Leitura, que considera

como leitor aquele que leu ao menos um livro nos três meses anteriores a pesquisa. Isso torna a pesquisa incoerente, pois afirma que considera ler como prática referente a qualquer meio, mas desconsidera a imagem e constituição de um sujeito leitor a partir da leitura de outros meios como jornais, revistas e textos de internet, ocasionando uma redução do termo leitor a sua vinculação com o livro. O fato é que muitos respondentes enquadrados na categoria não leitor, leem muito mais do que pensam, ao menos o jornal diário, ainda que de forma casual. Assim, a utilização desses dados, ainda que comuniquem uma informação cultural, deve prescindir de um alerta:

Não seria demais lembrar, ainda, que todo dado, toda informação produzida traz em si uma marca de origem, determinada pelo objetivo inicial a que serviu e que nem sempre pode ser alterada ou eliminada. Estes são alguns dos aspectos que fazem com que o aproveitamento de dados existentes seja frequentemente antes uma parte do problema do que um princípio de solução. (COELHO, 2003, p. 227).

Essa limitação no aproveitamento de dados fica ainda mais complexa com a edição 2011 da pesquisa Retratos da Leitura, que, ao introduzir o conceito de livro, deixa claro que excluem de sua abrangência os meios tais como “manuais, catálogos, folhetos, revistas, gibis e jornais”. É importante acrescentar que a restrição no conceito de suportes de leitura é preocupante num país em que 56% da população nunca comprou um livro (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011).

A prática de leitura também é regulada pelos meios de informação e comunicação e por novas tecnologias, com suas técnicas de composição, montagem, edição, que aliam texto, imagem e som.

A introdução dessas tecnologias e as condições de leitura que elas proporcionam podem ser notadas nas formas de editoração dos jornais. Na Folha de S. Paulo tem-se investido, como foi mostrado em um encarte especial, na conjunção de textos escritos com imagens, tabelas, mapas, diagramas, gráficos, que “facilitam” a leitura, com o “máximo de informação” e o “mínimo para a sua leitura”. As técnicas de leitura são consideradas no âmbito da formatação, do layout, do design, da estética e da funcionalidade, tendo em vista um leitor pragmático, que lê “cada vez mais rapidamente”, tem interesses determinados e, conseqüentemente um perfil esboçado conforme a posição sócio-econômica: “profissional liberal”, “empresário”, “estudante”, “dona-de-casa”. Os cadernos são divididos seguindo as caracterizações desses leitores, cujas imagens são construídas com técnicas de observação. (NUNES, 2003, p. 39).

Existe uma ilusão de que o leitor pode construir livremente sua história da leitura<sup>34</sup>, sem censuras ou interferências, e se esquece da importância que uma política (ou a falta dela) para a leitura pode ter. Outra ilusão é a de que o sujeito escolhe com total liberdade sua trajetória de leitor, sem interferências econômicas, institucionais, apenas com a sua vontade, como se todos os meios estivessem disponíveis a seu alcance e também mascarando a influência que outras leituras, como a do professor, a da voz autorizada pela mídia, podem ter em sua suposta livre escolha:

Nota-se hoje, com a dominância de discursos liberais, um silenciamento das formas de atribuição de sentido e de distribuição dos materiais de leitura. Alimenta-se a ilusão de que se pode ler “tudo”, de que se pode ler “o que quiser”, de que se podem conhecer todos os sentidos possíveis, de que se tem acesso facilmente aos textos. Forma-se a imagem de um leitor “heroico”, que por iniciativa própria, e sem as limitações de censura ou de condições financeiras, pode tudo ler e interpretar. (NUNES, 2003, p. 43).

O discurso liberal apaga as condições de produção da leitura, as instituições envolvidas e a posição do leitor, que às vezes resiste e outras vezes se insere na prática da leitura. E esse leitor aparece sob múltiplos aspectos em teorias e pesquisas que tentam delinear sua imagem, conhecer os seus hábitos, sua opinião e inserção social. Refletir nesta seção sobre as imagens (posições) da leitura e do leitor demonstra que a prática de leitura envolve não somente as circunstâncias, mas a situação imaginária da leitura que concerne a uma instituição relacionada a contextos mais amplos do que é ler na atualidade, com termos como “leitor competente”, “flexível”, que precisa se inserir na “Sociedade da Informação e do Conhecimento”. Em cada época histórica há tipos preferidos de leitores e assim, construindo perfis de leitores altamente funcionais, essas instituições “[...] os tornam visíveis, comensuráveis, passíveis de uma administração da leitura” (NUNES, 2003, p. 39), numa imagem produzida no âmbito de uma política educacional e econômica em vigor no país e no mundo. São leitores que podem ler de tudo, que tem acesso aos mais variados meios, que devem se apropriar da informação nas mais diversas formas.

Todavia, não se pode perder de vista as diferentes práticas de leitura que estão em jogo na sociedade. Pesquisas em que o leitor de jornais, revistas e internet não tem sua leitura considerada, impossibilitam a constituição de uma imagem para esse leitor. E que para refletir

---

<sup>34</sup> Essa é a visão da corrente dos Usos e Gratificações, na qual o leitor é um selecionador dos produtos culturais (WHITE, 1998b).

sobre a questão da leitura, é preciso ir além dos estudos e campanhas que se baseiam somente em livros. Porque essa é uma prática que envolve os mais diversos tipos de meios:

A prática da leitura, como podemos observar na história da cultura ocidental, exigiu continuamente instrumentos mais sofisticados para selecionar, articular e armazenar as experiências, pois precisamos garantir a memória. É a leitura que dá sentido aos traçados desse conhecimento. (BARRETO, 2005, p. 512).

Estudo da Associação Mundial de Jornais aponta que no início do século XXI havia aproximadamente 486 milhões de leitores de jornais e, em 2009 já se estimava que 1,9 bilhão, ou seja, 34% da população mundial são leitores de jornal (WAN-IFRA, 2009).

Em pleno Século XXI, o jornal é um meio de informação que permanece resiliente, pois tem como uma de suas características a universalidade, sendo feito para todo leitor que se encontra em sua abrangência geográfica e seja capaz de lê-lo. A leitura de jornal, contemporânea do leitor, permite renovar a sua percepção dos fatos. E o papel do jornal é o de informar e situar o leitor na vida cotidiana, social e política, ampliando seu conhecimento, como aprofundaremos no próximo capítulo.

#### 4 O JORNAL E A LEITURA: O JORNAL COMO MEIO DE INFORMAÇÃO E A CONSTITUIÇÃO DO LEITOR DE IMPRESSOS

Pensar a historicidade dos meios de informação e comunicação significa refletir sobre os usos e apropriações que se relacionam com as práticas de leitura. Isto é, em cada circunstância, pensar em como a prática de leitura e informação é trabalhada, os meios que circulam e as pessoas que os usam, e o contexto em que se avança essa prática.

A cada civilização, cada área histórico-geográfica constrói seu modo de apropriação e de integração das técnicas, dando origem a configurações comunicacionais múltiplas com seus diversos níveis, sejam eles econômicos, sociais, técnicos ou mentais, com suas diferentes escalas, local, nacional, regional ou transnacional. (MATTELART, 2006, p. 78).

A história do livro e do jornal ilustra bem a relação entre prática e uso, e não pode deixar de lado a leitura e o leitor, que definem as possibilidades dos usos dos materiais de leitura em uma determinada cultura, daqueles que leem e dão sentido ao que leem. Para Maingueneau (2002) é importante analisar a manifestação material de um discurso e seu modo de difusão, pois um meio não é um simples transmissor de informações, mas implica em conteúdos e usos que dele podemos fazer.

O jornal, como meio de informação e comunicação, delinea uma prática de leitura em relação a um sujeito leitor, já que apresenta uma série de possibilidades de uso e construção de sentido. Nessa seção, apresentamos as principais características desse meio, suas origens e a formação de um público leitor, que é segundo Dines (2009b), o princípio e o fim do jornal. Atualmente, os jornais populares têm avançado entre os jornais mais lidos no país e configuram uma forma de ler que vai ao encontro do ponto de vista do leitor.

Os jornais são impressos em um tipo de papel áspero e grosso, o papel jornal ou papel de imprensa (*newsprint*), que é obtido através da reciclagem de pedaços de madeira não aproveitados e fibras recicladas cortadas em folhas de tamanhos padronizados. O papel jornal pode ser considerado um ‘subproduto’, pois o tronco é a parte mais nobre das árvores e é destinado à indústria da construção. Já o papel de imprensa vem de galhos e pedaços menores que não servem à fabricação de móveis. Para cada tonelada de ‘*newsprint*’, usam-se recursos de 15 árvores, cerca de 2,5 toneladas. É uma produção que busca consumir cada vez menos recursos naturais, pois o processo de fibras virgens requer madeira, água e energia, três recursos que se tornam a cada dia mais escassos e caros. Hoje em dia são necessários de 25 m<sup>3</sup> a 30 m<sup>3</sup> de água para produzir uma tonelada de papel jornal, metade do que era usado há

20 anos. O uso de produtos químicos é limitado e espera-se que para os próximos dez anos, quando a tinta de impressão for biodegradável, esse processo se tornará ainda mais limpo (RECICLAGEM ..., 2010).

Os formatos dos jornais são muito variáveis, e os tamanhos mais comuns são o standard, o tabloide e o tabloide berlinense. O formato standard ou padrão tem entre 60 cm x 38 cm e 75 cm x 60 cm. É o maior tipo de jornal e em inglês, recebe o nome de *broadsheet* (WAN-IFRA, 2007). É um jornal que tem espaço para publicar textos longos e anúncios de maior impacto visual. É o tamanho do jornal The New York Times, Los Angeles Times e do The Washington Post nos Estados Unidos, na Argentina o do La Nación, e no Brasil, a maior parte dos jornais é em formato standard, incluindo grandes publicações como a Folha de S. Paulo, O Estado de São Paulo, O Globo, Estado de Minas, entre outros.

Figura 1 - Formato Standard: Jornal Folha de S. Paulo (SP)



Fonte: Newseum<sup>35</sup> de 20 de jul. 2012

<sup>35</sup> O site Newseum (que pode ser traduzido como “museu de notícias”) tem um banco de dados atualizado todos os dias com as capas dos principais jornais do mundo, incluindo uma série de jornais de todas as regiões do Brasil. Disponível em: <<http://www.newseum.org/index.html>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

O formato tabloide tem 38 cm x 30 cm. É a metade do tamanho do standard e as notícias são tratadas num formato mais curto e o número de ilustrações costuma ser maior do que o dos diários de formato tradicional. É um formato de jornal que surgiu em fins do século XIX e início do século XX para atender ao leitor/trabalhador inglês que utilizava o transporte de massa (DINES, 2007). Esse formato utiliza profusão de recursos gráficos, pouco texto e muitas fotos. O termo tabloide se originou das pílulas compactadas e fáceis de engolir lançadas na década de 1880, pois traz histórias em pequenos textos, fáceis de ler<sup>36</sup>. É bastante popular no Reino Unido e na Argentina, sendo que nesse país a maioria dos jornais, inclusive o Clarín, usa esse formato. No Brasil, em formato tabloide, há o jornal gaúcho Zero Hora, o Diário Gaúcho, o jornal gratuito Metro, entre outros. Existem também outros formatos, como o compacto, menor que o tabloide e que o berlinense, dos diários cariocas Meia Hora e Expresso. E existe também o tamanho microjornal, que é metade do tamanho do tabloide.

Figura 2 - Formato Tabloide: Jornal Zero Hora (RS)



Fonte: Newseum de 20 de jul. 2012

<sup>36</sup> Foi em 1884 que o laboratório farmacêutico britânico Burroughs, Wellcome and Company, atualmente fundido com o GlaxoSmithKline, lançou a palavra "tabloid" para um formato de pílulas condensadas, a partir da palavra francesa "tablette", diminutivo de "table" (mesa), que se usava para designar uma peça plana de lousa ou uma placa de mármore usada para escrever (WIKIPÉDIA, 2012). Não por acaso, Steve Jobs formatou o iPad em 242,8 milímetros de altura e 189,7 milímetros de largura, o que possibilita pensar o tablet como uma "evolução" do tabloide.

O tabloide berlinense (ou europeu), também chamado berliner, berlinês ou midi, têm páginas que medem geralmente 47 cm x 31,5 cm ou 42 cm x 27,5 cm, sendo ligeiramente maior que o formato tabloide, porém mais estreito e curto que o standard. Seu processo de produção se assemelha ao standard, mas possui formato sensivelmente menor, diferente do tabloide, que tem processo de produção próprio e não apresenta dobra central característica do standard. Esse formato é usado em vários diários europeus como o Le Monde na França e o The Guardian no Reino Unido. No Brasil o jornal O Estado do Paraná e os jornais da Rede Bom Dia (SP) utilizam esse formato. Para Pacheli (2009) a adoção desse formato implica uma adequação do jornal ao perfil do leitor da atualidade, mas não apenas isso, pois a tendência de redução de formato dos jornais contemporâneos possuem traços claramente mercadológicos, com maior visibilidade do espaço publicitário.

**Figura 3** - Formato Berlinense: Diário de Natal (RN)



Fonte: Newseum de 20 de jul. 2012

A redução no formato dos jornais é uma tendência em muitos países, visando à redução de custos. Na Itália, os jornais vêm reduzindo o seu tamanho nos últimos anos, na Argentina a maioria dos jornais são tabloides, assim como na Austrália. Na Nova Zelândia, ao

contrário, a maior parte dos jornais são standard. Em alguns países o formato dita o conteúdo do jornal, como na Índia, em que os impressos em broadsheet são considerados sérios, de credibilidade e os de formato tabloide são jornais de bairro ou populares (WAN-IFRA, 2007). Essa situação também era comum na Inglaterra, onde a maior parte dos jornais populares era tabloide. Maingueneau (2011)<sup>37</sup> comenta que na Europa, até há pouco tempo atrás, o formato tabloide implicava a presença de uma garota nua em suas páginas, e como um fenômeno do gênero, ser tabloide implicava a nudez. No entanto, com as mudanças de tamanho dos jornais nos últimos anos, o formato do jornal tem se tornado uma questão independente da linha editorial.

A linha editorial é onde o jornal busca criar uma imagem mediadora, que congregue ao mesmo tempo sua credibilidade em relação à informação veiculada a seus leitores e a sua solidez econômica de empresa comercial. Para isso, o jornal traça uma política editorial, ou seja, a linha filosófica e prática do grupo mantenedor do periódico somada à opinião do seu público leitor, construindo sua ideologia. A política editorial é executada por redatores qualificados que ocupam cargos de direção no jornal a fim de criar a imagem que dará a forma e o conteúdo do periódico (BELTRÃO, 1980).

Conforme visto, ainda que o leitor dedique em média 35 minutos à leitura de jornal, o seu cotidiano e a recepção da informação por outros meios leva-o a escolher um jornal que mais lhe agrade, seja pela apresentação gráfica, pela linha editorial, pela informação ou tradição de leitura.

Na página de um jornal, as notícias, fotos, letras e o tamanho e espaço que elas ocupam produzem sentidos que podem ou não ser lidos, que estão explícitos ou implícitos e vão além do texto. Teixeira (2008) indica quatro funções do jornal como fonte de informação:

- Informação noticiosa: exerce essa função ao redigir sobre os eventos de uma cidade, estado, país ou do mundo;

- Narrativo-ideológico: são os fatores que influenciam na construção da notícia, como o fato do jornal ser uma empresa, depender de anunciantes, e o próprio jornalista, com suas idiossincrasias;

- Documento histórico: o registro jornalístico indica uma época e um lugar se tornando um documento ao ser organizado a partir de um tema, local ou circunstância;

---

<sup>37</sup> Todas as vezes que citamos Maingueneau (2011) fazemos referência a nossas notas de aulas ministradas pelo autor: MAINGUENEAU, D. **Introdução à análise do discurso**. Curso de Extensão Universitária, 16-20 de maio de 2011, Unesp Assis. Notas de aula.

- Demandas específicas: desde um trabalho escolar até uma tomada de decisão empresarial, a explosão informacional faz com que as pessoas busquem informação especializada, que pode estar nas páginas do jornal e que se define na hora de comprar ou assinar essas publicações.

Uma quinta função levantada por Teixeira (2008) refere-se ao valor estético do jornal, ao publicar literatura, quadrinhos, fotografias, pinturas, sendo essa divisão das funções do jornal apenas esquemática, podendo o mesmo abraçar todas essas características.

Para Dines (2009b), o papel do jornal é a busca das circunstâncias, sejam as clássicas, presentes no Lead (o que, quem, quando, onde e por que), sejam as modernas como: busca de motivações, inferências, referências, comparações, que levam o jornal a investigar e expor as circunstâncias. Expor as circunstâncias é, para o autor, expor minuciosamente seus detalhes, e que o jornal continuará a existir enquanto responder às seguintes condições:

- Personalização da informação: apesar da tiragem, o jornal é um produto dirigido a cada leitor, mesmo que seja lido por uma média de três pessoas, pois cada um encontra algo de seu. O jornal, diferente da TV e rádio que são coletivos, consegue atender a cada leitor, tornando-o “sua propriedade”;

- Ponto ótimo da periodicidade: o ritmo diário resiste ao desgaste do tempo, e o jornal sintonizou-se com o dia, sendo um parte do outro, pois sua leitura faz com que, para o leitor, um dia sem jornal seja um dia diferente;

- Amplitude: se o livro é dirigido a um público, a revista é limitada por temas, e a TV apresenta um tema de cada vez, o jornal é amplo e universal, retratando a vida em todos os seus aspectos. É o leitor quem decide a leitura do seu jornal, ler o jornal todo ou só a primeira página é uma decisão que ele pode tomar (DINES, 2009b).

A sua fundação remonta pouco mais de um século após a criação da imprensa por Johannes Gutenberg em Mainz na Alemanha, em 1450 (FISCHER, 2006) ocasionando a mudança de uma sociedade em que o acesso ao conhecimento era limitado para outra cujo acesso era quase ilimitado. Apresentar o jornal como meio de informação é discorrer, portanto, sobre a própria história da imprensa.

#### 4.1 Imprensa e formação do público leitor

A leitura, conforme visto, é uma prática social, que implica materialidade (história), formatos diversos e usos diferenciados que são feitos dos textos, além da mediação entre produtores e leitores situados na cultura, sendo uma prática relacional e segmentada, já que se

refere a determinados grupos sociais em um contexto específico. Portanto, Maingueneau (2002) alerta que o oral, o escrito e o impresso são regimes de enunciação distintos, e que supõe civilizações muito diferentes.

Mc Luhan (1972), ao discutir as mudanças introduzidas na sociedade e cultura pela invenção da imprensa, se ocupou da prática da leitura discutindo os modos de ler em diferentes épocas e defendendo a tese de que a mudança de suporte causa também uma mudança nas práticas de leitura.

A imprensa, considerada como a primeira máquina de ensinar (MC LUHAN, 1972), foi uma expressão das mudanças históricas na sociedade e cultura da época de sua invenção, durante o século XV, na Europa. Embora sua origem esteja no Oriente, onde desde o século VI eram realizadas impressões tabulares, utilizando pedras, argila queimada, moldes de madeira e até metal (FISCHER, 2006), foi na Europa que a imprensa encontrou terreno fértil para disseminação da palavra impressa devido à existência de uma cultura letrada.

O termo imprensa é de caráter polissêmico, podendo nomear tanto o conjunto de processos de impressão de textos e imagens em papel, como o maquinário que realiza esses processos, e ainda, o jornalismo escrito (RODRIGUES, 2000). Desse modo, apresentamos a imprensa não somente como um meio técnico de reprodução gráfica que engloba a produção de mensagens em livro, folhetos ou periódicos em geral, a um público leitor, mas também como uma comunicação repetível e reproduzível.

Mc Luhan (1972) se ateuve a relação entre a percepção humana e de como a mesma é afetada pelas tecnologias. Primeiramente, afirma, o conteúdo de uma nova tecnologia é o de uma tecnologia anterior. Foi assim com o livro impresso que durante os Séculos XVI e XVII imprimiu mais textos medievais do que foram publicados em toda a Idade Média, tornando-os portáteis de fácil leitura (MC LUHAN, 1972). No Século XVIII, na Inglaterra, o livro começava a se fundir no jornal. Assim também foi a relação da televisão com o cinema no Século XX, em que aquela de início exibia lotes de filmes antigos, o que consistia no preparo de novos públicos para aceitá-la.

E ainda Mc Luhan (2002) enfatiza que não se deve pensar apenas no conteúdo quando se trata de meios, pois a criação de modelos, ou seja, a forma desempenha importante papel. O mérito da tipografia na impressão da Bíblia, um conteúdo antigo, foi exatamente o de torná-la portátil e acessível à grande número de leitores, e o de difundir não só o latim, mas as línguas vernáculas. Um novo público leitor europeu começava a formar-se, leigo, com mulheres e pessoas da classe média, que não sabiam latim, formando um público maior, que o manuscrito não pôde criar.

Chartier (2002) sustenta que a forma tem efeito sobre os sentidos, e as novas modalidades de leitura transformam nossa relação com o escrito, como o rolo da antiguidade, cuja leitura contínua movia o corpo todo, e não permitia ao leitor escrever enquanto lia. O códex permitiu gestos novos como folhear, citar trechos, fazer índices, favorecendo a fragmentação da leitura, mas ao mesmo tempo percebendo a totalidade da obra em sua materialidade.

Voltando a questão do livro, Mc Luhan (1972) reforça que a impressão foi um meio de fazer barato coisas muito antigas e familiares, pois antes mesmo de sua invenção já se imprimia gravuras e diagramas. A impressão reduziu o número de provas para revisão e a importância de se imprimir o texto pictográfico com exatidão também foi uma inovação importante. A repetibilidade exata é uma característica inerente a tipografia, que passa muitas vezes, despercebida ao letrado, que se preocupa com o conteúdo “[...] como se estivesse ouvindo o autor” (MC LUHAN, 1972, p. 118).

A história do manuscrito para o impresso seria uma história de substituição gradual de métodos auditivos de comunicar e receber ideias por métodos visuais. Mc Luhan (1972) propõe pensar o impresso como enunciado ou comunicação repetível e reproduzível, e as possíveis limitações que a técnica lhe impõe: o impresso é o portador de informação e nós os receptores ou leitores dessa informação.

É que os leitores, no contato com os diversos materiais de leitura, conseguem ampliar a comunicação no tempo e no espaço, expandindo a memória quanto à duração e extensão. Na Europa, a imprensa surgiu no final da Idade Média, junto a outras transformações: desenvolvimento do comércio, aparecimento de indústrias, renascimento da vida urbana, criação de universidades e formação de elite. A partir do século XI, a expansão do comércio levou ao renascimento das atividades mercantis que exigiam informações (registros contábeis, letras de câmbio, agências bancárias). Nessa época, a educação, antes monopólio da Igreja, tornou-se mais acessível aos indivíduos, com o surgimento de escolas leigas.

As cidades cresciam e exigiam serviços de cobrança de impostos, registros públicos, cujos servidores eram recrutados entre a elite letrada, mas foi à criação das universidades o que impulsionou a formação de uma elite intelectual europeia, com aumento da demanda por leitura e abertura de bibliotecas.

Fischer (2006) também aponta o efeito da impressão como extraordinário em relação à leitura, devido à quantidade de material impresso disponível. A invenção da imprensa, segundo o autor, foi uma ruptura intelectual e social na história. E a partir do Século XV, os leitores se tornaram mais responsáveis por aquilo que liam, se tornaram ativos. Para o autor,

não se pode esquecer, no entanto, que a Europa já contava com uma cultura letrada quando da invenção da imprensa, o que já podia assegurar a produção e venda de meios impressos. E também vivenciava um processo crescente de urbanização, trazendo uma demanda por informações.

O problema de difundir informação na Era Moderna era resumido do seguinte modo: obter certo equilíbrio entre dar ao público informação de menos, o que incentivaria boatos; ou demais, e assim incentivá-lo a participar de questões de Estado, algo que os governantes europeus não desejavam (BURKE, 2003).

A impressão só foi possível de ser generalizada porque o custo do papel caiu. E o mérito de Gutenberg também não pode ser minimizado porque ele descobriu o método mais eficiente de multiplicar textos escritos:

A imprensa, uma parte integrante da história geral da civilização, modificou a sociedade de forma fundamental. Oferecendo ao público cópias quase infinitas de textos idênticos, por meios mecânicos, ela transformou uma sociedade cujo acesso ao conhecimento era limitado em outra cujo acesso era quase ilimitado. A prensa, na verdade, tornou viável a sociedade moderna. Não seria exagero afirmarmos que o advento da imprensa foi tão importante para a humanidade quanto o domínio do fogo e da roda. (FISCHER, 2006, p. 196).

A impressão, certamente conferiu maior autonomia aos leitores, com textos idênticos e uniformes, sem a marca da mão que individualizava o texto, produzindo um objeto inalterável em si mesmo, abstraindo a comunicação pessoa a pessoa (MAINGUENEAU, 2002). A questão tecnológica também aparece como importante quando se pensa a prática de leitura, pois esta permite a produção e facilita o acesso aos materiais de leitura. Os primeiros impressores eram germânicos, e muitos migraram para outras áreas da Europa em busca de oportunidade de negócios. Em 1450, havia uma só prensa na Europa; em 1500, havia mais de 1.700 que já haviam publicado 27 mil títulos em dez milhões de cópias. Os impressores privilegiaram o vernáculo porque vendia mais e dava mais lucro, já que os vendedores não definiam o que seria vendido, mas reagiam a demanda dos leitores. Os livros, que eram documentos caros e raros, deixados como herança, se tornaram finalmente adquiríveis, e ferramentas de ensino e aprendizagem: “[...] o objeto até então magnífico e precioso transformou-se enfim....em um simples livro” (FISCHER, 2006, p. 213).

Sabemos, no entanto, que não se pode restringir a publicação impressa à “Galáxia de Gutenberg”, pois foram muitas as revoluções na leitura e essas não estão apenas ligadas à

invenção da imprensa. A transformação do livro em um objeto acessível e instrumento de trabalho tem suas raízes no século XII, juntamente com a leitura silenciosa que tornou possível ler mais rapidamente textos mais complexos (CHARTIER, 1999).

O número de leitores na Europa passa de dezenas de milhares para centenas de milhares do século XIV para o XV. Contudo, embora houvesse aumento da leitura, nos séculos XV e XVI a maioria das crianças europeias não frequentava escolas, e o tipo de material lido era basicamente de cartas e outros textos mais curtos impressos, uma leitura cotidiana. Era uma leitura rápida, oficial e educacional, realizada em impressos como: cartazes, panfletos, jornais locais, documentos administrativos e judiciais, editais, avisos, cartilhas, catecismos, orações, indulgências, textos para aulas e livros cerimoniais, ou seja, uma leitura que apoiava a vida cotidiana.

Os livros continuavam raros. E a maioria dos leitores era formada por médicos, nobres, ricos comerciantes e o clero, fato que aponta a questão dos privilégios quando se discute as práticas de leitura: “[...] a cultura da leitura de livros solidificou a divisão entre as classes sociais” (FISCHER, 2006, p. 206).

A consequência da impressão tipográfica foi a ampliação de oportunidades de carreira aberta aos letrados (BURKE, 2003): corrigir provas, fazer índices, traduzir, escrever sob encomenda, publicar dicionários, cosmografias, cronologias, e guias para o conhecimento, assim, a imprensa gerava novas profissões e renovava outras, caso dos jornalistas, arquivistas e bibliotecários.

A imprensa representava recurso indispensável à reprodução de vários instrumentos de atividade econômica e cultural da sociedade europeia em transformação. Burke (2003, p. 160), ao estudar a história social do conhecimento na Era Moderna, considera que os jornais, nesse período, merecem uma atenção especial “porque facilitavam o aprendizado” e difundiam o conhecimento “[...] mais amplamente que os livros, da mesma forma que os livros o difundiam mais amplamente que os manuscritos. Alguns leitores se sentiam intimidados pelos livros e preferiam não mantê-los em casa. O periódico, porém, era mais amigável”.

Foi na transição do século XVI e XVII, quase 150 anos após a invenção da imprensa, que os primeiros jornais do mundo começavam a ser lidos, com a imprensa de periódicos europeia que se originou no século XV com envio de relatórios para banqueiros, comerciantes e políticos, referentes a questões financeiras e políticas, aumentando sua circulação. Panfletos divulgavam acontecimentos marcantes como cometas, catástrofes, histórias fascinantes. No século XVI, panfletos e relatórios eram impressos em maior quantidade para circulação

pública. Havia também um panfleto de uma folha só contendo resumos gerais dos acontecimentos da província, nação e continente europeu. A maioria dessas notícias era passageira e voltada para as massas, e se supõe que atingiam quase todos os membros da comunidade (FISCHER, 2006).

Próximos ao final do século XVI periódicos regulares e assinados começam a aparecer: na Antuérpia o periódico *Nieuwe Tidinghe*, lançado em 1605, de circulação semanal. O primeiro livro de notícias inglês foi impresso em 1621, seguido pelos corantos (notícias recentes). No século XVII, as gazetas (nome derivado do preço, moedas venezianas de meio centavo) podiam ser compradas em todas as metrópoles, que possuíam, geralmente, mais de um título. Eram lidas com tanta frequência quanto a Bíblia. Tinham lotes baixos, mas a prática de leitura em que o meio era passado de mão em mão aumentava o número de leitores (FISCHER, 2006).

A leitura extensa, cuja função é o acesso a informações, passa a ser priorizada ao invés da intensa, que consistia em repetir cada palavra e concentrar-se no significado, contemplando a leitura. E as publicações periódicas se tornaram mais numerosas após o século XVII: almanaques, gazetas, notícias, anúncios públicos, propaganda. A censura, contudo, ainda abafava o leitor, impedindo o desenvolvimento da imprensa como motor social. As pessoas, no século XVIII, ainda tinham muita dificuldade na leitura. Ler na cama começava a ser considerado indolente, mas para muitos ainda era hábito prazeroso facilitado com a invenção de lâmpadas. Esse foi o século do livro com a grande popularidade do romance nas vendas (FISCHER, 2006).

O declínio do poder absolutista no século XVIII e o movimento Iluminista criariam o clima propício ao início da liberdade de imprensa e condições de sua realização. Na França, as relações entre imprensa, cultura letrada e cidade se tornaram bastante evidentes, após as transformações introduzidas pela Revolução Francesa, que possibilitou ao Estado revolucionário a posse direta de um enorme acervo religioso, milhares de livros, documentos e cartórios, que exigiram a criação de Bibliotecas e Arquivos Nacionais, com espaços físicos próprios, a fim de possibilitar ao cidadão requerer sem custo as certidões de documentos que permitissem rever os direitos negados no *Ancien Régime* (SILVA, 2010<sup>38</sup>). Aqui se iniciava a questão do acesso universal, em que a atitude revolucionária francesa ressaltava o direito à informação, possível a qualquer cidadão, rico ou pobre. No entanto, apesar dos arquivos se

---

<sup>38</sup> SILVA, A. M. A transição de paradigmas na Era da Informação. Texto de apoio a disciplina Recursos de Informação, Universidade do Porto e Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Unesp, Marília, maio 2010 (versão digital).

abrirem ao cidadão comum, os mesmos não perderam totalmente “*o cordão umbilical com a instância produtora tutelada pelo Direito e pelo Poder*” (SILVA, 2010).

A partir do modelo francês, em meados dos oitocentos sob inspiração do Romantismo, movimento que construiu uma visão idealizada do povo, “*como um valor refúgio*”, exaltação do nacionalismo e do patrimônio, em muitos países se almejava a unidade política da nação, em que servia de apoio a sustentação do Arquivo, da Biblioteca e do Museu, mobilizando “*múltiplos grupos sociais cada vez mais ameaçados de anomia. Pois não é só a memória que está em perigo de se perder, é também a identidade*” (GUILLAUME apud SILVA, 2010).

Os ideais de liberdade da Revolução Francesa iriam se concretizar na imprensa europeia a partir do século XIX, quando há um desenvolvimento e aumento das tiragens, não só de livros, mas de jornais, revistas e outros materiais impressos (MELO, 1973).

Movimentos de alfabetização em massa acompanharam o desenvolvimento dos livros e jornais em grande parte do mundo, como uma necessidade básica para que a sociedade pudesse contar com circuitos de informação indispensáveis a sua organização (BARKER; ESCARPIT, 1975).

Já no século XIX, na Europa, ler tornou-se mais fácil, pois os livros tornaram-se mais baratos e acessíveis, e houve avanços no sistema de iluminação. A leitura em voz alta ainda era popular nas famílias e também as feitas pelos próprios autores, com uma grande frequência. O povo de classe média baixa e os pobres tornaram-se o novo alvo do comércio de livros, levando a formação da indústria de livros, resultando que o livro se torna mercadoria normal e comum e o seu valor passa a ser o conteúdo. Com quedas nas vendas nas décadas de 1820 e 1830 os livros passam a ser vendidos a preços baixos e a imprensa segue essa tendência. O destaque é para a França, que tinha uma média salarial baixa e a principal fonte de leitura da população era o periódico barato (FISCHER, 2006). A historicidade da leitura demonstra uma vez mais a questão das diversas realidades sociais e de classe, em que há a questão econômica propiciando ou dificultando o acesso aos bens culturais e as carências nas práticas de leitura e informação.

Nos Estados Unidos à época da guerra civil (1861-1865) uma rede complexa de impressão tornou o livro e o jornal objetos comuns da vida cotidiana. Inclusive, para os americanos, os livros eram considerados inferiores ao jornal e a revista, enquanto para os europeus o livro preservou o status de algo fundamental. Contudo, Fischer (2006) assevera que esses jornais não eram feitos para uma leitura rápida, pois os leitores do século XVIII e XIX tinham tempo de se dedicar a esses materiais, assim não havia manchetes em negrito para chamar a atenção do leitor e os artigos ocupavam grande espaço. Eram textos densos,

dispostos verticalmente, com títulos para cada matéria. O jornalista recorria à razão e em resposta o leitor “[...] refletia com ponderação, sem pressa, sobre o que lia” (FISCHER, 2006, p. 262).

Do século XVIII ao início do século XX, a chamada “Era de Ouro do Jornal” (FISCHER, 2006), o jornal se tornou o material mais lido na Europa e Estados Unidos, com agências profissionais de notícias funcionando desde 1832. Jornais europeus eram grandes empreendimentos que empregavam muitas pessoas e em Nova York, com a redução do preço da cópia para um centavo de dólar e a especialização em sensacionalismo, houve um crescimento extraordinário dos jornais em tiragem a partir de 1830.

Crescendo exponencialmente em quantidade e expansão, em 1848, o número de jornais chegou a mais de 4.000 pelo mundo. Na Áustria, esse número pulou de 345, em 1862 para 866, em 1873. Na Inglaterra, 50 a 60 mil exemplares foram vendidos entre 1850 e 1860. Durante a década seguinte, os folhetins ingleses, assim como os dos Estados Unidos, experimentaram um grande salto, alcançando a marca de 250 a 500 mil exemplares. (TEIXEIRA, 2008, p. 71).

A comercialização da imprensa levou a um afastamento dos laços políticos e a transformação do jornal em um produto informativo com o objetivo de conseguir lucros:

A nova ideologia pregava que os jornais deveriam servir os leitores e não os políticos, pregava que traziam informação útil e interessante aos cidadãos, em vez de argumentos tendenciosos em nome de interesses partidários, pregava fatos e não opiniões. (TRAQUINA, 2005, p. 50).

O objetivo era aumentar a circulação, vendendo jornais a preços baixos a um público que não o comprava por razões econômicas, aparecendo novos títulos da chamada penny press<sup>39</sup>, como o The Sun nos Estados Unidos em 1831 e o Presse<sup>40</sup> na França em 1836. Nascia uma imprensa com menos textos opinativos e marcada pelo advento do telégrafo e da fotografia, e que queria se tornar um “espelho da realidade”. Era preciso colocar no jornal a informação que interessasse aos leitores, buscando maior diversidade nos temas, com notícias sobre a polícia, os tribunais, os fatos da rua e da localidade (TRAQUINA, 2005).

---

<sup>39</sup> Esse nome veio do preço desta nova imprensa, que reduziu o valor dos jornais a um centavo. Foi a penny press que efetuou a mudança do jornalismo de opinião para o jornalismo de informação no século XIX (TRAQUINA, 2005).

<sup>40</sup> A grande novidade do Presse foi a introdução de folhetins, recebida com alvoroço pelos novos leitores que buscavam na leitura de jornal a diversão e nem tanto a política (TRAQUINA, 2005).

No histórico da leitura popular Martín-Barbero (2008) cita o folhetim, como um meio que não tem a estrutura fechada do livro, mas a abertura do jornal, implicando um modo de escrever e ler que é meio caminho entre a informação e a ficção, marcado pela interpelação direta dos leitores. Num primeiro nível está a organização material do texto no folhetim, com letras grandes e claras, bem espaçadas, pois destinadas a um público para o qual a leitura é uma tensão que precisa de pausas, pois requer maior esforço. A narrativa episódica, a divisão em partes, capítulos e subcapítulos, com títulos que são unidades de leitura, o tamanho da frase e do parágrafo, são parte de um segundo nível da dialética escritura e leitura, pois permite uma quantidade de leitura contínua a um público cujo hábito de leitura é mínimo. Assim, a organização da informação aliada aos hábitos de leitura do público, ao seu tempo de descanso e sua renda – já que o folhetim era acessível – remete a uma prática de leitura com “cortes”, fragmentada, o que vem a ser a leitura popular (MARTÍN-BARBERO, 2008).

Para Marocco (2006) a questão a ser pensada é em torno da existência do leitor no interior dos jornais, sua presença no discurso do jornal. Refletindo sobre a presença histórica do leitor de jornal, Marocco (2006) encontra em autores como o sociólogo Sunner (1840-1910), a figura do leitor como “povo”, no Século XIX, e que a imprensa se dedicava ao “homem comum”, excluindo questões de filosofia e política, por julgar inadequadas para o debate público. No Século XX, a autora aponta os estudos de Robert Park (1864-1944) da Escola de Chicago, que identificava os leitores de jornais em dois tipos: os que achavam suas vidas interessantes e os que achavam suas vidas chatas e queriam viver algo emocionante pela leitura. Para Park (1970 apud MAROCCO, 2006), adepto da ecologia humana (em que se relacionam um nível biótico e social), o jornal era um organismo que devia se adaptar às necessidades dos indivíduos e grupos.

Nota-se que o jornal era o meio de informação e comunicação que mais se expandiu nos países europeus e América do Norte durante o século XIX. Era o principal meio de comunicação com o mundo até a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), sendo também uma fonte de diversão dentro de casa, antes do rádio e da TV tomarem o seu lugar. Com as mudanças nos meios de informação e comunicação, o público passou a folhear as páginas em vez de fazer a velha leitura aprofundada. O público exigia relatos rápidos ou a mera síntese dos fatos e argumentos, na pressa de mudar de página. “[...] O prazer diário da leitura do jornal havia sido perdido”, acredita Fischer (2006, p. 270), e a manchete passa a ser resumo, e o texto, exposição sucinta. Para uma leitura mais aprofundada, acredita-se que o leitor recorre às revistas e semanários.

O diário, ao contrário destes, tornava-se um resumo apressado dos fatos. E com o tempo se tornou uma característica desse tipo de veículo. Claro que os editores de jornais tinham duas opções: atender às expectativas ou falir. Em consequência dessa mudança, quase todos os jornais diários no início do século XXI publicam textos menores, assim como manchetes e fotografias coloridas maiores. (FISCHER, 2006, p. 270).

Porém, acreditamos que essas mudanças não atenderam apenas a questões de mercado, mas também a alterações na própria leitura do jornal. O século XX trouxe transformações no formato e no conteúdo dos jornais, com mais fotos, menos matérias por página, mais manchetes, mais arte (infográficos, mapas, desenhos etc), uso de cores, colunas padronizadas, fontes legíveis e mais espaços em branco, tornando a leitura mais organizada. Para Nunes (2003) a leitura pode ser administrada segundo os interesses em jogo, daí que está também relacionada ao fortalecimento de certos setores, como as editoras e os jornais. Para os meios de informação e comunicação, a leitura se torna uma questão de layout, de funcionalidade e estética tendo em vista um leitor que lê cada vez mais rapidamente.

A informação impressa ocupa um espaço material com elementos icônicos (esquemas, desenhos, gravuras, fotos etc.) e um paratexto, que são os elementos que acompanham o texto propriamente dito (títulos, assinatura, data, intertítulo, rubrica, comentários, etc.), pois um texto “[...] constitui em si mesmo uma imagem, uma superfície exposta ao olhar” (MAINGUENEAU, 2002, p. 81). Assim, num processo de paginação, podem-se aumentar o comprimento das linhas, dispor o texto em colunas, isolar um texto, destacar etc. (MAINGUENEAU, 2002).

Contudo, Dines (2007) é crítico em relação ao modelo que chama de “televisão em papel impresso”, como o jornal norte americano USA Today. Esse jornal, repaginado na década de 1980 por estratégias de marketing, “[...] a pretexto de atender o leitor que vive se deslocando de um canto a outro dos EUA – imaginava-o um imbecil e só lhe oferecia fotos coloridas, resultados esportivos, previsão do tempo e meia-dúzia de notícias niveladas pelo tamanho mínimo”.

Numa época em que informação e comunicação tendem a confundir-se, Ramonet (2010) diz que a imprensa está em crise e vem oferecendo ao público a imagem de um evento como suficiente para seu entendimento, produzindo a ilusão de que ver é compreender. Com vocabulários simples e elementos de espetáculo, a informação pode ser simplificada e convertida em emoções (RAMONET, 2003).

Segundo Ramonet (2003) as grandes empresas midiáticas têm um discurso infantilizante com características retóricas de discursos rápidos, textos curtos, frases breves,

títulos impactantes que usa a rapidez para evitar o tédio. O que se apresenta é um discurso dirigido às crianças, com simplicidade, brevidade e de maneira emocional.

Quanto às previsões sobre o futuro do jornal impresso diante do contínuo avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação resultam na afirmação sobre o fim da era do papel e a internet como veículo supremo, uma multiplataforma que produzirá a interação total leitor-jornal.

Ao relembrar o impacto da televisão e início das transmissões por satélite na década de 1970, Dines (2009b) afirma que muitos apostaram na destituição do jornal impresso de sua função referencial. No entanto, ocorreu uma coexistência de tecnologias, com diferentes formatos que se completavam. O jornal buscou o equilíbrio entre o rádio e a televisão, oferecendo comentários mais profundos e comparando os fatos, ou inversamente, traduzindo na linguagem cotidiana os acontecimentos locais.

Para Dines (2007) o maior rival da TV é a internet, como meio de informação que permite participação e entretenimento. Já os jornais e revistas, dimensionados pela natureza do papel, ainda que deixe de serem produzidos a partir da celulose, precisarão de um substituto que tenha as mesmas qualidades de portabilidade, acessibilidade, perenidade e descartabilidade.

Se hoje, época de obsolescência imediata, é anunciado o fim dos mais de quatrocentos anos do jornal impresso, que antes funcionava como referência, “[...] apresenta-se diante da sociedade moderna como uma entidade obsoleta, frágil. Portanto, inconfiável” (DINES, 2009b, p. 23).

Com o fim da gratuidade de alguns produtores de conteúdo da internet, a imprensa parece ter adiado sua morte, e retomado o crescimento em alguns países, confirmando o que afirma Chartier (2002), a coexistência por longos períodos, entre as diversas formas de textualidade.

O progresso tecnológico, ao invés de debilitar o jornal, só o fortaleceu: prensas mais rápidas, tintas mais duráveis, papéis mais resistentes, fontes mais legíveis, gravuras mais fáceis de reproduzir, materiais mais flexíveis, sistemas de comunicação mais rápidos (do pombo-correio ao telégrafo) – nada impediu o desenvolvimento do jornal. Ao contrário, tudo o favorece. (DINES, 2005).

A imprensa jornalística auxiliada pelas novas tecnologias tem repensado inclusive o seu modelo de negócios. O modelo *paywall* (“muro de pagamento”) que permite a leitura gratuita na internet de parte do conteúdo do jornal, deixando a navegação ilimitada restrita a

assinantes, foi adotado pelo New York Times<sup>41</sup> e desde 21 de junho de 2012 também pelo jornal Folha de S. Paulo (MOMENTO..., 2012).

#### 4.2 Imprensa no Brasil, leitura e leitores

No Brasil, a implantação da imprensa data de apenas 200 anos (Século XIX), recente em comparação com os países europeus (Século XV), e as Américas Espanhola (Século XVI) e Inglesa (Século XVII). O atraso na implantação da imprensa no país deveu-se a fatores políticos, econômicos e socioculturais, além da ausência de condições infraestruturais. Melo (1973), em estudo clássico, apontou que o retardamento com que a imprensa chegou ao Brasil, não seria somente por questões políticas e econômicas de Portugal com sua colônia, já que em outras possessões portuguesas, como as asiáticas, a imprensa foi logo introduzida. É que a imprensa é produto de fatores como a urbanização, desenvolvimento do comércio e indústria, alfabetização em larga escala, elevação do nível cultural das elites pela existência de universidades, elementos esses ausentes no Brasil até início do Século XIX.

Em Portugal, a Imprensa estava sujeita a censura do Estado e da Igreja desde 1576, “[...] que proibiam a impressão de qualquer obra sem primeiro ser vista e examinada pelos desembargadores do Paço, depois de vista e aprovada pelos oficiais do Santo Ofício da Inquisição” (SODRÉ, 2007, p. 10). Desse modo, o livro e a impressão podiam atrair “maldição e condenações”, bem como o ato de ler, considerado “[...] indesculpável impiedade, era mesmo prova de crimes inexpríveis” (SODRÉ, 2007, p. 12). A historicidade da leitura demonstra que essa nem sempre foi vista de forma positiva. A questão da censura também influenciou a imprensa em Portugal:

[..] a imprensa pouco se desenvolveu em Portugal, sobretudo a imprensa periódica, não apenas em razão do pauperismo tecnológico, mas também em função das restritivas determinações da censura que desencorajavam quaisquer iniciativas nesse setor. Às vésperas da invasão napoleônica os jornais portugueses praticamente inexistiam, circunscrevendo-se a umas poucas folhas orientadas pelo governo. (MELO, 1973, p. 141).

A Imprensa viveu caminhos parecidos em Portugal e no Brasil, com a entrada de livros e jornais por contrabando, empréstimo ou pelas mãos de livreiros que eram severamente fiscalizados. No fim do século XVIII, a entrada de impressos no Brasil era considerada uma atividade perigosa, dificultando a expansão de uma cultura letrada, apesar do

---

<sup>41</sup> O jornal New York Times conta com público pagante de 500 mil leitores (MOMENTO..., 2012).

início do comércio de livros e das primeiras bibliotecas particulares começarem a surgir. A historicidade da leitura também aponta as interdições que acontecem neste campo, como a censura, que impede que os leitores em determinadas condições histórico sociais construam livremente uma história da leitura.

É conhecida a tentativa de implantação de uma tipografia por Antonio Isidoro da Fonseca, que chegou a imprimir algumas folhas. Sodré (2007) cita um documento real de seis de julho de 1747 através do qual o rei ordena o confisco de uma variedade de tipos que haviam chegado ao Brasil naquele ano, mandando que fossem enviados de volta à metrópole.

De fato, o país vivia no início do século XIX uma quase ausência de urbanização, com a vida colonial de caráter essencialmente rural, concentrada em engenhos, fazendas, num regime de pequenas povoações que eram dependências das grandes propriedades agrícolas, como vilas.

Mais do que em terras espanholas, onde algumas importantes instituições letradas como as universidades têm suas origens já no século XVI, no Brasil, a articulação social da grande propriedade, do escravismo e do catolicismo definiram os estreitos limites de desenvolvimento da cultura letrada. A cidade letrada obedece à dinâmica da colonização, movendo-se com o aparato administrativo metropolitano, estabelecendo-se nos centros de governo. O processo “civilizatório” mais geral fica a cargo das diversas ordens religiosas que, integrando a cidade letrada, dão conta de sua reprodução e articulação com as culturas orais. (CRUZ, 2000, p. 39).

Era um quadro desanimador, em que só existiam escolas nas cidades e vilas mais importantes: “[...] entre os séculos XVI e meados do século XVIII, o Brasil pôde ser classificado como um país multilíngüe, etnicamente diversificado, eminentemente rural e não escolarizado” (OLINDA, 2003, p. 158).

Até o século XVIII não havia no Brasil, exceto em centros como Rio de Janeiro, Recife e Salvador (por serem portos escoadores de mercadoria para a metrópole), desenvolvimento urbano, porque os habitantes continuavam a viver em áreas rurais. “[...] Enquanto as cidades não atingem plena autonomia econômica e social, a imprensa será sempre raquítica, ou em alguns casos, inexistirá” (MELO, 1973, p. 131).

Apenas no século XIX, com o processo de formação do Estado nacional, que a cultura letrada adquire relevância com elaboração de leis, códigos, literatura nacional e o periodismo, com o deslocamento da Coroa Portuguesa iniciando as condições da vida urbana e letrada no Brasil. Oficialmente, a Imprensa foi iniciada em 13 de maio de 1808, após a chegada da família real portuguesa que aqui acorreu fugindo da invasão napoleônica na Europa. “[...] Agora, torna-se necessário não somente formar instituições e quadros para a nascente nação,

mas, sobretudo ampliar e atingir o circuito de cidadãos que participam da construção da cultura” (CRUZ, 2000, p. 41). Surgiram nesse período no país: a Impressão Régia (1808), Erário Régio (1808), Banco do Brasil (1808), Supremo Tribunal de Justiça (1828), Biblioteca Real (1810) com 60 mil volumes, e cursos superiores.

Nesse contexto foram criados cargos, cursos, cadeiras, escolas e às primeiras faculdades para atender as necessidades dessa nova população. Portanto, é no período monárquico que a educação no Brasil ganha vulto, libertando-se gradualmente do ensino superior estrangeiro. Todas as mudanças ocorridas no ensino público devem-se à influência de D. João VI. Ele permitiu a abertura de escolas de primeiras letras em todo o país e multiplicaram-se as escolas secundárias de artes e ofícios. Mas foi ao ensino superior que o seu governo deu total dedicação. Em consequência da mudança da Família Real, foram implantadas, progressivamente, a Academia Militar, a Academia da Marinha, a Escola de Medicina e Cirurgia no Rio de Janeiro e na Bahia. (OLINDA, 2003, p. 158).

A Impressão Régia foi, portanto, implantada junto a várias outras medidas governamentais que auxiliaram as atividades administrativas da Coroa Portuguesa, transformações necessárias num país que era ainda bastante limitado em relação à infraestrutura social e econômica (MELO, 1973).

A Imprensa veio junto com a família real, a bordo da nau Meduza, e não ficou limitada a impressão de documentos oficiais, pois D. João autorizou impressos comerciais como folhinhas, almanaques, letras de câmbio, avisos mercantis, e também livros, opúsculos, já que não havia outra tipografia no Brasil. A preferência na impressão, contudo, era de impressos administrativos. No decreto real de 13 de maio de 1808 foram especificadas as funções de impressão exclusiva de toda legislação e papéis diplomáticos que procedessem da administração real:

Assim é que apareceu a *RELAÇÃO DOS DESPACHOS PUBLICADOS NA CORTE PELO EXPEDIENTE DA SECRETARIA DE ESTADO DOS NEGÓCIOS ESTRANGEIROS...*a primeira publicação da Impressão Régia. Esse “incunábulo” brasileiro, muito raro, contém em todas as suas páginas (salvo uma) a lista das nomeações, promoções, reformas etc. de oficiais do Exército em todo o território brasileiro desde a chegada da Corte ao Brasil até 13 de maio de 1808. Numa de suas páginas vem uma lista de decretos e cartas régias sobre medidas gerais de administração, incluindo a própria criação da Impressão Régia. Como se vê, não é nenhuma obra literária. Mas o “incunábulo” merece ser lembrado pelo seu próprio mérito. (MORAES, 1993, p. XVIII).

Sublinha-se que a tipografia da Impressão Régia dedicava-se a impressão de material distinto: publicava tanto livros como folhetos, avisos, editais, jornais e revistas no século XIX. “[...] Daqueles prelos saiu todo tipo de impresso, inclusive, em 1813, a segunda revista periódica do Brasil, *O Patriota, Jornal Literário, Político e Mercantil*” (MARTINS; LUCA, 2006).

E também livros que auxiliaram o ensino superior com a divulgação da ciência, pois a criação da Academia e a nomeação de professores eram insuficientes: “[...] era preciso ter livros para os alunos. Surgia no Brasil o problema do livro didático. Para resolvê-lo, a Impressão Régia publicou uma série de manuais franceses para “uso dos alunos”, como consta em suas páginas de rosto” (MORAES, 1993, p. XXIII).

A administração da Impressão Régia cabia a uma junta que examinava os papéis e livros a serem impressos, para que não se publicasse nada contra a religião, o governo e os costumes vigentes, pois não havia impressão sem exame dos censores reais (SODRÉ, 2007).

Em 10 de setembro de 1808 saía o primeiro número do jornal Gazeta do Rio de Janeiro, tido como o produto mais significativo da Impressão Régia, e que, para alguns, marca o início do jornalismo nacional. A Gazeta era inicialmente um periódico semanal, que, após aceitação do público se tornou bissemanal, até 1821, quando passa a circular três vezes por semana e a ser chamado apenas de Gazeta do Rio. Após a Independência, muda o nome novamente para Diário do Império (MELO, 1973, p. 87).

Como produto inicial da imprensa periódica, A Gazeta do Rio de Janeiro é considerada uma iniciativa oficial e que não possuía atrativos para o público, sendo um embrião de jornal, cujo texto era extraído do também oficial Gazeta de Lisboa, e de jornais ingleses:

Era um pobre papel impresso preocupado quase que tão somente com o que se passava na Europa, de quatro páginas in 4º, poucas vezes mais, semanal de início, tri-semanal, depois, custando a assinatura semestral 3\$800, e 80 réis o número avulso, encontrado na loja de Paul Martin Filho, **mercador de livros**. (SODRÉ, 2007, p. 19, grifo nosso).

Nota-se que não havia ainda no país uma divisão tanto na produção como no comércio de livros e jornais. Assim como os livros proibidos chegavam de navio, por contrabando, o Correio Braziliense de Hipólito da Costa, também. O monopólio da Impressão Régia era um fator inibidor da impressão no país, pois oneroso, prejudicava principalmente os comerciantes. Ainda assim, em 1808 a Impressão Régia publicava as primeiras obras: “Memória histórica da invasão dos francezes”, de autoria anônima, atribuída ao bispo do Rio

de Janeiro, D. José Caetano da Silva Coutinho; e “Observação sobre o Comércio Franco do Brasil”, de Silva Lisboa (MORAES, 1993).

O tema do início do jornalismo no Brasil é polêmico, pois o *Correio Braziliense*, editado por Hipólito da Costa, também passou a circular no país em 1808, editado na Inglaterra<sup>42</sup> em 1º de junho, quase três meses antes da *Gazeta*, inclusive com maior qualidade de impressão e colocando a colônia em contato com o mundo, trazendo notícias internacionais ao Brasil (MARTINS; LUCA, 2006). O jornal era bastante diferente da *Gazeta*, pois tinha mais de 100 páginas, com capa azul escuro, mais doutrinário e menos informativo, de preço elevado.

Bahia (1990, p. 27) apresenta o *Correio* como um jornal influente, no caminho da renovação política do país, como um dos que contribuíram para as reformas ocorridas no período de 1808 a 1823: “[...] Hipólito da Costa luta no *Correio* por princípios liberais e democráticos, contra as práticas obscurantistas e despóticas [...] quer a emancipação de seu país, não por métodos violentos, mas por meios legais”.

Mas para Sodré (2007), o *Correio* praticava atividade moralizadora e não modificadora, não desempenhando papel tão relevante no conjunto da imprensa periódica, ainda que o esforço de sua produção possa ter sido uma “tarefa gigantesca”. Até que ponto influenciou na opinião pública da época, o autor aponta ser difícil elucidar: “[...] quão pouca gente seria capaz de ler um periódico desse tipo, o doutrinário, no Brasil dos primeiros lustros do século XIX” (SODRÉ, 2007, p. 27).

Conforme já apresentamos, a questão da prática de leitura demonstra que essa precisa ser sempre contextualizada, pois sendo segmentada e relacional, ela mobiliza sentidos vários, segundo o lugar, a ideologia, a história e a cultura de seus participantes, o que permite ou não a sua constituição. Assim que, ao se falar de leitura é preciso pensar o que se lia e quais grupos sociais a praticavam e em qual contexto.

No início do século XIX, a escola ainda era desorganizada, funcionando muitas vezes, em casas de professores, fazendas e espaços pouco apropriados ao ensino, com pequeno número de escolas régias de primeiras letras e um sistema de discriminação racial que predominou por algumas décadas do século XX (OLINDA, 2003).

Era uma educação restrita a alguns setores da população e resumida a poucos estabelecimentos de nível primário e secundário: “[...] não existiam, portanto, as condições

---

<sup>42</sup> A Imprensa portuguesa também sofreu censura e imprimiu jornais em Londres, pois muitos intelectuais liberais foram para o exílio nas primeiras décadas do século XIX, publicando títulos no estrangeiro: *O Popular*, *O Correio Interceptado*, *O Cruzeiro*, *O censor*, *O português emigrado*...dentre outros (RODRIGUES, 2000).

para a formação de um público capaz de interessar-se por livros, e conseqüentemente, erigir a necessidade social da Imprensa” (MELO, 1973, p. 124).

A escolaridade, aliada a situação econômica e política, permite ou não a constituição de um público leitor, pois são requisitos indispensáveis quando se pensa na produção, no acesso e circulação dos materiais de leitura e os mais diversos usos que se fazem deles.

A partir do século XIX, as cidades cresciam mais rapidamente e a percentagem de analfabetismo começava a cair no Brasil. No entanto, a elite educada era ainda restrita, pois no fim do século apenas 14% das crianças em idade escolar tinham acesso a matrículas (BAHIA, 1990).

#### 4.2.1 Leitura, imprensa e literatura

Quanto à literatura, Moraes (1993) relata que se trata da maior produção da Imprensa Régia: contabilizando peças de teatro, poesias, folhetos de cordel e romances, literatura infantil. A Imprensa Régia publicou mais de 20 romances entre 1810 e 1818, sendo o primeiro, o “Diabo Coxo”, de Lesage, em 1810.

Hoje o mercado editorial de livros, revistas e da publicação de jornais e materiais gráficos encontram-se em âmbitos distintos, o que pode nos levar a esquecer que a literatura e a imprensa periódica começaram juntas em 1808 na Imprensa Régia: “[...] e também que a primeira se beneficiou enormemente da segunda para sua difusão, em forma de folhetim, durante todo o século XIX e o início do XX” (COSTA, 2005, p. 14).

A Imprensa Régia, segundo Melo (1973) era limitada e medíocre, com impressão abrangendo livros, jornais, papéis de expediente, sermões, avulsos insignificantes, impressos numa só página. No entanto, Moraes (1993) defende a sua importância, destacando que a instituição, apesar das limitações, funcionou nas primeiras décadas do século XIX como uma verdadeira casa editora, publicando toda sorte de material impresso, obras de relevo e com qualidade de impressão. Em 1809 foram construídos prelos de madeira porque os vindos de Lisboa já não davam conta dos trabalhos: “[...] trabalho não faltava, mas a capacidade da oficina não permitiu a publicação de mais de umas poucas obras anuais entre 1808 e 1820” (MORAES, 1993, p. XX). A Imprensa Régia estava sempre com o trabalho atrasado e originais à espera.

Houve rígido controle da impressão até 1820, perfazendo média anual de apenas 52 trabalhos editados. A quantia aumentou para 265 unidades/ano entre 1821 e 1822, quando é abolida a censura prévia no Reino (MELO, 1973). Entre 1821 e 1822 recebeu novos prelos

vindos da Inglaterra e Estados Unidos, porém eles não aliviaram os trabalhos de impressão (MORAES, 1993). Até 1822 a Imprensa Régia contabilizou 1154 trabalhos de impressão, que incluía livros, avulsos, jornais e opúsculos (SODRÉ, 2007).

Bahia (1990) afirma que a tipografia da Imprensa Régia atendia clientes e imprimia livros, documentos oficiais, editais, com encomendas, inclusive, atropeladas pela impressão de cartas de baralho. Para Moraes (1993), foram as cartas de baralho que permitiram a Imprensa Régia sobreviver, pois essa sempre teve dificuldades financeiras, sendo aliviada pela aquisição da Fábrica de Cartas de Jogar em 1811.

Dessa época, surgia uma imprensa pioneira, em muito forjada e amparada pelo governo joanino, tais como: A Idade de Ouro do Brasil (1811) no Estado da Bahia, na oficina de Silva Serva; O Patriota (1813) na Imprensa Régia, Rio de Janeiro, e outros que serviam para neutralizar críticas ao poder colonial (como as proferidas pelo Correio Braziliense) e com esse objetivo, surgiram os periódicos: Reflexões sobre o Correio Braziliense (1809), que saía da Imprensa Régia, em Lisboa; e O Investigador Português (1811), publicado em Londres; ambos mantidos sob proteção lusa.

No início de 1821, existiam apenas duas Tipografias no país, a Imprensa Régia no Rio, e a tipografia de Silva Serva em Salvador, capital baiana. Após esse ano, mais quatro cidades contariam com a Imprensa: Recife, São Luís, Belém e Vila Rica<sup>43</sup>. Duas novas se iniciaram no Rio em 1821 e mais quatro em 1822. Esse aumento, tanto na produção quanto no número de tipografias, se deveu a Revolução do Porto (1820) que acabou por permitir o aparecimento de outras oficinas tipográficas.

O ano de 1821 ganha relevo na história da imprensa brasileira porque marca uma etapa da liberdade de expressão do pensamento. Em 28 de agosto, D. Pedro, príncipe regente, com o retorno de D. João VI a Portugal, decreta o fim da censura prévia a toda matéria escrita, tornando livre no Brasil a palavra impressa. (BAHIA, 1990, p.17).

A Imprensa Régia seguia muito lentamente: os equipamentos de 1808, (apesar de somados a novas aquisições como apontou Moraes, 1993), só seriam substituídos em 1845 por prelos mecânicos; em 1877 se reequipou com baixo investimento, tendo a primeira rotativa chegado apenas em 1902 (MARTINS; LUCA, 2006). A mudança ocorreu na

---

<sup>43</sup> Em São Paulo, Cruz (2000) enfatiza que no século XIX a cultura letrada ocupava espaços reduzidos no cotidiano da vida urbana dominada por relações de exclusão decorrentes do escravismo, analfabetismo, práticas orais e instituições como a academia e a imprensa, que excluía totalmente as classes subalternas. Em 1823 circulava O Paulista, jornal inteiramente manuscrito, devido às dificuldades de acesso a uma tipografia.

denominação: a Impressão Régia passaria a chamar-se Typographia Nacional<sup>44</sup> (SODRÉ, 2007). A Impressão Régia desempenhou importante papel na produção impressa do país, pois atuava nessa época como uma casa editora, imprimindo todo tipo de material, de oratória sacra a livros didáticos, literatura e imprensa periódica, folhetos, avulsos, impressos administrativos e cartas de baralho:

Muitos historiadores e jornalistas, sem se dar ao trabalho de avaliar a produção da Impressão Régia com cuidado, proclamam que nada produziu de valor cultural. Alguns admitem que de seus prelos saíram alguns bons livros. O balanço rápido e incompleto que fizemos demonstra o contrário. A Impressão Régia foi uma excelente editora: publicou dezenas de livros de real valor cultural, fez conhecer os poetas famosos, em moda em Portugal, imprimiu os versos dos nossos, lançou o romance e a novela no Brasil, resolveu o problema do livro didático para o ensino superior inaugurado no Rio de Janeiro e cumpriu sua missão principal quanto à legislação. Não há exagero em afirmar que somente na segunda metade do século XIX, quando Leuzinger e Laemmert estavam no auge, é que tivemos editoras comparáveis. (MORAES, 1993, p. XXX).

A imprensa se diversificava, refletia paixões, confrontos, com aumento de pequenos veículos, jornais radicais e panfletos, que questionavam o governo, e foram chamados depreciativamente de “pasquins”<sup>45</sup> (BAHIA, 1990).

Essa razoável liberalidade também se refletiu no comércio de impressos: em 1813 havia apenas duas livrarias na Corte, a dos franceses Paul Martin Filho e Jean Robert Bourgeois; e em 1821, pelo menos nove. Após a Independência novas lojas surgiram, vendendo folhetos, revistas, livros e jornais:

Essa expansão do comércio de livros estava em consonância com as condições políticas que evoluíam rapidamente: era um país novo que começava a emergir, com a sua camada culta ansiosa por definir-lhe os rumos e necessitada, para isso, de informar-se. O livro, assim, rompia a clandestinidade, deixava de ser estigmatizado como coisa diabólica, começava a interessar. Mais do que isso: a ser necessário. E o saber, de que era ferramenta, encontrava agora, nas classes ou camadas menos

---

<sup>44</sup> Bragança (2007) comenta que em 1818 o nome da Impressão Régia mudou para Typographia Real, depois para Typographia Régia (em 1820) e Typographia Nacional (em 1821). Após a Independência seu nome passou a ser Typographia Nacional e Imperial (1826) e ainda Typographia Nacional, de 1830 até 1885. A partir desta data seu nome passou a ser o que mantém até hoje: Imprensa Nacional.

<sup>45</sup> Essa é a fase dos publicistas, misto de jornalista e político, de repórteres e polemistas, com destaque para Soares Lisboa (*Correio do Rio de Janeiro*, 1822), Frei Caneca (*Tifis Pernambucano*, 1823), Evaristo da Veiga (fundador do *Aurora Fluminense*, 1827), Luís Augusto May (*A Malagueta*, 1821), Cipriano Barata (redator das *Sentinelas da Liberdade*, 1823) e do legalista José da Silva Lisboa (pequenos jornais e panfletos políticos), entre outros. Fora Silva Lisboa, ferrenho defensor do absolutismo, os demais foram agredidos, perseguidos ou presos, ou ainda vítimas de atentados ou processos de expulsão ou condenação.

desfavorecidas, aquelas que tinham acesso ao ensino, um lugar e uma função. Ler, aprender, eram atividades que continham, em si mesmas, como sempre, um sentido anticolonialista – representavam um esforço de libertação. (SODRÉ, 2007, p. 39).

No entanto, em 1822 o cerceamento a impressão começava, com o aniquilamento da imprensa de oposição, que perseguida, teve caráter transitório e efêmero. Porém, alguns títulos de jornais incorporaram o filão empresarial, independente, afastando-se da efemeridade, divulgando informações comerciais, noticiário nacional e internacional, e anúncios (de escravos inclusive). Os jornais desse período que ainda circulam são: Diário de Pernambuco (1825) no Recife; Jornal do Commercio (1827) no Rio de Janeiro e Monitor Campista (1834), de Campos dos Goytacazes (RJ) (ANJ, s/d). Portanto, com a Independência, a mudança fundamental não ocorrera, pois ao invés da República Laica francesa, no país o poder era exercido pela Monarquia católica “[...] com Igreja e Estado compartilhando o poder, cerceando educação e mentes” (MARTINS; LUCA, 2006, p. 23).

No século XIX, a Imprensa foi uma instituição indiferenciada na produção de livros, revistas, folhetos e jornais, inclusive com muitos homens e mulheres de letras trabalhando tanto na escrita de livros quanto na de artigos em jornais. Em ofícios da Imprensa, trabalharam jovens literatos sem fortuna que entravam para a Literatura “[...] pela porta de serviço: o Jornalismo”<sup>46</sup> (COSTA, 2005, p. 28). Ao acompanhar a formação da leitura no Brasil, muitos estudiosos se recordam que era a imprensa quem pagava a conta das Letras no país:

Imprensa e literatura são formações discursivas diferentes, emanadas de lugares sociais igualmente distintos; mas ambas integram o mesmo sistema da escrita. Não se confundem, posto que sejam intercomunicantes. E o fato de a imprensa, durante um certo tempo e em certos casos, financiar a literatura é, talvez, a manifestação mais visível desta intercomunicabilidade. (LAJOLO; ZILBERMAN, 1999, p. 87).

Como imprensa periódica e literatura se confundiam: “[...] os homens de letras buscavam encontrar no jornal o que não encontravam no livro: notoriedade, em primeiro lugar; um pouco de dinheiro, se possível” (SODRÉ, 2007, p. 292).

No início da Imprensa no Brasil, não existia uma separação acentuada da produção de livros e jornais, as atividades caminhavam juntas, com os impressores sendo ao mesmo tempo escritores, jornalistas, editores e também livreiros, publicando uma variedade de materiais

---

<sup>46</sup>Inclusive Machado de Assis, que foi tipógrafo aprendiz na Imprensa Nacional, tendo por lá atuado num período de dois anos, saindo em 1858 para ser revisor de provas na tipografia de Paula Brito (COSTA, 2005, p. 30).

impressos. Um exemplo foi Paula Brito, um dos primeiros editores de livros brasileiro, que era também livreiro, redator do *Jornal do Comércio* e dono de Tipografia, conforme registrou Sodré (2007, p. 193-194, grifo nosso):

Era este sem dúvida, figura singularíssima. Mulato, homem do povo, começara como tipógrafo, em 1829, nas oficinas de Seignot Plancher, o fundador do *Jornal do Comércio*, [...] Em 1831, tinha já tipografia própria, fazendo panfletos [...] fundou jornais facetos, *A Mulher do Simplício* ou *A Fluminense Exaltada*, criando a loja do Rocio, que viria a ser o ponto de reunião dos letrados da época. Comprou, então, a *Marmota*, em que divulgou os trabalhos dos escritores jovens: Joaquim Manoel de Macedo publicou nela, em folhetins, *Vicentina* e *O Forasteiro*; Teixeira e Sousa, romances e poemas; Machado de Assis, as primeiras peças e versos [...] traduzia as fábulas de Esopo e escrevia também peças teatrais, dramas e comédias. **Em seu esforço infatigável criou o Arquivo Municipal**; editou a *Guanabara* [...] a primeira geração romântica [...] acolheu e protegeu Machado de Assis.

Havia também inúmeras dificuldades para que um jornal chegasse às mãos de seus leitores, sendo distribuído exclusivamente através de assinatura e venda avulsa em livrarias, e depois, por volta de 1840, também em lojas de costumes. Esse cenário foi aliviado em 1844 quando os Correios iniciaram o serviço de entrega domiciliar, estimulando a circulação de jornais, mas sendo ainda necessário ao leitor ir a uma agência local se quisesse ler algum periódico de outra cidade (BAHIA, 1990).

Assim, os jornais e revistas podiam ser adquiridos apenas nos centros administrativos que possuíam público leitor. O que nos leva a pensar a Imprensa como atividade essencialmente urbana e representativa da cultura letrada. “[...] As tensões e articulações entre a cultura letrada, campo privilegiado de expressão das elites, e a oralidade constituem dimensão fundamental da formação das culturas urbanas e das relações de poder na cidade moderna” (CRUZ, 2000, p. 33).

Ainda hoje os jornais diários no Brasil se concentram, em sua maioria, nas proximidades das cidades, em locais de desenvolvimento acentuado, o que atrela esses meios às relações de produção, e ao Estado, na implantação de redes escolares promotoras do hábito da leitura.

O desenvolvimento da Imprensa foi impulsionado por uma crescente população escolarizada, expansão do mercado de bens culturais, mudanças políticas no Brasil e inovações técnicas que culminaram com a intensificação da separação de publicação de livros e jornais, nos fins do século XIX, em instituições distintas: a casa editora e a empresa jornalística nos mercados urbanos. Os livreiros editores criaram casas sólidas que dominariam

a produção e distribuição de livros a partir da segunda metade do século XIX como Laemmert, Garnier e Francisco Alves (ALMEIDA JUNIOR, 1997).

Na imprensa periódica, o desenvolvimento de jornais se intensificou, com mudanças de formato dos jornais e instalações mais modernas. No entanto, a maioria dos jornais fundados nesse período deixou de circular, com alguns títulos que permanecem até nossos dias, tais como: *Jornal do Brasil*<sup>47</sup> (1891), *O Fluminense* (1878), ambos do Estado do Rio de Janeiro; e os paulistas *A Província de São Paulo* (atual *O Estado de São Paulo*) (1875), e *A Tribuna* (1894), de Santos; juntos ao gaúcho *Correio do Povo* (1895).

A imprensa no país, de início, oficial, sujeita a censura e limitada à *Impressão Régia* e sua produção, adquiriu relevância a partir de mudanças engendradas no cenário nacional, com ampliação de tipografias, de títulos periódicos, retratando a transformação política e a emergência de novas situações da cultura letrada no Brasil do século XIX.

O aumento das tipografias, dos títulos de periódicos e da circulação de livros após 1821, também demonstrou a existência de um público leitor, que embora ainda restrito, acompanhou o início do desenvolvimento das cidades e da implantação do ensino, reafirmando a *Imprensa* como atividade essencialmente urbana e representativa da cultura letrada.

Essa imprensa indiferenciada contava também com produtores diversos: políticos, literatos, jornalistas, editores, livreiros, administradores, que desempenhavam esses papéis simultaneamente. É ainda no século XIX que a industrialização e a profissionalização passaram a criar diferenciações no campo da *Imprensa*, com a produção e mercado de livros, jornais e revistas começando a caminhar de forma autônoma na virada do século XIX para o XX.

As relações entre literatura e a imprensa periódica são variáveis de um país para outro, mas podemos notar ainda hoje no Brasil essa constante correlação entre a difusão do livro e do jornal<sup>48</sup>, e que uma política de leitura deve considerar a edição de jornais e livros como

<sup>47</sup> A última edição impressa do *JB* circulou dia 31/08/2010, permanecendo atualmente apenas a versão online (<http://www.jb.com.br/>). Dines (2010) conta que dos anos 1950 a 1990 o *Jornal do Brasil* capitaneou o pelotão de diários nacionais: "O nome ajudava. Além disso, o Departamento de Circulação tinha como objetivo converter o *JB* na segunda opção do leitor das capitais estaduais." Após 119 anos de história o jornal deixou de ser impresso, demonstrando equívocos empresariais que levaram a uma circulação de apenas 20 mil exemplares, sendo que desde 2008, o *JB* não era mais auditado pelo IVC.

<sup>48</sup> Um exemplo relevante é o do Grupo Folha, um dos principais conglomerados de mídia do país e que controla um jornal de grande influência e circulação (*Folha de S.Paulo*), a maior empresa brasileira de conteúdo e serviços de internet (*UOL*), o site noticioso de jornal com mais audiência (*Folha.com*) e a maior gráfica comercial do Brasil (*Plural*), além de outros negócios, como uma editora de livros (*Publifolha*), uma livraria virtual (*Livraria da Folha*), uma agência de notícias (*Folhapress*), um moderno parque gráfico (*CTG-F*), a *Transfolha*, dedicada à distribuição de produtos do Grupo Folha, uma gráfica dedicada a jornais e folhetos para empresas, editoras e agências de publicidade (*FolhaGráfica*) e a *SPDL*, empresa de distribuição e logística estabelecida em associação com o jornal "*O Estado de S. Paulo*". A *Publifolha*, editora do Grupo Folha, foi criada em 1995, publicou mais 1.000 títulos e conta com 600 obras em seu catálogo. Disponível em: <[http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca\\_o\\_grupo.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_o_grupo.shtml)>. Acesso em: 20 nov. 2012.

complementares a necessidade de informação, cultura e conhecimento, fortes motivadores da leitura.

As articulações entre a imprensa, as práticas de leitura e as condições de vida urbana, demonstram a formação de uma nova sociedade, em que o registro da informação adquiriu relevância como recurso fundamental à reprodução de vários instrumentos de atividade econômica e cultural. No Brasil do início do século XIX, em que a urbanização e acesso ao ensino eram ainda limitados, a Imprensa chegou com a Família Real, representando uma sociedade em transformação, e que foi implantada junto a outras instituições urbanas como escolas e bibliotecas, iniciando as condições da cultura letrada no país.

Na passagem do século 19 para o 20 surge o jornal empresa, saindo de uma imprensa artesanal. Mas ainda não representa uma indústria da comunicação, porque as tiragens são pequenas. Inclusive nesta fase a imprensa em língua estrangeira produzida no Brasil era superior à produzida em português, jornais em italiano e em alemão tinham tiragens maiores. Só vamos ter um desenvolvimento maior da imprensa em língua portuguesa quando os imigrantes se alfabetizam em português e começam a demandar informações. (MELO, 2010, p. 11).

Havia uma forte tradição literária na imprensa brasileira e o uso de manchetes e subtítulos era ainda pouco difundido. Na década de 1950 a imprensa começa a padronizar-se e preocupar-se com o aspecto estético da publicação, tendo como exemplos o Diário Carioca e o vespertino Última Hora, de Samuel Wainer<sup>49</sup>, com editorias para temas específicos; além do Jornal do Brasil, que promoveu grande reestruturação em suas páginas, abolindo fios das colunas e trabalhando espaços em branco (TEIXEIRA, 2008).

#### 4.3 O jornal e o leitorado

Hoje em dia, grande parte dos jornais pertence à mega grupos de comunicação e muitos títulos ainda livres são dependentes de receitas publicitárias (RAMONET, 2010). Foi no século XX que o jornal assistiu as mudanças de sua gestão passar das mãos de jornalistas proprietários e grupos familiares para empresários e sociedades anônimas que assumiram o comando acionário em diferentes empresas.

---

<sup>49</sup> Samuel Wainer foi um jornalista paulistano que trabalhou em diferentes jornais até fundar o Última Hora em 1951 no Rio de Janeiro. O jornal surge numa época de modernização da imprensa brasileira, contribuindo com o populismo de Getúlio Vargas, seu principal financiador, e com inovações formais e estéticas, sendo dirigido às classes populares (HOLFELDT; BUCKUP, 2002).

Os sucessivos inventos no campo gráfico e o aumento demográfico operado nos centros industriais da Europa e da América produzem também jornalistas com gênio comercial, que criam outros modelos e, utilizando novos métodos e técnicas empresariais e morfológicas, inclusive os recursos à gravura e à cor, atraem à leitura do jornal grandes parcelas do público. Nos Estados Unidos, com Gordon Bennet (New York Herald), na França com Girardin (La Presse) e, mais tarde em Viena, com August Zang (Die Presse), em Berlim, com August Scherl (Berliner Lokalanzeiger) e em Londres, com Lord Northcliffe (Daily Mail) surgem os jornais de grandes tiragens e preços baixos que não tardam, já em nosso século, a se transformarem em poderosas empresas pessoais e em consórcios. (BELTRÃO, 1980, p. 48).

Contudo, essa mudança não foi hegemônica, pois ainda hoje no país políticos se tornam proprietários de meios de informação e comunicação com objetivo político eleitoral nem sempre explícito para o público leitor. E ainda, empresas familiares modernizam seu comando e continuam a manter os herdeiros próximos a linha editorial, como o jornal O Estado de São Paulo. O jornal é uma empresa econômica que vive a questão de ter uma missão pública baseada em princípios éticos e adequação à comunidade, e às normas práticas de uma produção comercial e técnica conforme princípios privados (BELTRÃO, 1980).

Mas se observa também no país que grandes empresas acabaram por absorver outras mais frágeis, desde a segunda década do século XX, quando Assis Chateaubriand adquiriu no Rio de Janeiro, o periódico O Jornal, e em São Paulo, O Diário da Noite, formando a cadeia dos Associados, que em 1968 era composta por 32 diários, 22 rádio emissoras, 16 tele emissoras, 18 revistas, uma agência de notícias, uma de publicidade e uma casa editora de livros (BELTRÃO, 1980).

Dines (2009b) comenta que na transição para o período democrático no Brasil, no final da década de 1970 e início da década de 1980, o papel da imprensa foi o de afastar-se do convívio com o poder (movimento capitaneado pela Folha de São Paulo) e colocar-se junto ao interesse dos seus leitores. “[...] O jornal é ao mesmo tempo, espelho e miragem da sua audiência, caricatura e ideal de seus leitores” (DINES, 2009b, p. 16).

Para Dines (2009b) a vantagem para o leitor é que o jornal pode ser lido na hora e lugar mais conveniente para ele, pode ser relido, guardado, aprofundado, seu conteúdo pode ser institucionalizado (emitir opinião) e ainda, o jornal é a memória da sociedade e precisa organizar-se nesse sentido.

Foi na década de 1950 que os jornais atingiram tiragem considerável, mas somente na década de 1990 conseguiram registrar recordes de venda impulsionados por brindes relacionados ao meio, como literatura e enciclopédias. Contudo, para um estudioso, a leitura de jornal não é um hábito disseminado no país:

A imprensa diária no Brasil é só para as elites, pois temos uma população de quase 200 milhões de habitantes para uma tiragem que não chega a 10 milhões de exemplares diários. Nos anos 1950 alcançamos nosso pico proporcional, de 5 milhões de exemplares diários. A leitura de jornais baixou bastante no período do autoritarismo, porque os jornais não tinham credibilidade, estavam sob censura. A circulação volta a aumentar depois da redemocratização de 1988, e tem seu pico de aumento nos anos 1990, quando os jornais começam a oferecer brindes junto com as vendas (livros, dicionários, enciclopédias). (MELO, 2010, p. 12).

Na década de 1990 a Folha de São Paulo em sua edição dominical ultrapassou o milhão de exemplares, um aumento seguido de perto pelos seus concorrentes O Globo e o Estado de São Paulo, que, após esse período, vivenciaram sucessivas quedas na circulação, somente superadas após o início do século XXI (SANT'ANNA, 2008).

#### 4.3.1 Circulação e leitores

No Brasil, com o aumento de publicações voltadas às classes populares, os jornais populares integraram novo público leitor, e avançaram diversas posições entre os dez diários de maior circulação no país, o que se refletiu num aumento da circulação total de jornais (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS, 2010). E em se tratando da crise financeira que abala os meios de informação e comunicação em todo o mundo, os jornais populares são os menos atingidos:

A boa notícia é brasileira: enquanto a chamada grande imprensa estaciona e patina nas mesmas tiragens, consolida-se o fenômeno da imprensa popular. Aquilo que aconteceu na Inglaterra e Estados Unidos no fim do século 19 começa a acontecer aqui no início do século 21. A melhoria do transporte de massas e a estabilidade da moeda a partir de 1995 acionaram um processo de ascensão social do qual beneficiaram-se muitos setores da economia. Principalmente a indústria jornalística. (DINES, 2009a).

Os jornais brasileiros, nos últimos anos, mantêm uma circulação estável ou um aumento correspondente ao crescimento demográfico. Com o lançamento de jornais populares, a população de baixa renda passou a integrar o público leitor, e esses jornais avançaram diversas posições entre os dez diários de maior circulação no país, o que se refletiu num aumento da circulação total de jornais no Brasil (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS, 2010).

**Quadro 6 - Circulação média diária dos jornais pagos**

<b>Ano</b>	<b>Circulação Nacional</b> – Milhares de exemplares/dia	<b>Variação %</b>	<b>Afiliações ao IVC</b> Milhões de exemplares/dia
<b>2011</b>	8,651	3,5	4.443
<b>2010</b>	8.358	1,9	4.291
<b>2009</b>	8.202	-3,46	4.210
<b>2008</b>	8.487	5,0	4.351
<b>2007</b>	8.083	11,8	4.144
<b>2006</b>	7.230	6,5	3.706
<b>2005</b>	6.789	4,1	3.480
<b>2004</b>	6.522	0,8	3.343
<b>2003</b>	6.470	-7,2	3.315
<b>2002</b>	6.972	-9,1	3.553
<b>2001</b>	7.670	-2,7	3.877
<b>2000</b>	7.883	8,81%	3.980

Fonte: ANJ (2011)<sup>50</sup>

Contudo, a circulação média dos jornais diários não chega hoje a 10 milhões de exemplares de jornais no país. Junto a outros países que também apresentaram grande crescimento econômico na primeira década do Século XXI, como a Rússia, Índia e China, os Brics, em relação aos jornais diários por grupo de mil habitantes, nosso país aparece como o último da classe, com pouco mais de 50 cópias por mil habitantes<sup>51</sup>, o que equivale acerca de um terço dos da Rússia, e metade dos da China e da Índia (GOYOS JUNIOR, 2010).

Em relação aos países latinoamericanos, segundo o Centro Regional para o Fomento do Livro na América Latina e Caribe (CERLALC, 2012), o Brasil é o país que apresenta o menor índice de leitura de jornais entre os pesquisados, com 15% da população leitora, sendo a população peruana a maior consumidora de jornais do grupo, com 71% da população, seguida da República Dominicana, com 47%. O Peru é o grande destaque, pois apresenta

<sup>50</sup> Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/circulacao-diaria/>>. Acesso em 20 nov. 2012.

<sup>51</sup> O último indicador sobre leitura de jornais impressos (cópias por mil habitantes) da ANJ é de 2009 e aponta que o índice brasileiro é de 57,3 cópias/mil habitantes. Países como Venezuela, Equador, México, Portugal e Espanha apresentam maior número de cópias de jornais em circulação do que o Brasil. Fonte: <[http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/noticias/Leitura%20de%20Jornais%20no%20Mundo%20%28Circulacao%20Media\\_Populacao%20Adulta%202013%20Copias%20por%20Mil%20Habitantes%29.pdf](http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/noticias/Leitura%20de%20Jornais%20no%20Mundo%20%28Circulacao%20Media_Populacao%20Adulta%202013%20Copias%20por%20Mil%20Habitantes%29.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2012.

índices muito superiores aos dos demais países da região, estando muito próximo aos índices de países europeus como a Espanha, que tem 78% da população leitora de jornais (CERLALC, 2012).

Ainda que os dados referentes a leitura de jornal no país não sejam altos, podemos considerar que esse número mostra um dado relativo, pois o jornal diário pode ser compartilhado entre familiares, vizinhos, na biblioteca, na repartição pública, em consultórios, sendo que um mesmo exemplar pode circular e ser lido por diversas pessoas, e portanto, consideramos este meio como significativo quanto às práticas de informação e leitura no país. Nota-se que o acesso ao jornal no Brasil passa por transformações, conforme demonstra o quadro 7:

**Quadro 7 - Perfil de venda dos jornais diários (%)**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Venda avulsa	41,3	39,1	39,1	41,3	44,8	48,5	49,4	50,82	50,5
Assinatura	58,7	60,9	60,9	58,7	55,2	51,5	50,6	49,18	49,5

Fonte: ANJ (2010)<sup>52</sup>

A venda avulsa em bancas ultrapassa a assinatura na preferência do leitorado nos últimos anos. O leitorado, segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2009), é um termo geral que se refere ao número médio de pessoas lendo uma publicação particular num dia. E esse termo inclui tanto o indivíduo que comprou a publicação quanto outros que leram a publicação. Já a circulação é calculada pelo número de exemplares vendidos e/ou distribuídos gratuitamente, mas o número de leitores só pode ser avaliado por pesquisas. Portanto, o leitorado é maior do que a circulação devido ao fato de que uma única cópia de um título pode ter vários leitores.

Observando os dados sobre circulação dos jornais, apesar de uma certa retração no mercado no início de 2009, a recuperação ao longo do ano se refletiu na retomada da circulação, e permite a ANJ (2010) afirmar que os jornais voltados as classes populares continuarão a crescer, pois sua venda avulsa em bancas cresce ininterruptamente ultrapassando a venda a assinantes. É o que se verifica nos dados referentes a 2011, que teve crescimento médio de 3,5% de circulação no Brasil segundo o IVC. Esse aumento deve-se ao

<sup>52</sup> Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/perfil-de-vendas-dos-jornais-diarios>>. Acesso em: 20 nov. 2012.

crescimento nas vendas de publicações com preço de capa até 99 centavos, que avançou 10,3%. A maior parte refere-se às vendas avulsas que alcançaram 4,6% enquanto o volume de assinaturas cresceu 2,4%. Os números da leitura de jornal no país podem não ser altos, porém são significativos, já que a média diária de circulação brasileira auditada foi de 4.443.836 exemplares, anunciando um novo recorde histórico (IVC, 2012).

Num mercado de 652 jornais diários<sup>53</sup> em circulação (ANJ, 2010), a leitura e os leitores de jornal reflexionam um período de intensas transformações econômicas e sociais no país, na primeira década do século XXI. O fenômeno da leitura de jornais populares, contudo, não é novo, pois desde o século passado empresas com tradição em jornalismo lançaram jornais voltados às classes populares, como o grupo Folha e O Globo<sup>54</sup>, inclusive com jornais vespertinos, no entanto, o ressurgimento desses jornais e seu aumento de circulação estão aliados à estabilidade da moeda e a prestação de serviços para o leitor (DINIZ, 2009).

Atualmente, o jornal mais lido no país é o Super Notícia do Estado de Minas Gerais, lançado em 2002, sendo voltado às classes populares; é vendido a menos de um real o exemplar. Possui formato tabloide e sua linha editorial abrange temas como esportes, serviços à comunidade, noticiário de polícia e cidades e o mundo das celebridades. Conforme dados abaixo, o Super Notícia é o líder nacional de circulação, seguido de perto por jornais tradicionais como a Folha de S. Paulo e O Globo:

---

<sup>53</sup>Para a UNESCO (2009) os jornais diários são aqueles publicados no mínimo quatro dias por semana e os não diários são aqueles publicados três dias ou menos. Disponível em: <<http://glossary.uis.unesco.org/glossary/en/home>>. Acesso em: 21 nov. 2012.

<sup>54</sup>As “Organizações Globo” ou grupo “Globo Comunicações e Participações” é o maior detentor dos meios de informação e comunicação do país. O grupo controla a rede de televisão aberta líder de audiência (Rede Globo), também é líder na programação de televisão por assinatura, tem provedores de conteúdo e serviços na internet; rádios, jornais, selo de música, editora de revistas, cinema e atua no setor de telecomunicações. Informações obtidas no site da empresa: <<http://globoir.globo.com/static/enu/organizacao.asp#>>. Acesso em: 20 nov. 2012. O grupo nasceu no ramo de jornais na década de 1920, mas conheceu notável expansão na década de 1960, após o jornalista Roberto Marinho, dono do matutino O Globo, conseguir em 30 de dezembro de 1957 do presidente Juscelino Kubitschek, o direito de exploração comercial do canal 4 do Rio de Janeiro. A Globo se associou ao grupo norte americano Time-Life em 1962, que estava em fase de expansão internacional de estações de TV pela América Latina. À época, a Constituição Brasileira, no seu artigo 160, impedia que empresas estrangeiras formassem sociedades com empresas nacionais no setor de comunicações para evitar a desnacionalização. Ainda assim, à época da ditadura militar no país (1964-1985) a Globo conseguiu autorização do presidente Castello Branco para o contrato, e se tornou, durante os anos de repressão, “a voz oficiosa do regime” (PRIOLLI, 1985).

**Quadro 8** - Os maiores jornais do Brasil de circulação paga, por ano

<b>Rank</b>	<b>Título</b>	<b>UF</b>	<b>Média de circulação</b>	<b>Varição 2009-2010</b>	<b>Formato</b>
01	Super Notícia	MG	295.701	2,2%	Tabloide
02	Folha de S. Paulo	SP	294.498	-0,3%	Standard
03	O Globo	RJ	262.435	2%	Standard
04	Extra	RJ	238.236	-2,3%	Standard
05	O Estado de S. Paulo	SP	236.369	11%	Standard
06	Zero Hora	RS	184.663	0,6%	Tabloide
07	Meia Hora	RJ	157.654	-15,1%	Tabloide
08	Correio do Povo	RS	157.409	1,5%	Standard
09	Diário Gaúcho	RS	150.744	2,6%	Tabloide
10	Aqui	consolidado das edições MG, MA, DF e PE	125.676	19%	Tabloide

Fonte: ANJ (2010)<sup>55</sup>

Desses jornais, o Extra, o Diário Gaúcho, o Meia Hora e o Aqui, somados ao Super Notícia, maioria em formato tabloide, representam o aumento da tiragem, circulação e leitura de jornal entre as classes populares, pois são destinados ao dia a dia de um leitor das classes B, C e D, principalmente:

As publicações destinadas às classes B, C e D integram um novo mercado a ser analisado, caracterizado por um público que não quer apenas histórias incríveis e inverossímeis, mas compra jornais em busca também de prestação de serviço e entretenimento. São jornais que atendem às regiões metropolitanas, apostam nas editoriais de Cidades e não têm a pretensão de se tornarem nacionais. Utilizam como estratégia de sedução do público leitor e a cobertura da inoperância do Poder Público, da vida das celebridades e do cotidiano das pessoas do povo. Os assuntos que interessam são prioritariamente os que mexem imediatamente com a vida da população. Na pauta, o atendimento do SUS e do INSS, a Segurança Pública, o mercado de trabalho, o futebol e a televisão. (AMARAL, 2006, p. 2).

<sup>55</sup> Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil/>>. Acesso em: 19 nov. 2012.

Portanto, o aumento de circulação do Super Notícia não é um fenômeno isolado, pois outros jornais aumentaram suas tiragens e conquistaram novo público leitor no país na primeira década do Século XXI.

Amaral (2006) diferencia os jornais de referência e os jornais populares a partir das seguintes características: os jornais de referência são os grandes jornais consagrados econômica e politicamente ao longo da história, com credibilidade junto aos formadores de opinião e voltados às classes A e B; os jornais populares são baratos, vendidos em bancas e que contêm publicidade anunciada ao público de baixa renda. Popular não significa nem sensacionalista e nem contra-hegemônico, mas um tipo de imprensa que se define pela sua proximidade e empatia com o seu leitor, apresentando uma informação que atenda ao interesse desse público. Amaral (2006) questiona a qualidade desses jornais, pois por razões éticas seu objeto deveria ser o interesse público e não o gosto do público, mas que, devido à pressão do mercado, o desafio é o de incorporar um jornalismo de qualidade, com temas de interesse social e cultural que respondam às demandas dos leitores a quem se dirigem.

Não é demais destacar, como enfatiza Verón (2004) que os produtores de jornais (como o da maioria dos meios de informação de grande circulação) pertencem a classe dominante, e a diferença entre os jornais de referência e os jornais populares reside no fato de que se destinam a setores diferentes da estrutura de classes. Os temas da imprensa popular abrangem a prestação de serviços, noticiário local ou regional, esportes, apelo sexual, informações sobre crimes e fofocas de celebridades, e, no entanto, política, macroeconomia e noticiário internacional pouco aparecem nas páginas desses jornais. O uso de fotografias, textos curtos e coloridos, diálogo com o formato da internet e não se pode mais generalizar que “se espremer sai sangue” (DINIZ, 2009).

Essas marcas que remetem ao universo popular demonstram uma funcionalidade da leitura, mas também facilita o seu comércio, já que o preço médio do jornal no Brasil, segundo o último levantamento disponível (WAN-IFRA, 2008) é de um real. Essas empresas salienta Ramonet (2003), nos presenteiam com informação, e pedem aos leitores um pagamento simbólico, que não cobre o preço do peso em papel do jornal, e passa a ser uma mercadoria a cada dia mais gratuita, pois o intuito empresarial é o de vender aos anunciantes os consumidores que possui. Por outro lado, Amaral (2005) afirma ser evidente que as empresas jornalísticas produzam jornais para o mercado, seja popular ou de elite; alternativo, de oposição ou sindical; vise ou não ao lucro. Para estudar esse segmento, é preciso entender as suas estratégias a fim de “[...] talvez nos reapropriarmos delas criticamente”, evitando assim, a condenação sob rótulos como o de sensacionalismo (AMARAL, 2003, p. 143).

Ao discutir a imprensa popular de massa, Martín-Barbero (2008) afirma que por trás da noção de sensacionalismo há um rompimento da objetividade e um encontro ao ponto de vista subjetivo dos leitores. Para Martín-Barbero (2008) é na literatura de cordel que está a origem do jornalismo popular, porque com preços mínimos, o cordel, à semelhança do jornal, busca seus leitores na rua, e apresenta uma estrutura de títulos com apelo publicitário, resumos que oferecem as ideias centrais ou a utilidade do texto e que são emaranhados de sucessos e tragédias, fábulas, milagres e blasfêmias, além de uma gravura para explorar a magia da imagem. Texto que permite uma leitura oral, auditiva, que valorize o leitor como sujeito da leitura:

Leitura, enfim, na qual o ritmo não marca o texto, mas o grupo, e na qual o lido funciona não como ponto de chegada e fechamento do sentido, mas ao contrário, como ponto de partida, de reconhecimento e colocação em marcha da memória coletiva, uma memória que acaba refazendo o texto em função do contexto, reescrevendo-o ao utilizá-lo para falar do que o grupo vive. (MARTÍN- BARBERO, 2008, p. 155).

Portanto, a historicidade da leitura não busca apenas a cronologia dos fatos, mas pressupor um processo permanente de relações entre as práticas de leitura e informação, bem como os materiais disponíveis em determinado contexto social, moldando a situação daquele que se forma quando lê: o leitor na história e sociedade. Esse público leitor se agrega ao leitorado à medida que se integra numa prática de leitura, em que sua situação social, sua educação e renda, lhe permitem o acesso, a compra e o uso de certos materiais de leitura.

É esse leitor atual, do jornal diário, que pretendemos investigar, sem perder de vista o contexto em que ele está inserido, em que realiza a sua prática de leitura e informação. Se o ato de ler é uma prática social, e, portanto, histórica, seja para momentos de lazer, de necessidade de informação diária ou de estudo, abordar as práticas é refletir sobre a circulação da informação e os leitores, e também a maneira como o leitor se constitui quando lê. Na próxima seção, vamos abordar teorias e pesquisas sobre o sujeito leitor em sua prática de informação e leitura, uma vez que através dela emergem as diversas maneiras de ler e de se apropriar da informação.

## **5 SUJEITO LEITOR E SUAS PRÁTICAS: AS ABORDAGENS NO ESTUDO DO LEITOR E DE SUA LEITURA NAS CARTAS DE LEITORES**

Para analisar a imagem do leitor diversas abordagens são possíveis e muitos estudiosos se voltaram a esta questão, desenhando modelos de leitores em teorias literárias ou sobre a leitura, ou ainda, indagando sobre os leitores reais, contemplados na história e na sociedade. No século XX foi a vez dos institutos de pesquisa descobrirem o leitor, abordado em pesquisas de mercado, que quantificam o que e o quanto é lido em diferentes materiais de leitura.

Um dos desafios para o leitor hoje é lidar com a abundância de informações. Fischer (2006, p. 281) afirma que para quem está conectado a rede, “[...] o mundo inteiro é nossa livraria”. No entanto, se a leitura é trabalho, requer seleção, análise e compreensão, entra em cena o desafio angustiante da civilização atual, entender o sujeito leitor numa sociedade, ainda que denominada da “Informação e do Conhecimento”, que é marcada por contradições.

Nesse contexto, apesar do mundo estar a um toque de distância pela internet, nem todos tem acesso a ele, e poucos, mesmo tendo o acesso, conseguem utilizar, pois, “[...] uma vez terminado o dia de trabalho, a maioria dos leitores ainda se vira com jornais e revistas, assiste um pouco de TV à noite e talvez leia um livro por 10 a 15 minutos para pegar no sono com mais facilidade” (FISCHER, 2006, p. 282).

A informação, nos meios de informação e comunicação, não é mais rara como no passado, e é essa a questão que é preciso pensar: atualmente a informação é superabundante, e ainda assim, pode ser ocultada, já que é dissimulada ou truncada, porque há um excesso para consumir, e para muitos, ela nem faz falta (RAMONET, 2010).

Como situar e compreender o leitor diante da sociedade, da história e também dos materiais e práticas de informação e leitura? Essas são questões que envolvem a leitura e que foram respondidas por pesquisadores que tentaram enfrentar essa problemática seja de um ponto de vista empírico ou teórico, como veremos nesse capítulo em que se expõem teorias e pesquisas sobre o sujeito leitor.

### **5.1 O leitor empírico**

Desde as primeiras décadas do Século XX, são realizadas, principalmente nos Estados Unidos, tanto em universidades quanto em institutos, pesquisas sobre o leitor ou usuário. Até meados do Século XX essas pesquisas foram realizadas sob o paradigma do genérico termo

audiência, que designa um conjunto do público de um meio, com interesses e gosto específico, constituído por pessoas que habitualmente leem um jornal, ouvem rádio, assistem televisão, a um filme ou a um programa multimídia (RODRIGUES, 2000). Como resultado desses primeiros estudos, os emissores das mensagens eram concebidos como aqueles que controlavam e moldavam a opinião pública, que por sua vez, simplesmente as recebiam passivamente. Nesta perspectiva, a audiência era vista como refém de estímulos de emissores poderosos e composta por receptores passivos e inertes aos efeitos da mensagem transmitida.

No período entre guerras essa concepção foi superada quando se aperfeiçoaram as pesquisas empíricas nos estudos sobre a audiência e as investigações passaram a utilizar metodologia e técnica de observação das Ciências Sociais e instrumentos estatísticos e matemáticos. Os tipos de pesquisas empíricas privilegiadas dessa fase foram a pesquisa de mercado, a pesquisa de opinião pública, a pesquisa de efeitos (com a técnica do questionário) e a análise de conteúdo; todas utilizando o método quantitativo.

Influenciados particularmente por estudos na área da psicologia, no pós-guerra a nova proposta de análise da audiência começa a ceder lugar para o receptor e este a ser visto como um sujeito ativo no processo informativo e comunicativo. Neste momento, já era possível identificar a preocupação em considerar a audiência não apenas como composta por receptores que compartilhavam certos padrões de comportamento e cultura, mas que também recebiam a influência do seu ambiente social, culminando em uma perspectiva de audiência menos determinista do que a anterior.

Se até meados do século XX os estudos sobre audiência focalizavam os meios de informação e comunicação e os seus efeitos, com o advento das novas tecnologias de informação e comunicação, na década de 1980 estudiosos acreditavam que haveria uma transferência do controle dos meios das mãos dos emissores para a dos receptores (SANTOS, 2009). Inclusive os termos utilizados começaram a mudar, do genérico audiência, passou-se a utilizar o termo usuário, pois com os novos meios de informação e comunicação, a relação com os receptores é diferente: há uma nova interação particular em que a tecnologia é utilizada e não apenas exposta.

Nesta perspectiva, o uso dos meios de informação e comunicação possibilita novas formas de interação que se estendem no tempo e no espaço com tecnologias que permitem maior grau de receptividade. Hoje não se pode mais pensar separado os textos das imagens e da digitalização, como “ilhas isoladas”, pois há uma progressiva fusão multimídia em redes digitais percorridas pelos leitores e usuários nos mais diversos ambientes.

García-Canclini (2008) recorda que os estudos que concebiam a audiência como individualidade soberana ou massa homogênea foram abandonados há muito tempo, e que as influências da família, escola e mídia nos públicos foram reformuladas, pois os mesmos contextos socioeconômicos e educacionais não permitem prever comportamentos individuais. As pesquisas sobre recepção demonstraram que os “[...] espectadores e os ouvintes são tão criativos e imprevisíveis como os leitores” e comenta que na recepção do cinema, das novelas e espetáculos de música, as obras “[...] procuram receptores para animá-los ou consolá-los; nos três casos, os receptores podem ler entre aspas, de maneiras irônicas ou inovadoras” (GARCÍA-CANCLINI, 2008, p. 52).

É porque hoje em dia não se pensa mais em indivíduos soberanos e nem massas uniformes, ou seja, o público nem é homogêneo e nem idealizado, de subjetividade incondicional.

Os públicos não nascem, mas se formam, porém de modo diverso quer se trate da era de Gutemberg ou da digital. As disputas entre correntes sociológicas sobre quanto influem a família, a escola, a mídia, os empreendimentos culturais comerciais e não comerciais, são hoje reformuladas porque todos esses atores mudaram sua capacidade de aproximar-nos ou distanciar-nos das experiências. Condicionamentos parecidos não geram gostos nem comportamentos semelhantes em pessoas que se socializaram na leitura durante a época da televisão ou na da Internet. (GARCÍA-CANCLINI, 2008, p. 17).

Se o uso dos meios não está relacionado apenas a questões tecnológicas, mas ao contexto histórico, e é importante compreender as práticas de leitura e informação no cotidiano do usuário ou leitor.

## 5.2 O leitor ou usuário

Nos estudos de comunidades e bibliotecas o antigo termo “consulente<sup>56</sup>” foi substituído pelo termo leitor. Hoje em dia, o termo mais utilizado na literatura em Ciência da Informação é usuário, e de forma esporádica, se utiliza o termo cliente para definir o usuário na gestão ou consumo de informação (NASCIMENTO, 2011).

A partir do final da década de 1940, com investigações continuadas sobre padrões de coleta de informação, fluxo de informação, necessidades e demandas de informação por

---

<sup>56</sup>“ Consulente: 1. que ou aquele que consulta, que pede conselhos a outrem sobre algo; 2. aquele que consulta (alguma coisa) numa instituição apropriada (biblioteca, fichário, arquivo)” (HOUAISS, 2009, p. 532).

pesquisadores, foi se sistematizando na área de Ciência da Informação os estudos de usuários (FIGUEIREDO, 1985).

O usuário pode ser definido como o indivíduo que necessita de informação para desenvolver suas atividades, e nesta perspectiva, somos todos usuários, já que necessitamos informar-nos para conseguirmos desempenhar as tarefas que realizamos cotidianamente (SANZ CASADO, 1994).

Os estudos de usuários abrangem pesquisas com o objetivo de investigar o que as pessoas precisam em matéria de informação e também para saber se as necessidades dos usuários de um centro de informação estão sendo atendidas de forma satisfatória. Estudos de usuários são vistos como canais de comunicação entre centros de informação e as comunidades e geralmente se dividem em dois tipos: um voltado ao uso de um sistema/centro de informação, e outro voltado ao usuário ou a um grupo de usuários (FIGUEIREDO, 1994).

Os objetivos principais podem ser desde observar o uso feito de documentos, determinar os documentos que são solicitados, descobrir os hábitos dos usuários para buscar e obter informação, as formas de acesso aos documentos, entre outros (FIGUEIREDO, 1994).

Nessas pesquisas a instituição por excelência é a biblioteca, e o objetivo maior seria melhorar o seu funcionamento, pois sua meta é a satisfação dos usuários. De modo geral Sanz Casado (1994) apresenta dois grandes grupos de usuários: os potenciais, aqueles que necessitam de informação para desenvolver alguma atividade, mas não têm consciência disso; e os reais, aqueles que além de conscientes dessa necessidade, utilizam a informação frequentemente. Também são realizadas tipologias do usuário, que é funcionalizado como acadêmico, cientista, estudante, técnico, político, administrador, entre outros.

E as abordagens metodológicas são em geral, funcionalistas e behavioristas, pois estudam as formas duráveis e institucionalizadas da vida social, como os papéis, comportamentos, as normas e as organizações. “[...] funcionalismo e behaviorismo se dão muito bem, pois ambos se baseiam na noção biológica de equilíbrio, de adaptação do homem ao meio, de interação” (LIMA, 1994, p. 71).

Estudos voltados para o comportamento do usuário em organizações também são uma grande tendência, com uma atenção em reforços positivos do comportamento esperado para a busca de informação, pois há preocupação em eliminar comportamentos não desejados. Portanto, o usuário, ao buscar a informação para a conclusão de seu projeto está produzindo um comportamento esperado e auxiliando um projeto maior, que é o da instituição ao qual está vinculado: “[...] são as partes cumprindo adequadamente suas funções para manutenção e equilíbrio do todo” (LIMA, 1994, p.53).

Um marco da área foi à criação do *Centre for Research on User Studies* (CRUS) na Universidade de Sheffield, na Inglaterra, em 1976, que se tornou um centro de referência em estudos de usuários no qual se realizavam pesquisas, atividades de educação, consultoria e informação. Esse centro procurava estudar também os não usuários, pois à época, 70% da população do Reino Unido jamais havia usado uma biblioteca e mais de 50% nunca havia comprado um livro. Situação próxima a que o Brasil enfrenta agora, conforme visto na última pesquisa Retratos da Leitura (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011), pois 75% da população não utiliza as bibliotecas e 56% nunca comprou um livro. Os resultados dos estudos do CRUS demonstraram que o foco precisava ser ampliado, pois havia outros sistemas e centros de informação, inclusive informais, para atender as mais variadas necessidades de informação: “[...] a hipótese era de que usavam diferentes redes de informação, compostas por amigos, vizinhos ou colegas de trabalho, além de televisão, jornais ou outros meios” (GASQUE; COSTA, 2010, p. 26).

No Brasil os primeiros estudos de usuários, tratados inicialmente como leitores, datam da década de 1950, mas só ganharam maior divulgação na década de 1970: “[...] essa década foi o marco inicial das publicações sobre usuários, que não vieram substituir as pesquisas sobre leitura e leitor, mas continuam sendo divulgadas concomitantemente e, em alguns casos, se juntam e até se confundem” (NASCIMENTO, 2011, p. 52).

E foi também no final da década de 1970 que os estudos de usuários se desenvolveram de um ponto de vista cognitivo, em que:

A informação é entendida como um recurso usado por um sujeito diante de uma situação de lacuna ou estado vazio de conhecimento. As diferentes formas como um sujeito percebe essa lacuna determinarão os tipos de ação desencadeadas por ele para buscar a informação necessária. (ARAÚJO, 2010, p. 26).

Iniciavam-se os estudos focados no comportamento dos usuários, e para Gasque e Costa (2010) o estudo do comportamento informacional seria uma evolução dos estudos de usuários, sendo mais abrangente em relação aos conceitos e metodologias adotadas, bem como aos grupos investigados. Foi na década de 1990 que o termo comportamento informacional passa a ser mais utilizado para se referir aos estudos de necessidade, busca e uso da informação, tendo como argumento favorável à ampliação do campo de estudos de usuários e seus conceitos. Já os críticos sustentam que o termo seria inadequado, pois

informação não possui comportamento, e esse termo estaria por demais associado ao behaviorismo (GASQUE; COSTA, 2010)<sup>57</sup>.

O problema está em abordagens que idealizam a imagem do usuário como “aprendiz da própria vida”, e nega-se o papel das instituições, das mediações e dos mediadores na construção do conhecimento, pois ao centrar no indivíduo são esquecidas as questões de classe, de gênero e outras esferas da estrutura social, analisando apenas características pessoais e generalizando-as como interesses sociais. O ser humano para atender suas necessidades mais simples depende de todo um conjunto social, de redes de relações constituídas (MARX; ENGELS, 2009).

E uma vez mais, nota-se um apelo ao funcionalismo/behaviorismo para “gerenciar”, usar as informações de forma “eficaz”, “sistematizada”, com o “ensino do conhecimento” para que os sujeitos sejam “letrados informacionalmente” (GASQUE; COSTA, 2010, p. 32). E o leitor ou usuário são novamente colocados como “indivíduos autossuficientes”, no campo da administração, da Sociedade da Informação e do Conhecimento, em que tem que se engajar em ações de busca de informação para se adequar socialmente rumo a um “comportamento ideal”, adequado, que será recompensado.

Sanz Casado (1994) argumenta que a maioria dos estudos de usuários foi realizada a partir da análise das necessidades e demandas de informação de usuários reais e posteriormente generalizados para toda a população. Para o autor, esse é um problema desses estudos, pois não poderiam representar o todo: “[...] en este sentido, habría que extender este tipo de estudios a los usuarios potenciales, para conocer cuales son sus necesidades de información, y determinar el grado de coincidencia con las que manifiestan los usuarios reales” (SANZ CASADO, 1994, p. 20).

Na década de 1990, para Lima (1994), os estudos de usuários estavam à procura de alternativas metodológicas que contemplassem a teoria e a prática e em que o social não fosse

---

<sup>57</sup> Apesar de apontar os problemas no conceito, as autoras consideram o comportamento informacional como um “processo natural”, em que o ser humano é “aprendiz da própria vida” (GASQUE; COSTA, 2010, p.31-32). Esse ponto de vista leva a crer que entre o individual e o universal haveria uma unidade, uma harmonia espontânea, em que a busca por informação é algo natural, numa situação de continuidade, não de ruptura: “[...] naturaliza-se o social ao mesmo tempo em que socializa-se o biológico” (LIMA, 1994, p. 71). E abandonando as questões sobre o processo histórico, o comportamento informacional tende a cair no terreno da biologia quando não distingue o que é natural daquilo que é humano, ou seja, social. Pois seria possível considerar como atividade natural a interação de um indivíduo com sistemas de informação de tipos variados? Ou a seleção de fontes e canais de informação em consequência de um objetivo? Porque o ser humano não recebe da natureza a sua condição de existência, como ocorre com outras espécies, pois sua vida está condicionada a sua própria capacidade de produzir os bens necessários para viver. O ser humano não só cria bens, mas também os produz e assim, cria também necessidades que não são, de modo algum, naturais. A condição humana é sempre histórica, porque não é mais natural, espontânea ou instintiva, mas resultado do esforço humano em produzir os seus meios de existência (MARX; ENGELS, 2009).

apenas a soma do individual sem a devida historicidade do objeto. Hoje, os estudos de usuários são uma área de pesquisa consolidada dentro da CI, com publicações de revisões de literatura e estudos realizados a partir de paradigmas diversos que buscam não apenas analisar o conceito de usuário e identificar o seu perfil, mas também suas necessidades de informação em contextos específicos.

Sanz Casado (1994) define os estudos de usuários como o conjunto de estudos que analisam, de modo qualitativo ou quantitativo, os hábitos de informação dos usuários com a aplicação de metodologias diferenciadas ao seu consumo de informação. E quanto aos métodos esses podem ser, geralmente, de dois tipos: método direto, que envolve o usuário, como o questionário e a entrevista; e método indireto, que não envolve o usuário no processo, como a análise das fontes (SANZ CASADO, 1994). Para esse autor os estudos de usuários, ao permitir conhecer os hábitos de informação de um grupo, podem facilitar a definição de uma tipologia e possibilitar a aplicação de seus resultados junto a serviços de informação.

Sanz Casado (1994) também inclui o leitor comum como de interesse para os estudos de usuários. O autor afirma que estudar as pessoas comuns é algo muito complexo devido à heterogeneidade e dificuldade em definir o grupo em função da necessidade de informação. Porque o tipo de informação que elas necessitam é extremamente variado, depende da atividade que realizam e de interesse por temas atuais. Os documentos que geralmente solicitam são os jornais, revistas, livros e meios audiovisuais. Sanz Casado (1994) admite que seja importante analisar os seus hábitos de informação para realizar mudanças nos serviços de informação que também os considerem.

Atualmente, os estudos de usuários apresentam novas perspectivas relacionadas à interação entre a CI e a Ciência da Computação, para melhor compreender o fenômeno do uso da informação por meio de sistemas interativos que se ocupam em medir a satisfação de usuários, mais do que levantar o seu perfil (COSTA; RAMALHO, 2010).

Os estudos de usuários chegaram a importantes resultados ao longo de sua aplicação. Figueiredo (1994) ao compilar diversos estudos de usuários e suas conclusões, aponta vários fatores que interferem na relação entre os usuários e um sistema de informação. Selecionamos, dessa literatura, considerações que têm relação com as práticas de leitura e informação: no planejamento de um sistema de informação deve-se considerar a lei do menor esforço, pois as pessoas em geral, dispõem pouca energia para alcançar metas particulares, portanto o sistema deve ser fácil de usar; existe, por parte do usuário, certa resistência à mudança, e por isso, essas devem ser “evolucionárias e não revolucionárias”, e quando ocorrerem, deve ser para tornar o sistema mais claro e fácil de usar; as necessidades dos

usuários variam, logo, o sistema deve ser capaz de atender essa diversidade; a quantidade de informação disponível excede a capacidade de consumo do usuário, havendo uma necessidade de se buscar a melhor informação e não mais informação, fornecendo “a quantidade certa de informação no tempo certo”; há uma preferência por informação clara e sucinta, apresentada em um formato que torne fácil a sua identificação e uso; o sistema deve se adaptar aos hábitos do usuário e não o contrário; em qualquer sistema deve ser considerado o aspecto do feedback do planejamento inicial, seja através de contatos pessoais ou coleta de dados, pois deve haver interação entre o sistema e o usuário; e que para conseguir esse *feedback* é sempre preferível estabelecer um sistema com usuários em condições reais.

Em análise mais recente, Araújo (2010) comenta que na área de estudos de usuários o comportamento informacional tem certo valor explicativo, mas focalizam situações restritas, e que há novos paradigmas nos estudos de usuários que enfatizam a questão social e problematizam o valor da informação na sociedade, de como essa é histórica, cultural, inserida em contexto econômico e político, sendo, portanto, socialmente construída.

### 5.3 O consumidor: o leitor de jornal

Pesquisas empíricas sobre o leitor de jornal nos Estados Unidos revelam que os leitores frequentes, os assinantes, são geralmente chefes de família de bom nível educacional, com idade entre 35 e 64 anos. E o não leitor foi caracterizado pelas pesquisas quantitativas como parte dos extremos: muito jovem ou muito velho, de baixa escolaridade, renda e ocupação, morador da zona rural. Dentre os motivos citados para a não leitura de jornal nos EUA estão a falta de tempo, o uso de outros meios, o custo e a falta de interesse nos conteúdos (BENTLEY, 2000).

No Brasil, pesquisas realizadas a pedido da ANJ concluíram que o leitor de jornal é mais ávido por informação que o não leitor, sendo também mais informado e culto, com seu tempo livre melhor aproveitado, um consumidor mais consciente e moderno.

Essas pesquisas que visam o leitor empírico são realizadas geralmente por editoras e empresas jornalísticas quando se encontram diante de problemas a serem resolvidos com urgência, como a busca de dados que fortaleçam o meio frente a outros canais como opção para o investimento em publicidade dos anunciantes. Chamadas de pesquisa de mercado ou de opinião, nelas os leitores são classificados de acordo com a quantidade de leitura efetuada, sendo considerados, geralmente, três níveis de leitores: *light readers*, os que leem apenas uma

edição na semana/mês; *medium readers*, os que leem de duas a três edições; *heavy readers*, leitores que leem de quatro a cinco edições semanais/mensais.

O critério para definição de leitor é o ter lido ou folheado o jornal nos últimos três meses anteriores à pesquisa. Ainda que a leitura de jornal avance na esfera digital, na pesquisa “Quero Comprar 2”, realizada pelo instituto de pesquisa de mercado Ipsos Marplan (2006) para a ANJ, os leitores de jornal na internet não entraram no filtro de leitor.

O objetivo da pesquisa era investigar a influência da informação no processo de decisão e foram realizadas 1760 entrevistas, sendo 1224 entrevistados definidos como leitores e 536 como não leitores. A pesquisa foi realizada com entrevistas domiciliares utilizando a técnica face-a-face. O público-alvo da pesquisa foram homens e mulheres de 18 a 69 anos, das classes ABCD, leitores e não leitores de jornais. Na pesquisa, 69% dos entrevistados declararam ter lido jornal nos últimos seis meses (IPSOS MARPLAN, 2006).

A maior frequência de leitura de jornal se dá às quartas-feiras e domingos, e o tempo médio gasto com a leitura é de aproximadamente 30 minutos. Na percepção de atributos, o jornal está à frente de outros meios, e perde, por pouco, apenas para a TV em itens como utilidade e confiabilidade da informação (IPSOS MARPLAN, 2006).

O jornal é o meio mais usado para o processo de decisão de compra, sendo o primeiro a ser consultado sobre anúncios de produtos e serviços, automóveis e informática. Também é o principal meio de informação sobre reputação corporativa e o mais utilizado por aqueles que procuram um emprego. A leitura de jornal é um processo que se estende por todos os cadernos e seções, e é bastante utilizada para se informar sobre as notícias da cidade (IPSOS MARPLAN, 2006). A imagem que essa pesquisa delinea é a de um leitor consumidor, aquele que utiliza o jornal para outros fins, que estão além do ato de ler, já que lê o jornal para se informar sobre ofertas de produtos, procurar emprego, ler classificados etc.

Outra pesquisa “O Poder do meio jornal”<sup>58</sup>, também realizada pelo Ipsos Marplan (2008), a pedido da ANJ, teve como enfoque explorar o envolvimento do leitor com o jornal, foi de caráter qualitativo com o uso das técnicas de discussão em grupo e da entrevista em profundidade abrangendo 08 grupos de leitores de jornal, homens e mulheres jovens (18 a 24 anos) e adultos (25 a 50 anos). Também foram realizadas 13 entrevistas com formadores de opinião, tomadores de decisão e executivos de primeiro escalão. O objetivo era o de encontrar as principais características do meio para fortalecer a defesa estratégica do jornal para fins publicitários. “[...] Produzido um leitorado, ele é valorizado [...] a fim de vendê-lo como

---

<sup>58</sup> Pesquisa apresentada no 7º Congresso Brasileiro de Jornais sobre a importância do Meio Jornal. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/pesquisas/o-poder-do-meio-jornal>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

coletivo de consumidores potenciais junto a diversas categorias de anunciantes” (VERÓN, 2004, p. 247).

Algumas questões discutidas na pesquisa foram: o que significa informação para o leitor, quais as principais fontes de informação que utiliza, o jornal como fonte de informação, a relação do leitor com o jornal e as principais características desse meio, entre outros itens. O valor social do jornal foi identificado pelos leitores como uma possibilidade de congelar o tempo, o retrato de um dia histórico, além de ser visto como um registro documental da sociedade, um verdadeiro livro do cotidiano (IPSOS MARPLAN, 2008).

A materialidade do meio também foi citada pelos entrevistados como experiência sensorial de guardar, dobrar, levar o jornal consigo. Jornais são lidos pela tradicionalidade, hábito, pelo valor e qualidade da informação produzida por profissionais renomados, pela credibilidade e segurança na leitura das informações veiculadas (IPSOS MARPLAN, 2008).

O leitor de jornal foi identificado pela pesquisa como sendo formado por homens e mulheres, classe AB, desde jovens em idade universitária a adultos independentes, com vida familiar e profissional consolidadas. Foi identificado nos grupos de discussão o jornal como o meio que oferece a informação mais detalhada, em profundidade e abrangência. Nos grupos, verificou-se que o jornal é lido geralmente no período da manhã (IPSOS MARPLAN, 2008).

O desafio do jornal, segundo a pesquisa, é agregar conteúdo, além da informação, aprofundar os temas que aborda e ampliar o conhecimento, além de atrair o jovem, que lê cada vez menos e de forma esporádica (IPSOS MARPLAN, 2008).

Para Beltrão (1980) o hábito de ler jornal traz uma consequência importante para a leitura: o conhecimento detalhado e completo do jornal, que tem, para cada leitor, uma imagem, uma fisionomia peculiar, própria e característica, com qualidades, linguagem específica, estilo, modo de narrar os fatos, e opiniões sobre o momento social e político do mundo, do país e da comunidade.

#### 5.4 O leitor e o texto

Algumas teorias se debruçaram sobre o papel do leitor, e Jouve (2002) afirma que essas comprovam o mesmo princípio, o de que existe no texto um papel proposto para o leitor, uma imagem de receptor, seja ideal ou ativo que colabora com a história.

De um ponto de vista semiótico, Eco (1993) definiu este leitor como leitor modelo, um leitor instituído pelo texto, ativo e produtivo, é o leitor ideal que atende a todas as solicitações que o texto propõe. “[...] O leitor-modelo é um conjunto de condições de felicidade

textualmente estabelecidas, que devem ser satisfeitas a fim de que um texto seja plenamente actualizado no seu conteúdo potencial” (ECO, 1993, p. 65). O leitor modelo é aquele construído pelo próprio texto, imagem do leitor ideal, que será capaz de atualizar o texto, cooperar com ele, pensar como o autor pensava “[...] e de se mover interpretativamente tal como ele se moveu generativamente” (ECO, 1993, p. 58).

Neste modelo um texto está sempre incompleto na medida em que deve ser atualizado, relacionado a um dado código com seu conteúdo estabelecido por convenção, sendo o destinatário um operador que se insere numa decisão interpretativa:

O texto está, portanto, entretecido de espaços em branco, de interstícios a encher, e quem o emitiu previa que eles fossem preenchidos e deixou-os em branco por duas razões. Antes de mais, porque um texto é um mecanismo preguiçoso (ou econômico) que vive da mais-valia de sentido que o destinatário lhe introduz, e só em casos de extrema pedanteria, de extrema preocupação didascálica ou de extrema repressão, o texto se complica com redundâncias e especificações ulteriores – ao ponto de violar as regras normais de conversação. Em segundo lugar porque à medida que se passa, a pouco e pouco, da função didascálica à função estética, um texto pretende deixar ao leitor a iniciativa interpretativa, ainda que habitualmente deseje ser interpretado com uma margem suficiente de univocidade. Um texto quer que alguém o ajude a funcionar. (ECO, 1993, p. 55).

Para Eco (1993) um texto espera que alguém o atualize, mesmo quando esse alguém não exista empiricamente. Eco está centrado na efetividade da mensagem e se o receptor não reproduz a mensagem fielmente, “não ajuda o texto a funcionar” é porque está utilizando códigos obsoletos ou não compreendeu a mensagem corretamente. Esse “erro” é visto como uma violência que o leitor comete contra o texto e não uma variabilidade de interpretação. No leitor modelo, a leitura é concebida como uma extração de sentido, que sempre esteve ali no texto, um sentido programado pelo autor e ao leitor basta ter habilidades para recuperá-lo.

Também na corrente semiótica, Santaella (2004) buscou estudar a imagem dos leitores, e alerta que fora e além do livro, existe uma multiplicidade de leitores que aumenta historicamente. Há o leitor de imagens, desenhos, pinturas, gravuras, fotografias; o leitor de jornal, de revistas, de gráficos e mapas, notações; o leitor da cidade e o leitor-espectador da imagem em movimento no cinema, televisão e vídeo. Soma-se a isso o leitor de imagens evanescentes da computação gráfica e do texto escrito da superfície da tela eletrônica. A autora propõe um esforço classificatório para revelar as características perceptivo cognitivas de três tipos de leitores: o leitor contemplativo, o leitor movente e o leitor imersivo.

O leitor contemplativo é definido por Santaella (2004) como o leitor da era pré-industrial, do livro impresso e da imagem expositiva, fixa. É um leitor que nasce no Renascimento e que perdurou até meados do Século XIX.

O leitor movente é fruto da Revolução Industrial e das cidades, sendo alguém na multidão, aquele que nasce com a disseminação do jornal impresso e as reproduções fotográficas e cinematográficas, que atravessa a era industrial e o aparecimento da TV. O seu cenário é a cidade, a publicidade, os telefones, telégrafos, estações ferroviárias, e os jornais. Nas calçadas tumultuosas nasce esse leitor, juntamente com as tecnologias advindas da modernidade como a fotografia, o cinema e posteriormente o rádio e a TV, servem como um fortalecimento da memória humana, abarrotada de informações.

É nesse ambiente que surge o nosso segundo tipo de leitor, aquele que nasce com o advento do jornal e das multidões nos centros urbanos habitados de signos. É o leitor que foi se ajustando a novos ritmos da atenção, ritmos que passam com igual velocidade de um estado fixo para um móvel. É o leitor treinado nas distrações fugazes e sensações evanescentes cuja percepção se tornou uma atividade instável, de intensidades desiguais. É, enfim, o leitor apressado de linguagens efêmeras, híbridas, misturadas. Mistura que está no cerne do jornal, primeiro grande rival do livro. A impressão mecânica aliada ao telégrafo e à fotografia gerou essa linguagem híbrida, a do jornal, testemunha do cotidiano, fadada a durar o tempo exato daquilo que noticia. Aparece assim, com o jornal, o leitor fugaz, novidadeiro, de memória curta, mas ágil. Um leitor que precisa esquecer, pelo excesso de estímulos, e na falta de tempo para retê-los. Um leitor de fragmentos, leitor de tiras de jornal e fatias de realidade. (SANTAELLA, 2004, p. 29).

Do viver na cidade, da superexposição de imagens, cenas, fatos e pessoas, que são substituídas constantemente por outras imagens transitórias, instáveis, reproduzidas e substituídas velozmente, surge posteriormente, o embrião do leitor imersivo, aquele que é mais livre para buscar direções em sua leitura. A tela, o meio de leitura, não pode mais ser manuseada diretamente como o livro e o jornal, e o que se apresenta ao leitor é um fluxo sequencial, que traz um modo novo de ler, ou navegar na tela. Um leitor “em estado de prontidão”, o novo tipo que emerge na virtualidade, com o advento das novas tecnologias de informação e comunicação.

De acordo com Santaella (2004) o aparecimento de novos tipos de leitores não significa o desaparecimento dos demais, pois as conquistas culturais humanas são cumulativas, havendo convivência entre os três tipos, embora habilidades distintas sejam requeridas.

Para Almeida (2009) a classificação de Santaella (2004) é válida para nos fazer questionar as ideias sobre o excesso de informação na sociedade atual, que para alguns torna inviável a prática de leitura. “[...] Talvez esse seja um falso problema, na medida em que partiria de uma idealização de um tipo de leitura e de um tipo de leitor historicamente datados – o leitor contemplativo, meditativo, descrito anteriormente – que não corresponderia aos leitores efetivos ora existentes” (ALMEIDA, 2009, p. 161).

Iser (1996) desenvolveu o conceito de Leitor implícito, aquele que incorpora as orientações do texto para que o mesmo seja recebido. O papel do texto é dar orientações para a produção de sentido, mas a relação com o sentido tem a parte subjetiva da relação. Os percursos de leitura são os mesmos, mas cada leitor reage pessoalmente a eles. Assim, o texto é determinado *a priori*, mas cada leitor capta nele uma espécie de guia, em função de seu repertório e de sua subjetividade, encontrando uma leitura singular. Para Iser (1996) a interação do texto com as normas sociais e históricas de seu ambiente e as expectativas de seus leitores potenciais formam um campo de observação privilegiado.

Bortolin (2010) e Jouve (2002) colocam em evidência o mundo do texto e o mundo fora do texto: há um leitor inscrito no texto, mas por outro lado, existe um indivíduo que segura o material de leitura nas mãos. Como definir essa relação? É preciso considerar o primeiro como um papel proposto para o segundo, afirma Jouve (2002), porém, esse papel é possível de ser recusado com a interrupção da leitura, pois o leitor não tem a obrigação de se reconhecer no destinatário padrão.

Jouve (2002) critica os modelos de leitores, porque trabalham somente com hipóteses de leitores, um tanto vagas, que descrevem um leitor fictício. E os leitores reais? O indivíduo de carne e osso que segura o livro nas mãos? Encarar esse leitor é para Jouve (2002) o único meio de se dar conta da leitura efetiva.

Verón (2004) ao estudar a imprensa, numa perspectiva sócio semiótica, vai além de uma tipologia do leitor ou da leitura, e apresenta o conceito de Contrato de Leitura, em que o meio propõe espaços imaginários que devem ser percorridos pelo leitor, como uma paisagem em que este escolhe seu caminho com maior ou menor liberdade, tendo o risco de se perder, ou ao contrário, de estar plenamente situado. Ler é “movimentar” essa paisagem, pois nesse percurso o leitor encontra personagens e atividades para estabelecer uma relação, aceitando ou rejeitando o que o meio sugere:

Ler é fazer: é preciso, pois, terminar com o procedimento tradicional que se limita a caracterizar o leitor “objetivamente”, isto é, passivamente em termos

de CSP (categorias socioprofissionais) sem jamais indagar-se sobre a questão de saber o que ele faz (ou não faz) quando lê: caso se chegue a responder essa questão, compreender-se-ão melhor as razões pelas quais se lê o que se lê. (VERÓN, 2004, p. 236).

Constituir um público supõe estruturar no discurso do título um vínculo proposto ao leitor, o Contrato de Leitura. Para Verón (2004), o leitor é fiel a um título de imprensa porque já sabe o discurso que vai encontrar, sendo o contrato de leitura uma proposta do enunciador ao seu destinatário, o que cria a conexão entre o meio e o seu leitor. Sendo o leitorado heterogêneo e a leitura realizada numa situação de concorrência com outros meios, se busca um mercado potencial com o uso de pesquisas de mercado, pois a informação sobre os leitores exerce poder de regulação no discurso, já que os dados disponíveis são interpretados e podem levar os produtores a modificar sua estratégia de discurso.

No entanto, esse autor questiona os procedimentos em que se fazem tipologias de leitores, pois sua preocupação está voltada ao que efetivamente se lê, ou seja, sua proposta é uma teoria sobre a recepção, ou algo, além disso: “[...] digamos desde logo: não se trata de estudar a “recepção”; é a articulação entre produção e recepção dos discursos a questão fundamental” (VERÓN, 2004, p. 274).

E nesta teoria, o meio exerce um importante papel, pois há uma organização significativa do espaço do discurso e sua colocação num meio revela a materialidade do sentido investido: “[...] um discurso nada mais é, afinal, do que uma colocação do sentido no espaço-tempo” (VERÓN, 2004, p. 63).

E para o autor, uma mensagem nunca produz automaticamente um efeito, pois todo discurso desenha um campo de efeitos de sentido. A relação entre a produção e a recepção (que o autor chama de “reconhecimento”) é complexa, porque não há causalidade linear no universo do sentido. “[...] Ao mesmo tempo, um discurso dado não produz um efeito qualquer. A questão dos efeitos é, portanto, incontornável” (VERÓN, 2004, p. 216).

Na perspectiva da mediação, Davallon (2007) propõe o estudo do texto como elemento articulador entre as instâncias da produção e recepção do discurso:

[...] o que o modelo da mediação faz aparecer é menos os elementos (a informação, os sujeitos sociais, a relação, etc.) do que a articulação desses elementos num dispositivo singular (o texto, o média, a cultura). É, no fundo, esta articulação que aparece como o terceiro. (DAVALLON, 2007, p. 23).

E como o texto significa? No discurso a que ele remete, em que há um processo complexo de produção de sentidos e não transmissão de informação. E também não se pode pensar o discurso como comunicação, já que a linguagem serve para comunicar e para não comunicar. O modelo da mediação permite que a comunicação apareça pelo acionamento de um terceiro elemento que torne possível a troca social mesmo em universos separados, como é o caso da produção e da recepção do discurso. Daí que o discurso trabalha as relações de sujeitos e de sentidos e tem uma ideia mediadora de efeito de sentido entre interlocutores (PÊCHEUX, 2008). Lembrando que o recurso à mediação é utilizado quando tanto a noção de comunicação como transmissão de informação como a noção de comunicação como diálogo falham e que é preciso recorrer a um terceiro (DAVALLON, 2007).

### 5.5 O leitor na sociedade

Para Jouve (2002) o leitor pode ser apreendido através do público de que toma parte. É uma figura histórica, individual ou coletiva, sendo inicialmente uma figura virtual do texto: é o receptor/destinatário do discurso que a ele se dirige.

Em pesquisas acadêmicas sobre leitura, o que se busca é o leitor real, em suas características demográficas, sociais e culturais. Esse leitor é apreendido por diferentes graus de interação entre pesquisador e sujeito pesquisado, seja pelo contato pessoal, seja pela aplicação de um questionário, ou ainda, da análise de registros de sua leitura em cartas e outros textos.

Um estudo clássico do leitor contemporâneo, de um ponto de vista sociocultural foi realizado por Bosi (1978) sobre leitura de operárias. A autora assume a posição daqueles que acreditam que os meios de informação e comunicação devem ser estudados como um todo. E apresenta o contexto dessa leitura: a sociedade industrial do Século XX e sua característica de democratização da informação. O objetivo da pesquisa, que se tornou referência, era o de averiguar o uso da capacidade de ler em uma pequena comunidade de operárias; descobrir qual tipo de comunicação escrita era escolhida para leitura nas horas de lazer; quais as últimas leituras feitas por elas; que interesses satisfaziam e quais assuntos gostariam de ler. As revistas foram o meio escolhido e a autora comenta os modelos e padrões burgueses destinados às classes sociais mais abastadas que aparecem em suas páginas, além de discutir sobre as revistas lidas pelas operárias que criam “menos tensão” na leitora, pois são “[...] conselhos práticos e simples sobre beleza e saúde, de caráter imediato e fácil de executar” (BOSI, 1997, p. 119). O meio revista agiria, segundo a autora, no sentido de resolver a

carência e “precariedade” da vida real da operária no plano da ficção. Contudo, notamos que a limitação da leitura dessas operárias não é uma questão de cultura, mas de acesso a uma cultura erudita, pois como Bosi demonstra, a maioria (81%) das operárias possuía a época da pesquisa apenas o primário completo (equivalente ao 5º ano do Ensino Fundamental), totalizando em média, apenas quatro anos de estudos escolares. A conclusão de Bosi é a de que os meios “[...] são um convite à hipnose e não ao pensamento”, mas como têm capacidade de reter a atenção do público poderiam sofrer “[...] um sopro renovador” e mudar suas características de meio repetitivo e limitado, assim sua mensagem deixaria de ser compensatória e evasiva, e o contexto deixaria de ser ilusório para beneficiar a operária: “[...] o meio em si poderia falar a favor do homem” (BOSI, 1997, p. 135).

Uma estratégia para mapear o sujeito leitor na sociedade é a de buscar os seus rastros nos textos e fotos, desenhando uma imagem de acordo com o meio pesquisado. Ao analisar a edição especial de 07 anos do Jornal Super Notícia (MG), Guedes (2009, p. 11) mostra como esse leitor é evidenciado:

No jornalismo popular, os leitores são, ao mesmo tempo, consumidores e protagonistas. Nem são donos de si nem absolutamente determinados por forças exteriores. Ele acredita ter voz, sai da margem para o centro do processo de informação. [...] o Super Notícia homenageia e mostra quem é o leitor que ele acredita ter: em sua maioria pessoas anônimas que, possivelmente, não teriam oportunidade de ser um personagem do jornal de referência. O próprio jornal atesta que seu leitor é, justamente, aquelas pessoas que não liam, seja pelo preço dos periódicos de referência ou mesmo pela falta de leitura deste público.

Seja pela sua produção textual ou do próprio meio, os leitores podem ser encontrados em meio ao público de que é parte, sendo “[...] nem absolutamente livres, como pensam os idealistas, nem joguetes das circunstâncias que os determinariam” (COLLIN, 2008, p. 93).

Na área de Ciência da Informação, Azevedo (2008) buscou o perfil do leitor do Real Gabinete Português de Leitura numa perspectiva histórica, em que, utilizando uma abordagem exploratório-descritiva, identificou os critérios de política de seleção do acervo para caracterizar a figura do leitor no período de 1837-1847: “[...] para delinear a “face” dessas pessoas que utilizaram o acervo, partimos do método clássico aplicado em estudos de bibliotecas particulares, qual seja, identificar características do possuidor do acervo a partir dos seus livros” (AZEVEDO, 2008, p. 21). Os leitores do Real Gabinete Português de Leitura (RGPL) utilizavam o acervo para suas necessidades profissionais e lazer. A leitura de romances predominava, mas também havia interesse na leitura de periódicos, principalmente

européus, de caráter comercial, sendo expressiva a procura por notícias. Havia também muitos livros e periódicos em francês e inglês no acervo, o que indica, segundo Azevedo (2008, p. 27), “[...] que os leitores eram indivíduos pertencentes a uma elite que teve educação acadêmica, ou liceal”. Nas atas das seções do Gabinete, também havia registros da presença feminina em seus primeiros anos de fundação: “[...] a presença de mulheres leitoras no RGPL representou uma grande surpresa, pois não localizamos informações semelhantes em outros gabinetes no período” (AZEVEDO, 2008, p. 30).

O leitor é assim, marcado pela sua prática de leitura, tanto como ela se manifesta individual e coletivamente, na sociedade e na história, quanto pelas circunstâncias em que se dá essa prática e que nem sempre depende dele.

#### 5.6 O leitor e suas práticas: as cartas de leitores dos meios de informação impressos

Até o final do Século XIX, o jornal buscava o apoio de uma série de fontes de informação para narrar o cotidiano da cidade: cartas não identificadas, relatos de vizinhos, parentes. Não havia ainda o distanciamento da imprensa com o leitor, que participava do diálogo direto com o jornal. Após o início do Século XX, “[...] o leitor é desterrado da notícia para um outro espaço, a seção de cartas, onde poderá ser flagrado em uma miríade de situações” (MAROCCO, 2006, p. 5).

As cartas de leitores são textos publicados no interior de meios de informação impressos, e se localizam geralmente em uma seção fixa, de espaço determinado, destinado à publicação de correspondências do leitor. As cartas de leitores, um gênero textual dos meios de informação impressos, também são chamadas de cartas ao editor, cartas à redação, correio do leitor ou painel do leitor, e relaciona o leitor e os demais leitores à publicação. As cartas pertencem ao gênero opinativo, e estão no âmbito das relações leitor-jornal como importantes registros das práticas de informação e leitura, em que o leitor opina e colabora com o periódico, e “[...] é a manifestação opinativa, reivindicatória, cultural ou emocional do leitor” (CHAPARRO, 1992, p. 63), resultando, enfim, no uso do meio e apropriação da informação pelo sujeito leitor.

Ao estudarmos as práticas de informação e leitura, devemos levar em conta a comunidade e um campo específico de conhecimento ou de ação na qual o leitor ou usuário está implícita ou explicitamente inserido (CAPURRO, 2003). Dines (2009b) corrobora essa opinião, pois não concebe o leitor como um fato isolado ou singular, e sim como fração de um universo:

O que acontece com um leitor está acontecendo simultaneamente com o conjunto que ele representa. É por isso que a seção “Cartas de leitores” tem tamanha importância num jornal, pois não atende apenas àqueles que se armaram de paciência e coragem para escrever ao periódico, mas a todos aqueles que não tiveram a mesma disposição, mas assim pensam. (DINES, 2009b, p. 74).

As cartas de leitores se apresentam como importante material de registro das práticas de informação e leitura cotidiana, pois saem diariamente na imprensa, se referem a fatos do dia a dia, trazem a opinião do leitor sobre temas em foco e o seu entorno (mundo, país, localidade), apresentam críticas ao jornal opinando sobre seu caráter e atuação, e também pedem providências, levando a manifestações de pessoas ou entidades sobre irregularidades ou questões diversas.

Quanto a pesquisas no âmbito acadêmico sobre o leitor e a leitura de jornal (com exceção da leitura de jornal no campo escolar) no Brasil, existem poucas investigações, pois “[...] as teorias desenvolvidas no campo da recepção, nos últimos 80 anos não trataram do leitor de jornal em particular, sempre o consideraram como um anônimo dentro de uma massa compacta denominada audiência” (BAESSE, 2005, p. 75).

Baesse (2005) afirma que os estudos sobre o leitor são geralmente patrocinados pelos próprios meios, e não tem por objetivo a compreensão do leitor de jornal num âmbito mais amplo.

Em estudos de linguagem, Assunção (2007) estuda as cartas de leitores a partir do conceito de gênero e de reescrita, caracterizando-as por possuírem uma “proposta comunicativa”: a de apresentar aos meios de informação o parecer do leitor referente aos temas publicados ou ao próprio meio. A noção de comunidade discursiva é utilizada para ressaltar que os leitores compartilham certo grau de conteúdo e estratégias discursivas através de um meio que possibilita a comunicação entre os pares (ASSUNÇÃO, 2007).

Para Assunção (2007) as cartas de leitores são plenamente intertextuais, pois são escritas, na maior parte das vezes, em referência a textos já publicados em edições passadas de um meio de informação impresso. Fazem, portanto, referência às questões tratadas pelo meio para a qual foram escritas e aos outros leitores, remetendo tanto ao próprio texto quanto ao contexto. Ainda, as cartas trazem como condições de publicação a identificação do remetente, aproximando-se das cartas pessoais, contudo, dessas se distinguem, pois não são feitas para guardar ou arquivar, mas para serem publicadas. Quanto à estrutura das cartas, essas são textos pequenos, em geral de um parágrafo, em que se dispensam as aberturas e fechamentos tradicionais das cartas, pois vão direto ao assunto, e são organizadas sob uma

rubrica (tema) definida pelo editor, demonstrando o modo como esse lê a carta e define para elas uma temática comum, e também alertando ao leitor quanto ao espaço e a clareza do material enviado para ser publicado (ASSUNÇÃO, 2007). Existe a preocupação com o que é dito e como isto é dito, mostrando o modo como os leitores leem:

A importância das cartas de leitores consiste no fato de elas acentuarem o caráter dialógico dos meios de informação, pois ao publicarem as cartas dos leitores, a princípio, independente do conteúdo veiculado, o jornal não só dá voz aos seus leitores, permitindo que eles possam interagir não só com o jornal, mas também com os outros leitores. Além disso, as cartas de leitores funcionam como um termômetro, pois além de demarcar os interesses dos leitores, demonstra o seu grau de receptividade da matéria e do trabalho desenvolvido pelo periódico. (ASSUNÇÃO, 2007, p. 673).

O texto disponibilizado neste espaço é assentado na ausência de contato imediato entre leitor e emissor (publicação), uma comunicação mediada. A carta, para ser disponibilizada, passa pela figura do editor, que a seleciona e dissemina no espaço do leitor, num processo de mediação implícita.

A seleção e editoração das cartas, entretanto, permanece sob o controle de um editor. Embora um certo grau de “limpeza” editorial seja efetuado, para garantir que não sejam difamatórias ou grosseiramente ofensivas, as cartas ao editor podem nos trazer insights sobre dimensões socioculturais de uma comunidade, conforme evidenciadas pelos leitores/escritores. (SOTILLO; NASTASI, 1999 apud FONTANINI, 2002, p. 227).

Do ponto de vista jornalístico, o editor é o mediador desse espaço, pois seria o intermediário entre o cidadão e as autoridades, entre o leitor e o jornal (CHAPARRO, 1992). No entanto, Chaparro (1992, p. 63) alerta que a carta, dentro de um processo industrial de comunicação, “[...] é uma concessão ao leitor, administrada em proveito do jornal, em cujas mensagens o leitor só acidentalmente interfere”.

Essa opinião pode ser confirmada por uma análise que levantou o espaço em que dez dos principais jornais brasileiros<sup>59</sup> dedicam à seção de cartas. A pesquisa concluiu que da média de 50 a 70 páginas de um jornal diário, o espaço do leitor não chega a ocupar uma página nos grandes jornais. A conclusão a que se chega é a de que o “[...] espaço do leitor não tem crescido dentro dos jornais impressos, e são poucos aqueles que realmente tratam a coluna com o devido respeito” (ADGHIRNI; BAESSE, 2009, p. 12).

---

<sup>59</sup> Foram investigados os seguintes jornais do centro-sul: Folha de S. Paulo, Estado de São Paulo, Jornal do Brasil, O Globo, Correio Brasiliense e Zero Hora; e do norte-nordeste: A Crítica, O Liberal, Diário de Pernambuco e A Tarde.

Baesse (2005) estudou as cartas de leitores como elemento de crítica da sociedade e buscou compreender como o leitor se manifesta, coletando cartas de jornais diários e analisando, com o auxílio da Análise de Conteúdo, as cartas de leitores em três categorias: intermediação, quando os leitores, através das cartas buscavam soluções para problemas cotidianos; a categoria mediação foram enquadradas as cartas de queixas e contrariedade, mas que não buscavam uma resposta em particular; e a terceira, chamada de crítica da mídia, em que os leitores discutiam o próprio papel do meio de informação na sociedade e faziam críticas a ele, com debates sobre a função da imprensa e a liberdade de expressão (BAESSE, 2005). A categoria mediação foi a que mais contabilizou no total de cartas dos jornais analisados e, segundo Baesse (2005, p. 80), isso demonstra que o leitor – chamado pela autora de *leitor manifesto* - “[...] quer um espaço para falar o que pensa”. Quanto à seção de cartas de leitores, para Baesse (2005) os jornais conseguem estabelecer interatividade entre os leitores/escritores, ainda que num diálogo atrasado no tempo, sendo um espaço de crítica da mídia dentro do próprio jornal, mas reconhece que essa poderia ser mais bem trabalhada pelos jornais.

Silva (2005) comenta que as cartas de leitores não têm sido objeto de investigação em Portugal e nem mesmo em outros países. Para a autora, que realizou pesquisa junto ao jornal português Público, num período de dois meses, “[...] há poucos estudos sobre esta matéria e grande parte dos que existem estão inseridos em investigações de âmbito mais vasto”<sup>60</sup>(SILVA, 2005, p. 12).

Num enfoque informacional, Espírito Santo e Dumont (2007; 2009), consideraram os meios como mediadores de informações, e buscaram entender a mulher atual como leitora de jornais de referência:

Os jornais se configuram, então, como fontes de informação muito valorizadas pelo feminino. E elas lêem de tudo. É essencial para aquela que espera encontrar na leitura momentos de lazer e vital para a que busca informação, que tem necessidade de acessar o saber não acadêmico, o conhecimento elaborado a partir dos acontecimentos cotidianos, para assim participar da vida pública. A mulher parece ser uma grande consumidora de informação. Há um século liam pouco, sobre poucos temas e reservadamente. Hoje lêem de tudo e contam sobre o que leram aos quatro cantos do mundo. Não clamam por uma informação direcionada especialmente a elas, mas que as considerem e as reconheçam como sujeitos de ação. Elas são noticiáveis, tanto quanto os homens. Estão longe de ser ao menos a metade, nas altas instâncias do poder, mas estão atentas ao que se

<sup>60</sup> As pesquisas de Silva (2005; 2008) são no âmbito das rotinas produtivas na seção de cartas, investigando critérios de seleção e edição junto à redação dos jornais, demonstrando que os leitores/escritores que têm mais recursos persuasivos e se expressam melhor tem maiores condições de ver suas cartas publicadas.

passa ao seu redor e no mundo. (ESPÍRITO SANTO; DUMONT, 2007, p. 10).

Numa pesquisa sobre as leitoras do jornal Estado de Minas (MG), de caráter quantitativo e qualitativo, as autoras primeiramente levantaram o total de correspondências enviadas a seções de cartas de leitores de sete jornais brasileiros que estavam assinadas por mulheres, num período de 30 dias. Das 1848 cartas publicadas, 1493 eram de homens e 345 de mulheres (ESPÍRITO SANTO; DUMONT, 2009). E mais especificamente, em relação às leitoras do jornal Estado de Minas, foi aplicada entrevista por telefone a 172 leitoras; além da análise do discurso de capas do jornal e de matérias internas que tinham a mulher como personagem. O estudo revela que a mulher corresponde à quase metade do público leitor dos grandes jornais brasileiros e usa a informação desse meio para formar sua opinião e interagir socialmente, mas ainda participa desse espaço de forma desigual (ESPÍRITO SANTO; DUMONT, 2009).

Nas práticas de leitura e informação despontam realidades diferenciadas, em que as questões de gênero surgem junto a outras como o acesso e uso dos espaços e meios de leitura.

Outro estudo do leitor contemporâneo no processo informacional mostra através de análise de cartas, como o jornal impresso exerce a mediação, ao circular as representações expressas nos conteúdos informacionais dos leitores. De um total de 115 cartas de leitores participantes do concurso “A Minha Capital”, promovido pelo jornal Zero Hora (RS) no ano de 2007, foram selecionadas 10 dentre aquelas publicadas pelo jornal durante o mês de março. Os dez narradores selecionados tinham idades entre os 29 e os 64 anos e foram divididos equitativamente entre homens e mulheres, sendo todos de escolaridade de nível superior e da classe média e alta; oito eram moradores de Porto Alegre e os outros dois passaram parte de suas vidas ali.

As narrativas refletem o trabalho de memória dos leitores, através das suas lembranças sobre a cidade. Neste sentido, recuperar a memória dos cidadãos sobre a cidade de Porto Alegre significa considerar que cada leitor não apenas participa individualmente como cidadão, mas compartilha com os demais das representações e das práticas que compõem o imaginário e a identidade cultural dos porto-alegrenses. (MORIGI; ROCHA; BORGES, 2010, p. 103).

A pesquisa evidencia que o jornal impresso reforça os laços dos leitores com a cidade e sua identidade cultural ao veicular os conteúdos informativos de suas narrativas. E ainda, Morigi (2009) afirma que as cartas trazem representações dos cidadãos sobre a cidade,

identificam informações sobre lugares a partir de lembranças e ajudam a construir um imaginário local, mediando à memória coletiva dos leitores.

Se o recurso à mediação aparece quando há falha nos conceitos básicos de comunicação como transmissão de informação ou como interação entre dois sujeitos sociais, é este o caso tanto da prática de leitura quanto das cartas de leitores. Na prática de leitura de jornal não há a concepção de comunicação como transmissão de informação, pois a leitura produz efeitos sobre o leitor que não são de todo previsíveis, e esse pode se manifestar ou não a respeito de sua leitura. Também, a prática de leitura de jornal não comporta a ideia de comunicação como diálogo, já que a comunicação do leitor com o jornal neste espaço só se torna possível pela ação de um terceiro, ou seja, a carta enviada à redação. A carta enviada ao jornal irá sofrer mudanças em sua forma e conteúdo, não há neutralidade da informação na relação entre emissor e receptor. A ação do jornal ao publicar a carta, gera efeitos sobre o leitor que tem a sua prática de leitura considerada pelo meio. Assim, a mediação se estabelece pelo amplo confronto desses sujeitos no processo de recepção, que envolve o meio de informação, os leitores e sua cultura, e dessa negociação se constrói o significado das mensagens (RUÓTOLO, 1998).

Se por um lado, existe uma escassez de investigações acadêmicas que têm por objetivo o leitor de jornal e o registro de sua prática de leitura, por outro existem as pesquisas de mercado, mas apesar de todo o rigor metodológico, amostragem representativa e abundância de dados relevantes, essas apresentam uma visão utilitária da leitura e do leitor. O destaque é para o quanto é lido de cada edição, o tempo médio de leitura, o tipo de informação buscada e o uso que se faz disso. Além de classificar o leitor por critérios quantitativos de leitura, como os *light*, *medium* e *heavy readers*, essas pesquisas realçam, em sua maioria e dentro de seus objetivos, apenas a dimensão comercial do público. Essas pesquisas têm a sua importância, já que buscam resolver problemas de mercado das empresas jornalísticas, mas o interesse está em enfatizar o uso de modo geralmente quantitativo, não se ocupando da constituição desse leitor, do jogo de imagens construído sobre ele e seu lugar social, a posição que ocupa e do lugar ocupado.

As práticas de leitura e informação constituem não somente um sujeito e um sentido, mas a situação social e histórica, as instituições, a circulação, o acesso e o uso dos meios e a apropriação da informação. As cartas de leitores, como registro de uma prática de leitura, tem um caráter público e mediador, pois apesar de produzidas em um espaço institucional com certas regras, são feitas para serem divulgadas, e carregam ao mesmo tempo, as marcas do leitor que escreve e as do jornal que as seleciona e publica.

De acordo com a literatura consultada, defendemos as cartas de leitores como um espaço privilegiado dentro dos meios de informação impressos para os estudos de apropriação da informação, já que se constituem como espaço de expressão do leitor e possível zona de observação dos pesquisadores interessados nessa temática (que, conforme visto, também já foram estudadas por outros autores da Ciência da Informação como ESPÍRITO SANTO; DUMONT, 2007, 2009; MORIGI; ROCHA; BORGES, 2010; MORIGI, 2009), pois nas cartas é possível encontrar as marcas de como o leitor se apropria da informação, ou seja, como leva a informação para sua vida quando lê.

Quanto ao jornal como meio de informação, esse deve ser visto no contexto social e é preciso estar atento para qual leitor esse documento é endereçado, quem seria, portanto, o seu “leitor modelo” (ECO, 1993). O leitor dá existência ao jornal, mas o jornal esboça em suas páginas o seu leitorado, numa relação dialética. Nesta pesquisa não trataremos do leitor como um sujeito descoberto em suas características demográficas ou psicológicas, nem de um leitor implícito (ISER, 1996), modelo (ECO, 1993), e sim, mais especificamente, do sujeito leitor na perspectiva materialista discursiva (PÊCHEUX, 2008, 2009, 2010; ORLANDI, 2008, 2009; NUNES, 1994, 2003), que considera, antes de tudo, o ser humano na vida real:

Isto é, não se parte daquilo que os homens dizem, imaginam ou representam, e também não dos homens narrados, pensados, imaginados, representados, para daí se chegar aos homens de carne e osso; parte-se dos homens realmente ativos, e com base no seu processo real de vida apresenta-se o desenvolvimento dos seus reflexos e ecos ideológicos do seu processo de vida. (MARX; ENGELS, 2009, p. 31).

O propósito desse modo de análise é pensar o ser humano fora de um isolamento ou fixidez, mas no processo histórico em determinadas circunstâncias. Assim, desviamos nosso percurso de uma concepção comportamental ou cognitiva do leitor e da leitura, considerando que as práticas não são comportamentos nem atitudes, já que não são individuais ou universais, mas se relacionam a posições em conflito umas com as outras (PÊCHEUX; FUCHS, 2010d).

Na perspectiva materialista a mediação da informação desloca o leitor ou usuário de um papel de simples receptor, pois é ele quem determina a existência da informação: “[...] a informação existe apenas no intervalo entre o contato da pessoa com o suporte e a apropriação da informação” (ALMEIDA JUNIOR, 2009, p. 97).

Esta perspectiva considera que a prática de leitura não pode ser compreendida a partir de modelos e tipologias de leitores, pois não há apenas uma forma de leitor, mas uma

variedade, ainda que persistam idealizações sobre um leitor modelo. O Materialismo não coloca o Homem, mas humanos singulares, não a Sociedade, mas indivíduos que estabelecem entre eles relações determinadas (COLLIN, 2008).

E a leitura, sendo prática mediadora do leitor com o mundo, é sempre atividade, na qual o leitor leva a informação para a sua vida, se apropria dela: “[...] a apropriação [...] pressupõe uma alteração, uma transformação, uma modificação do conhecimento, sendo assim uma ação de produção e não meramente de consumo” (ALMEIDA JUNIOR, 2007, p. 36). A leitura é um ato correspondente ao ato de escrever e não pode ser reduzida a simples mecanismo decodificador, já que o leitor precisa mostrar alguma iniciativa, se compreendeu ou não o que leu, se a informação foi apropriada e em quais circunstâncias.

Porque da prática de leitura, efeitos são produzidos, já que o sujeito leitor exerce papel ativo em sua atividade interpretativa, colocando em jogo as imagens do leitor ideal e do real, mostrando os outros leitores e suas possíveis leituras. O sujeito leitor aparece, portanto, inserido numa conjuntura social como uma posição frente a outras posições, ele aceita, resiste, se conforma ou refuta aquilo que leu, sendo a leitura um trabalho interpretativo, uma prática que se constitui em maneiras de ler que são ao mesmo tempo individuais, como a parte subjetiva da relação que o leitor estabelece com o texto, mas também coletivas, pois circunscritas a um universo social, histórico e ideológico.

Para abordar a prática de leitura, o método escolhido é o da Análise de Discurso, como auxílio ao entendimento da constituição desse leitor, já que esse tipo de pesquisa permite uma visão do contexto histórico e social em que se encontram os sujeitos, cujos pressupostos apresentamos no próximo capítulo.

## 6 FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DA ANÁLISE DE DISCURSO

Nesse item se apresenta a conceituação de documento, bem como a opção pela Análise de Discurso como apoio teórico e metodológico à análise de textos e sua abordagem da leitura e do sujeito leitor. A perspectiva da mediação compreende o texto como mediador (DAVALLON, 2007), pois é um dispositivo em que se pode observar a interação entre a lógica da produção e a da recepção (MARTÍN-BARBERO, 2008).

O método é um guia, uma orientação para o conhecimento de cada realidade, e em cada uma delas é preciso capturar as suas contradições particulares, seu movimento interno, qualidade e transformações (LEFEBVRE, 2010). Na perspectiva do materialismo dialético o método trabalha a confrontação de opostos e admite que as contradições tenham um fundamento nas próprias coisas, sendo essas o ponto de partida. É que o estudo das contradições tem uma fundamentação na realidade, sendo o centro da preocupação do método dialético (LEFEBVRE, 2010).

O materialismo se interessa pelo estudo dos indivíduos em sua vida imediata e entender o indivíduo subjetivamente quer dizer a partir de sua própria atividade e não como objeto passivo e átomo social (COLLIN, 2008). O estudo do objeto da pesquisa, sempre em realidades concretas, deve abarcar, de modo dialético, todos os seus aspectos, todas as suas ligações, mediações e contradições. O objeto é considerado em seu desenvolvimento e movimento próprio, na sua transformação (BARROS; LEHFELD, 2005).

Assim, o método dialético permite pensar as contradições do pensamento e das consciências subjetivas tendo um fundamento objetivo e real:

Se existem 'pró' e 'contra', 'sim' e 'não', é porque as realidades apresentam não somente aspectos múltiplos, mas facetas mutáveis e contraditórias. Desse modo, o pensamento humano, que não consegue captar de uma só vez as coisas reais, se vê obrigado a tatear e caminhar através de suas próprias dificuldades e contradições até atingir as realidades moveáveis e instáveis e as contradições reais. (LEFEBVRE, 2010, p. 28).

Sendo o objeto dessa pesquisa as práticas de informação e leitura do jornal BOM DIA Bauru, o problema de pesquisa abrange uma questão dialética sobre essa prática: a posição que o jornal tem do leitor e da leitura, do conhecimento que supostamente tem de seu leitorado e investigar a recepção que o leitor faz do jornal e como se apropria da informação em sua prática de leitura, o que é relevante para ele, além de quais posições pode ocupar para

ser o sujeito leitor do referido jornal. Sendo essa questão investigada pela leitura e análise de textos.

Os textos selecionados, que são analisados no capítulo seguinte, são do tipo jornalístico, pois estão situados nas distinções institucionais do discurso do jornal e suas normas<sup>61</sup>. Quando se estuda um texto, Maingueneau (2011) afirma que o mesmo é inseparável do funcionamento do grupo que o organiza, portanto, também realizamos uma pesquisa bibliográfica em fontes que já estudaram o jornal BOM DIA Bauru, a fim de entender o contexto da informação produzida.

A metodologia consiste em realizar uma Análise textual, que é uma leitura interpretativa que consiste no uso de fontes para determinados fins de pesquisa. Essas fontes são geralmente os documentos oficiais, técnicos ou pessoais, e também o acervo de impressos. Na literatura sobre fontes de informação, é comum encontrarmos três grupos principais: os documentos primários, secundários e terciários; como em Booth, Colomb e Williams (2005) que distinguem e explicam os três tipos: primários, que seriam a matéria prima da pesquisa, os textos sobre os quais se escreve seriam as fontes primárias em áreas que estudam documentos; secundários, são os resultados de pesquisas baseados em dados primários ou fontes, como livros e artigos; e terciários, como livros e artigos escritos com base em pesquisas de outras pessoas, e teriam o objetivo de tornar público as pesquisas feitas em uma determinada área, ou reafirmar o que já foi publicado.

Eco (2003) evidencia que a diferença entre as fontes depende dos limites estabelecidos pelo objeto de estudo, e que, ao se escrever uma tese, a preferência recai sobre as fontes de primeira mão. O autor explica a sutileza da classificação ao se utilizar fontes no processo de pesquisa:

Uma fonte é de segunda mão por várias razões. Se pretendo fazer uma tese sobre os discursos parlamentares de Palmiro Togliatti, os discursos publicados pelo *Unità* constituem fonte de segunda mão. Ninguém me garante que o redator não tenha feito cortes ou cometido erros. Fontes de primeira mão serão as atas parlamentares. Caso eu conseguisse obter o texto escrito diretamente por Togliatti, teria então uma fonte de primeiríssima mão. Se desejo estudar a declaração de independência dos Estados Unidos, a única fonte de primeira mão é o documento autêntico. Mas também posso considerar de primeira mão uma boa fotocópia [...] Vê-se que o conceito de “primeira” ou de “segunda” mão depende do ângulo da tese. (ECO, 2003, p. 39).

---

<sup>61</sup> A tipologia e as definições de gênero são úteis para situar o discurso em uma organização textual e num certo lugar, a uma maneira de falar, com certas regras, pois o texto é sempre faceta de uma instituição, e ao mesmo tempo, a instituição existe através do texto, num sistema de gêneros do discurso e regulação da palavra (MAINGUENEAU, 2011). Contudo, a tipologia não é parte da preocupação central da Análise de Discurso, porque o que caracteriza o discurso, antes de tudo, não é o seu tipo, mas seu modo de funcionamento (ORLANDI, 2009).

Moreira (2005) observa que as fontes são geralmente de origem secundária, pois apresentam dados já reunidos e organizados, como os meios de informação e comunicação impressos: jornais, revistas, boletins, almanaques, catálogos; eletrônicos: gravações de áudio e vídeo; e relatórios técnicos.

## 6.1 Conceituando documentos

Há muitas maneiras de se conceituar um documento e assim estruturar as questões de uma pesquisa de forma adequada. Os documentos não são simples meios de informação neutros da história, eles não refletem a realidade, pois aquilo que as pessoas decidem registrar, incluir ou deixar de lado está relacionado ao contexto social, político e econômico dos quais são parte (MAY, 2004).

McLuhan (1972) destaca a portabilidade dos meios impressos, pois isso permite ao leitor carregá-los, levá-los consigo, guardar e colecionar. Analisar o jornal, como meio de informação e comunicação de uma cultura letrada e impressa, implica ponderar sobre a definição do impresso como um documento e uma obra intelectual ou estética, simultaneamente, e em que a percepção se baseia em diferenças imediatamente visíveis entre os objetos: cartas, jornais, revistas, cadernos, diários, livros (CHARTIER, 2002). Sabemos, com Chartier (2002) que os textos não existem fora dos meios que os suportam e que essas formas permitem sua leitura e participam da construção de seus significados. No caso do jornal impresso, é a materialidade que permite ao mesmo tempo, a experiência histórica de um objeto que não é neutro e transparente, mas também a experiência sensorial de que pode ser guardado, arquivado, dobrado ou levado consigo. Contudo, o fato do objeto ser material não significa que será um documento, pois existe uma perspectiva de quem usa o objeto.

Ao comentar os estudos de Briet<sup>62</sup>, Buckland (1997) investiga o que determina que um objeto se transforme em documento, e levanta algumas características evidenciais de documentos: a materialidade, objetos e signos físicos e simbólicos; a intencionalidade, pois se pretende que o objeto seja tratado como prova; a transformação em documento, pois os objetos têm que ser processados; e a posição fenomenológica, em que o objeto tem que ser percebido como um documento. Buckland (1997) aponta também que nem todos os

---

<sup>62</sup> Suzanne Briet (1894-1989) foi bibliotecária e documentalista francesa. Publicou, em 1951, um manifesto sobre a natureza da documentação: "Qu'est-ce que la documentation" em que afirma: "[...] um documento é a evidência na sustentação de um fato [...] é "todo o sinal físico ou simbólico, preservado ou gravado, destinado a representar, reconstruir, ou demonstrar um fenômeno físico ou conceitual". Para ela, a documentação não deve ser vista como relacionada apenas a textos mas com o acesso a evidências (BUCKLAND, 1997).

fenômenos de interesse na CI são textuais, pois o documento pode ser tridimensional. A ênfase está na função documental, mais que na forma física de um objeto, pois existe uma construção social do que significa um documento, além da dependência da relevância dada pelo observador ao documento (BUCKLAND, 1997).

A informação não tem nenhum caráter palpável, e se concretiza no contato da pessoa com o meio e a apropriação da informação (ALMEIDA JUNIOR, 2009). Entretanto, a informação não pode ser observável fora de sua verbalização ou inscrição em um meio. Para Béguin- Verbrugge (2009), o caráter instável e incerto das aparências em que se reveste a informação não é senão um dos efeitos do sistema técnico e semiótico que serve para comunicá-la. Daí a importância da noção de documento:

O documento é o objeto que sustenta a informação com vistas a comunicá-la. A ideia de comunicação é central. O documento comporta, igualmente, a informação e as marcas da comunicação de que é feita. O documento é o que se guarda como prova, é o que torna a informação manifesta e testemunha a sua existência para alguém. (BÉGUIN-VERBRUGGE, 2009, p. 37).

E ainda, Rabello (2009) diz que o documento não é determinado, mas produto de uma vontade de informar ou ser informado e o objeto só pode ser considerado como tal se responder a alguma questão de interesse individual ou social. Mesmo assim, a vontade de um emissor pode não ser o bastante: “[...] um jornal cotidiano serve de suporte para a transmissão da informação, mas se ele for utilizado como embalagem de algum produto, ele deixa de ter a função comunicativa a que foi objetivada” (RABELLO, 2009, p. 185). Dado que a vontade do criador nem sempre coincide com os usos que são feitos do objeto. Um sujeito sempre pode transformar e usar um meio de informação com múltiplas finalidades.

Em relação ao jornal diário e seu uso por um leitorado, Mouillaud (2002, p. 173), destaca que o leitor é fundamental: “[...] o jornal só é um jornal junto com seu leitor; são cada qual, as duas metades que devem ser reunidas. Acreditar que o jornal existe por si só é confundi-lo com sua materialidade de tinta e de papel”. Para o leitor, cujo objeto é a informação, o jornal fornece as informações necessárias e cumpre o seu papel na cotidianidade, sem que este precise se ater ao número ou a coleções. A sua prática de leitura faz parte da interpretação do texto: “[...] ler o jornal é estar colocado no ponto de vista de um mapa. O leitor, ao invés de ser uma referência para o mundo, deve nele encontrar o seu lugar” (MOUILLAUD, 2002, p. 183).

A CI se ocupa deste problema: a interconexão entre as pessoas e a informação, pois tem suas raízes históricas no uso que as pessoas fazem dos mais diversos tipos de documentos. A Ciência da Informação estuda a interface entre as pessoas e a informação, suas propriedades gerais, processos de construção, comunicação e uso (LE COADIC, 2004). Estudar um jornal como um documento é admitir que o mesmo tenha potencial informativo e pode ajudar as pessoas em suas decisões cotidianas, mas que é, ao mesmo tempo, uma leitura particular de um fato.

Ao longo do século XIX, com a separação entre opinião e fato no jornal fomentou-se a crença de que o jornal era capaz de reproduzir o mundo real, o que foi chamado de “Teoria do Espelho” (TRAQUINA, 2005). Apesar de o jornal ser um meio de informação centrado na realidade, as investigações acadêmicas sobre o jornalismo nos anos 1970 levaram a outro ponto de vista, o de que as notícias são uma construção social (BERGER; LUCKMANN, 1973) e não um espelho da realidade, pois os meios não refletem a realidade, mas também ajudam a construí-la, já que se utilizam da linguagem, que não é de forma alguma, neutra, não sendo, portanto uma simples transmissão de informação. Contudo, isso não significa que as notícias sejam uma invenção, mas são convencionais e produzidas de acordo com aspectos financeiros, circunstanciais, organizacionais e das rotinas e práticas da profissão jornalística (TRAQUINA, 2005), como também o são os documentos.

De tal modo, o jornal não expõe a realidade social de forma independente, e por isso, não pode ser lido de modo descontextualizado, levando o analista a realizar a sua própria leitura do documento e assumir que é parte do mundo social que estuda, localizando-os numa conjuntura social mais extensa.

Para Maingueneau (2011) um jornal tem de mostrar o que é, porque ele não reflete o mundo, mas o sistema dentro dos jornais, porque há um preconceito analítico que enxerga o jornal como um documento transparente e ninguém se preocupa em saber o que é e como funciona o jornal que se analisa.

O ponto de partida da análise, contudo, não é o documento, mas o questionamento que a ele faremos, o nosso problema de pesquisa, que envolve uma questão dialética: qual a imagem que o jornal tem do leitor, o que atribui a eles? E qual a imagem que o leitor tem do jornal? Enfim, qual a posição que o sujeito ocupa e pode ocupar para ser o leitor do jornal BOM DIA Bauru? Como o leitor relata sua prática de leitura nas cartas? São as questões que vamos perseguir em nossa análise textual.

## 6.2 Análise de Discurso e a leitura

Os documentos, certamente, são meios práticos à circulação da informação, contudo, é na leitura que está o caminho em que o leitor atribui significados a documentos em seu cotidiano, em que se apropria da informação. É imprescindível lembrar que a leitura é uma forma de comunicação que se dá entre as pessoas, a leitura apenas medeia as relações que devem existir entre elas.

A análise qualitativa de um documento começa com a ideia de processo, do contexto social, de como esse se dirige a um público em circunstâncias particulares, sendo a tarefa do analista uma “leitura” do texto em termo dos seus símbolos (MAY, 2004). E do ponto de vista da leitura como mediação, vem à ideia da figura social que confere existência a atores que certas abordagens negligenciam. Para Jeanneret (2009, p. 27), “[...] o livro dá existência ao leitor, a fotografia à testemunha, as plataformas colaborativas ao engenheiro social”, mas e o seu contrário? Essa é uma questão dialética: o jornal dá existência ao leitor, e o leitor, ao ler o jornal, lhe dá a vida pela prática de leitura em que se apropria da informação. No leitor, o jornal encontra um lugar no qual viver.

Reforçamos que a leitura do impresso é parte constitutiva da circulação e apropriação da informação na sociedade, em que não há discurso que seja produzido e lido fora de determinadas condições sociais, institucionais, econômicas e políticas. Kobashi e Tálamo (2003) afirmam que na área da Ciência da Informação há cada vez mais um deslocamento gradual de uma perspectiva patrimonialista para as questões informacionais e comunicacionais, promovendo reformulações teóricas. Assim, a informação, que era concebida como estoque a ser preservado, também passa a ser vista em relação aos processos de circulação, que assumem importância social, bem como o seu acesso e distribuição, enfatizando sua natureza pública: “[...] a informação não se apresenta mais como uma questão individual, é um problema social” (KOBASHI, TÁLAMO, 2003, p.11).

Ainda que seja importante relacionar a informação aos seus autores, essa é utilizada de um modo que depende da situação social do público, do significado atribuído na leitura. A noção de leitura acompanha todo o desenvolvimento da Análise de Discurso desde o início de seu projeto em 1969 (PÊCHEUX, 2010b), como uma opção a abordagem documental de textos, em que, a partir do estudo do discurso, promovia condições para uma determinada prática de leitura: uma nova maneira de “ler”. O termo texto e discurso não são intercambiáveis, pois o texto é a unidade que o analista tem diante de si e do qual realiza sua leitura remetendo-o a um discurso que ganha sentido em relação a uma formação discursiva e

as condições de produção em uma conjuntura dada: “[...] um texto e só uma peça de linguagem de um processo discursivo bem mais abrangente e é assim que deve ser considerado. Ele é um exemplar do discurso” (ORLANDI, 2009, p. 72).

Para além da leitura de grandes textos, a Análise de Discurso se preocupa em “[...] se pôr na escuta das circulações cotidianas, tomadas no ordinário do sentido” (PÊCHEUX, 2008, p. 48). Maingueneau (2011) afirma que nas Ciências Humanas e Sociais há uma preferência por grandes textos, como os literários, científicos, religiosos e governamentais, mas a Análise de Discurso não divide os textos em prestigiosos ou não prestigiosos, pois estuda os textos que circulam em uma sociedade. Esses textos do dia a dia são muitas vezes, apenas folheados, pois são efêmeros e invasores, como os cartazes, jornais, panfletos e propagandas, e para Maingueneau (2002) ainda que tenham menor prestígio social e a eles lançamos um olhar distraído, sem a realização de uma leitura profunda, são os materiais que mais estão em contato com a vida cotidiana.

Pêcheux (2010a) questionou os métodos de análise documental existentes à época, e propõe a Análise de Discurso como uma crítica e uma alternativa às técnicas de Análise de Conteúdo que estabelecem indicadores não fixados linguisticamente, como a palavra, a frase, o tema, o que supõe que estas técnicas necessitam da aculturação dos pesquisadores, ou seja, de uma aprendizagem da leitura em que os pesquisadores aplicam as mesmas definições e sistemas de referência, supondo um conceito explícito ou implícito do modo de sua leitura. A questão da leitura é um tema capital para Pêcheux, mas no âmbito de uma teoria que rompa tanto com a prática de explicação do texto quanto com os métodos estatísticos que os quantificam (MALDIDIER, 2010).

À luz dessa crítica, Pêcheux (2010a), desenvolve a AD, tendo por objetivo fornecer às ciências sociais um instrumento científico, já que toda ciência necessita de instrumentos e não se pode esquecer o seu papel na prática científica. E oposta à Análise de Conteúdo, a AD não considera ser possível extrair o sentido de um texto, pois o texto não dá acesso a algo, ele é construído, é parte da realidade. Na perspectiva da AD, a leitura não pode ser vista como mera decodificação, apreensão de sentido que já é dado no texto e basta ser extraído. Um texto é sempre heterogêneo quanto a sua forma simbólica, já que pode ser uma imagem, um som, uma grafia; também quanto à natureza da linguagem, pode ser um texto oral, escrito, científico, literário etc.; e quanto às posições do sujeito (MAINGUENEAU, 2002).

O texto não é um produto, mas um processo no qual o leitor não apreende um sentido que está lá, ele atribui sentidos ao texto. A leitura é produzida e se procura determinar o processo e suas condições de produção.

Na leitura temos a impressão de que o sentido já está lá, que é a ilusão da literalidade, sendo esse um trabalho ideológico em que esquecemos que a leitura produz efeitos. Há toda uma divisão social do trabalho com a leitura, em que a “leitura literal” (de apreensão do documento) e a leitura interpretativa (que é escritura) constituem um espaço polêmico das maneiras de ler (PÊCHEUX, 2010c). Esse efeito de literalidade, de uma relação referencial entre palavra e coisa, nega as estratégias, manobras e ironias que surgem na prática da leitura.

É a natureza da relação que o leitor estabelece com o texto que caracteriza a legibilidade. Dizer que um texto é legível traz um julgamento de quem o lê, é “[...] um argumento produzido na relação entre o leitor e o autor, mediados pelo texto” (ORLANDI, 2009, p. 9).

Maingueneau (2011) afirma que para a AD é impossível extrair o sentido de um texto, pois não há dentro dele um sentido esperando para sair, já que o que fazemos é a leitura do texto, portanto, quando lemos um jornal não estamos lendo a realidade, pois ela não está inscrita ali.

O objeto da ciência não é empírico, mas uma construção na qual não pode ser destacado das delimitações que o caracterizam, contudo, o objeto analisado não existe apenas por um desejo do analista, e as dificuldades metodológicas na constituição do corpus implicam duas consequências: uma, de que a constituição do objeto depende do que na visão do analista o leva a colocá-lo como tal; e outra a de que o analista muitas vezes “finge” encontrar o objeto como um dado natural, e se livra de responsabilidades em justificá-lo (PÊCHEUX, 2010a).

A AD é um dispositivo que coloca em relação o campo da língua e da sociedade apreendida pela história, seu objetivo é articular a questão do discurso àquelas do sujeito e da ideologia (MALDIDIER, 2010). Do materialismo a AD herdou a sua concepção de mundo, que não aceita uma hierarquia exterior aos indivíduos e nem por isso se prende apenas a consciência do indivíduo e seu exame isolado, pois a realidade do mundo exterior, histórico, social e de suas práticas escapa a apenas uma consciência. Lefebvre (2010) afirma que no materialismo dialético, a pesquisa deve abandonar o ponto de vista do fato e do indivíduo isolado, para contemplar o conjunto, o devir e o processo histórico. Ao rejeitar a subordinação prévia e imutável dos homens e da sociedade, rejeita também uma concepção harmônica, pois constata a existência de contradições.

Sob a influência de Althusser, o indivíduo é “lugar de passagem, o “suporte” de estruturas; seu comportamento e suas atitudes fazem com que participe do processo de

reprodução das relações sociais em uma formação social, ou seja, em uma sociedade historicamente determinada (MATTELART; MATTELART, 2000, p. 95).

Para Pêcheux (2010b) é impossível que a Análise de Discurso não se ancore numa teoria do sujeito como um lugar problemático, mas que deve ser constituído. O sujeito para a AD não é aquele que está encerrado numa individualidade indizível, única, como um ser particular no mundo. No entanto, a AD não questiona a existência real dos sujeitos em sociedade, pois é exatamente porque eles existem no social e são apreendidos na coletividade é que há o interesse por sua existência histórica e ideológica. O sujeito é uma encruzilhada de caminhos, com diferentes vozes provenientes de discursos diversos. No discurso do sujeito, está também o Outro, assim, para Pêcheux (2009) o sujeito não é o centro do seu dizer, embora pense que sim.

Nosso objetivo como analista, não é, pois o de descrever o leitor real, mas sim os efeitos produzidos porque ele existe. Não nos deteremos tampouco em descrever o leitor “virtual” de um texto, como um interlocutor que se constitui no ato da escrita, ou como um destinatário. Queremos sim descrever a posição discursiva do leitor em determinadas conjunturas, e isso depende apenas relativamente da atribuição de um leitor virtual no ato da escrita. A atribuição de um leitor virtual constitui para nós apenas um dos fatores que interferem na constituição da posição sujeito-leitor: não se trata do leitor-interlocutor, mas do “outro” da leitura. (NUNES, 1994, p. 41).

O leitor ideal não existe, e sim um leitor moldado pela instituição em que se inserir, pois o leitor real tem uma história e um posicionamento frente a outras leituras (NUNES, 2003). Quando o leitor se apropria do texto, encontra nele um outro, um leitor já constituído, e com ele precisa relacionar-se. Para a AD é dessa relação que se instaura o processo de leitura: do jogo entre o leitor virtual e o leitor real, numa relação de efeitos de sentido de um sobre o outro. Os efeitos de sentido aparecem na escrita relacionados tanto a uma leitura “literal” (a apreensão do documento) quanto à leitura interpretativa, que já é uma escritura, constituem o que Pêcheux (2010c) chama de trabalho social da leitura, em que existem diferentes imagens de leitores e diferentes redes de interpretação.

O que existe é um apagamento de certas leituras, e no âmbito atual em que a leitura técnica, científica e a leitura “competente” no âmbito da Sociedade da Informação têm maior valor, se evitam “[...] outros sentidos para a leitura, outras possibilidades de filiação para o sujeito leitor” (NUNES, 2003, p. 44).

Para Nunes (2003) a imagem do leitor nos dias de hoje não parte dos leitores efetivos, mas de uma construção de representações de leitores em perfis sócio econômicos, ou de

leitores ideais, consumidores virtuais, para se tornarem visíveis e mensuráveis com vistas a uma administração da leitura.

Com isso, visamos fornecer subsídios para que se considere a prática de leitura não como uma atividade neutra ou definitiva, mas como determinada pelas práticas sociais, e, portanto, relacionável ao espaço de representações possíveis nesse contexto. (NUNES, 2003, p.44).

Neste ponto de vista, a leitura é uma relação histórica e social, ainda que mediada por objetos. Orlandi (2008) critica aqueles que falam de interação leitor e texto no momento da leitura, porque o leitor não interage com o texto, numa relação sujeito e objeto, mas com outro sujeito, o leitor virtual e o próprio autor.

Segundo Maingueneau (2011) a leitura de jornal não constitui uma interação em sentido habitual, que implica regras, parceiros e compartilhamento, além de regulação frente aos outros, pois não há possibilidade de resposta imediata.

Outra questão que a Análise de Discurso não considera em relação à leitura é sobre a existência de um autor onipotente, com intenções que controlam a significação do texto. Considera também que um texto nunca é transparente, e nega a existência de um leitor onisciente com uma capacidade de compreensão que domina os múltiplos sentidos do processo de leitura (ORLANDI, 2008).

Há um leitor virtual inscrito no texto. Um leitor que é constituído no próprio ato da escrita. Em termos do que denominamos “formações imaginárias” em análise de discurso, trata-se aqui do leitor imaginário, aquele que o autor imagina (destina) para seu texto e para quem ele se dirige. Tanto pode ser um seu “cúmplice” quanto um seu “adversário”. (ORLANDI, 2008, p. 9).

Sobre a não onipotência do leitor, Orlandi (2008, p. 12) comenta que: “[...] ninguém lê num texto o que quer, do jeito que quer e para qualquer um. Tanto quanto a formulação (emissão), a leitura (compreensão) também é regulada”. No texto há uma determinação histórica que faz com que alguns sentidos sejam lidos e outros não, apesar das múltiplas leituras citadas anteriormente, algumas acabam por cristalizar-se. O texto é o lugar do jogo de sentidos.

Quando lemos não consideramos apenas o que está dito na superfície discursiva, mas também o que está implícito, em profundidade, porque apesar de não estar dito, pode estar significando: sustentando o que é dito, o que está suposto para que se entenda o que está dito, aquilo à que se opõe e as nuances no dizer: “[...] Isso mostra como a leitura pode ser um

processo bastante complexo e que envolve muito mais do que habilidades que se resolvem no imediatismo da ação de ler. Saber ler é saber o que o texto diz e o que ele não diz, mas o constitui significativamente” (ORLANDI, 2008, p. 11).

Em relação à busca de um sentido único na leitura, Orlandi (2008) comenta que não há um centro em um texto, só há margens, porque o contexto constitui o sentido. Assim, percebemos que todos os sentidos são possíveis, só que alguns têm certa dominância, enquanto outros persistem como implícitos. Existem previsões para um texto, mas essas não absolutas, porque novas leituras são sempre possíveis. A previsibilidade de um texto se dá sob dois aspectos: o de que os sentidos têm história e que ocorre uma sedimentação de certos sentidos, segundo as condições de produção do discurso, e que um texto sempre se relaciona a outros textos. O intertexto mobiliza as relações de sentido, pois relaciona um texto com outros textos.

E como os sentidos estão sendo produzidos? O sentido é metáfora, sempre uma palavra, expressão ou proposição que se pode mudar por outra, pois há substituições contextuais, deslizamento de sentidos: “[...] os sentidos não se esgotam no imediato. Tanto é assim que fazem efeitos diferentes para diferentes interlocutores” (ORLANDI, 2009, p. 50).

O processo de produção de sentidos está sujeito a deslizamentos, pois há outros sentidos possíveis que constituem o discurso:

O discurso, por princípio, não se fecha. É um processo em curso. Ele não é um conjunto de textos, mas uma prática. É nesse sentido que consideramos o discurso no conjunto das práticas que constituem a sociedade na história, com a diferença de que a prática discursiva se especifica por ser uma prática simbólica. (ORLANDI, 2009, p.71).

As circunstâncias de um discurso ou as suas condições de produção compreendem os sujeitos e a situação, mas também a memória, que faz parte do discurso. Envolve, em sentido estrito, as circunstâncias da enunciação, é o contexto imediato, e no sentido amplo, o contexto sócio-histórico e ideológico (ORLANDI, 2009).

Em relação às condições de produção, a noção de instituição é fundamental para a AD, pois implica normas e lugares de onde falamos: é preciso falar de modo claro, dar informação máxima, pois sem as normas não é possível comunicar e elas variam segundo a instituição. A instituição não pode ser separada dos discursos que emite (MAINGUENEAU, 2011).

Nunes (2003) comenta sobre as condições de produção da leitura nas bibliotecas em que a acumulação tem importância central, enquanto a leitura nos meios de informação e comunicação cotidianos é de circulação livre, pública e abrangente, já que não há guarda, mas

exposição. São outras as condições de leitura que, devido ao acesso fácil, “[...] podem deixar transparecer que temos aí um espaço de liberdade, de criatividade, de leitura desinteressada” (NUNES, 2003, p. 40). O que acontece, no entanto, é um trabalho no discurso, que perpetua ou modifica certas imagens.

Para Pêcheux (2010a) um discurso remete sempre a outros discursos, às relações de sentido nas quais são produzidos. Não há início em um discurso, pois um discurso é sempre resposta direta ou indireta frente a outros discursos: “[...] isso implica que o orador experimente de certa maneira o lugar de ouvinte a partir de seu próprio lugar de orador: sua habilidade de imaginar, de preceder o ouvinte é, às vezes, decisiva se ele sabe prever, em tempo hábil, onde este ouvinte o ‘espera’” (PÊCHEUX, 2010a, p. 76).

A “antecipação do que o outro vai pensar”, é para Pêcheux (2010a), constitutiva de qualquer discurso, e o ouvinte ou o auditório pode bloquear ou apoiar o discurso por meio de intervenções diretas ou indiretas. O discurso não implica uma transmissão de informação de um emissor para um receptor como quer a Teoria da Informação, mas um “efeito de sentido entre interlocutores” (PÊCHEUX, 2008), daí que Pêcheux (2010a) prefere o termo discurso e não mensagem.

Os interlocutores são lugares determinados na estrutura de uma formação social e estão representados nos processos discursivos em que são colocados em jogo:

Entretanto, seria ingênuo supor que *o lugar como feixe de traços objetivos* funcione como tal no interior do processo discursivo; ele se encontra aí representado, isto é, *presente, mas transformado*; em outros termos, o que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro. Se assim ocorre, existem nos mecanismos de qualquer formação social, regras de projeção, que estabelecem as relações entre as *situações* (objetivamente definíveis) e as *posições* (representações dessas situações. (PÊCHEUX, 2010a, p. 82).

Para Pêcheux (2010a) em todo processo discursivo existem formações imaginárias que assim podem ser designadas:

**Quadro 9** - Processo discursivo

Expressão que designa as formações imaginárias	Significação da expressão	Questão implícita cuja “resposta” subentende a formação imaginária correspondente	
A	$I_A(A)$	Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em A	“Quem sou eu para lhe falar assim?”
	$I_A(B)$	Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em A	“Quem é ele para que eu lhe fale assim?”
B	$I_B(B)$	Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em B	“Quem sou eu para que ele me fale assim?”
	$I_B(A)$	Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em B	“Quem é ele para que me fale assim?”

Fonte: Pêcheux (2010a, p. 82)

Lembrando que a situação, o contexto ou referente, também participa do processo discursivo, pois existe um ponto de vista tanto de A quanto de B sobre o referente. O referente (R) aparece como objeto imaginário, pois não se trata da realidade física, mas do ponto de vista do sujeito sobre essa realidade.

**Quadro 10** - O referente no processo discursivo

	Expressões que designam as formações imaginárias	Significação da expressão	Questão implícita cuja “resposta” subentende a formação imaginária correspondente
A	$I_A(R)$	“Ponto de vista” de A sobre R	“De que lhe falo assim?”
B	$I_B(R)$	“Ponto de vista” de B sobre R	“De que ele me fala assim?”

Fonte: Pêcheux (2010a, p. 83)

Em todo processo discursivo há antecipação, por parte do emissor, das representações do receptor, “a cada passo, o discurso de um dos protagonistas é modificado pelo outro”

(PÊCHEUX, 2010a, p.91). No entanto, Pêcheux (2010a) lembra que em certos discursos o destinatador não recebe nenhum tipo de resposta do destinatário:

Trataremos aqui unicamente desse caso particular do discurso monólogo, que podemos identificar na condução do relato, do testemunho, da prece, da demonstração pelo exemplo, casos em que, no mínimo, o destinatário só se encontra presente na situação pela imagem que o destinador faz dele. (PÊCHEUX, 2010a, p. 91).

No processo discursivo A pode antecipar B, e vice-versa, porque tem uma imagem de si mesmo, do outro e do referente. Daí que o sujeito fala de um modo ou de outro de acordo com o efeito que pretende produzir no ouvinte, e assim o prevê desde uma imagem que vai do adversário ao cúmplice, e também do que ele vai dizer, se antecipando a essas relações.

Pêcheux (2009) também destaca o poder no âmbito do discurso e que esse obedece a uma prática de efeito de sentido entre interlocutores, evidenciando relações de força como posições que funcionam no discurso.

O lugar a partir do qual fala o sujeito, constitui o que ele diz, sendo nossa sociedade hierarquizada por relações de força, que sustentam os diferentes lugares que se fazem valer na “comunicação” (ORLANDI, 2009). Na AD é o mecanismo da projeção que faz com que o sujeito passe da situação (empírica) para a posição (discursiva), num jogo imaginário que comanda a interlocução.

Resta acrescentar que todos esses mecanismos de funcionamento do discurso repousam no que chamamos formações imaginárias. Assim, não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos como tal, isto é, como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos, que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. São essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições dos sujeitos no discurso. Essa é a distinção entre lugar e posição. (ORLANDI, 2009, p.40).

Para a AD, ao pensar a relação de forças, o efeito de sentido, a antecipação e a projeção como imagens, posição no discurso em formações imaginárias, é fundamental a noção de história, pois o sujeito pode ser situado no espaço e tempo, sendo essencialmente histórico. E como sua fala vem de um lugar e de um tempo determinado, também pode ser considerado um sujeito ideológico. Isso implica que, o sujeito e o sentido do texto não são dados a priori, mas constituídos no discurso, o que descarta concepções idealistas de subjetividade da predominância do Eu como fonte do discurso, e da evidência do sentido, que se processa através de interpelação ideológica e não é um dado aí.

A ideologia é um funcionamento do discurso, que pode aparecer como um apagamento da interpretação, como se o sentido estivesse sempre lá, naturalizado, imutável. “[...] Este é o trabalho da ideologia: produzir evidências, colocando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência” (ORLANDI, 2009, p. 46).

A ideologia não é visão de mundo e nem ocultação, mas uma função necessária entre a linguagem e o mundo, que se reflete no efeito imaginário de um sobre o outro. É uma prática significativa, pois não há realidade sem ideologia, sendo essa o efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido. Lembrando que, para Pêcheux e Fuchs (2010d) as práticas não são comportamentos nem atitudes, já que não são individuais ou universais, mas se relacionam a posições em conflito umas com as outras.

Pêcheux (2009) fala da interpelação dos indivíduos em sujeitos pela ideologia, para que aceitem seu assujeitamento. Há uma contradição no sujeito que não é totalmente livre e nem totalmente submetido, assim nada é dado *a priori*, o sujeito e o sentido só se constituem numa formação discursiva. Existe na sociedade uma contradição quanto ao sujeito, que é ao mesmo tempo livre e submisso. Livre para tudo dizer, conquanto seja submisso à língua para sabê-la, é o que chamamos de assujeitamento. O sujeito determina o que diz, mas é determinado pela exterioridade em sua relação com o sentido. Essa relação se dá no limiar da paráfrase, ou seja, da repetição, e da polissemia, com a diferença, a criatividade que constitui qualquer discurso, em que a produtividade da repetição remete a um mesmo espaço significativo e a criatividade é a ruptura no processo de constituição de sentidos. As condições de produção da leitura se dão na tensa relação entre paráfrase e polissemia.

Diante dessas injunções, o leitor resiste. Foge pelos interstícios. Produz contradições. Há, assim, não um, mas uma variedade de leitores como efeito de resistência ao perfil “leitor ideal”. Leitores e leituras menos visíveis, que praticam a ironia, a indeterminação, o esquecimento, o silêncio. E que apontam para um leitor que “tenta” falar a partir do perfil, mas ao fazê-lo desliza para um forma de dizer que mostra que há uma outra leitura (um outro leitor) nessa leitura (nesse leitor). (ORLANDI, 2003, p. 23).

A leitura parafrástica é caracterizada pela reprodução ou reconhecimento de um sentido que se supõe ser o do texto (do autor). Já a leitura polissêmica é aquela que se define pela atribuição de múltiplos sentidos ao texto. Na produção da leitura também entram outros aspectos importantes como a incompletude, que envolve o implícito e a intertextualidade. Tanto o reconhecimento quanto à atribuição de sentidos estão inseridos na produção da leitura.

Assim, poder dizer é estar entre um movimento de entrega e de resistência no discurso, sendo o sujeito “puro efeito” e não origem, fonte de si mesmo. É o efeito ideológico elementar, pois a interpelação do indivíduo em sujeito dá a impressão de que o sujeito é a origem do que diz, já que não há discurso sem sujeito, mas não há sujeito sem ideologia (PÊCHEUX, 2009).

É a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos, pois a ideologia interpela o indivíduo em sujeito para que esse produza o dizer. A ideologia dissimula sua existência no interior do funcionamento do discurso, produzindo evidências subjetivas, que não são as que afetam o sujeito, mas as quais esse se constitui. Essas evidências, tanto do sujeito quanto do sentido, apagam o caráter material, nos fazendo ver como transparente o que de fato é constituído por uma remissão a uma formação discursiva, pois as palavras recebem seus sentidos em relações, como efeito da determinação da memória (ORLANDI, 2009, p. 46).

A evidência do sujeito, que nos faz pensar que somos sempre sujeitos, apaga o fato de que somos indivíduos interpelados em sujeito pela ideologia. Ao pensarmos a ideologia, pensamos também a interpretação, que é sempre regulada em suas possibilidades e condições, pois não é apenas decodificação e apreensão do sentido, já que não está livre de determinações.

É um sujeito determinado, à língua e à história, pois em sua constituição é afetado por elas. Esse sujeito também é pensado como uma posição (imagem), um lugar que ocupa para ser sujeito do que diz. É que não se idealiza o sujeito leitor como pessoa plena de individualidade, mas um ser social apreendido num espaço coletivo: “[...] a voz desse sujeito revela o lugar social; logo, expressa um conjunto de outras vozes integrantes de dada realidade histórica e social; de sua voz ecoam as vozes constitutivas ou integrantes desse lugar sócio-histórico” (FERNANDES, 2008, p. 24). O sujeito perde seu papel central, embora fundamental, pois não existe discurso sem sujeito, mas passa a integrar a história.

Existe no discurso a posição que o sujeito deve e pode ocupar para ser sujeito que enuncia. Assim, os sujeitos são intercambiáveis, e a posição da qual falamos se relaciona a uma formação discursiva na qual essas palavras se inscrevem, como também outras falas que partem dessa posição. A formação discursiva compreende aquilo que pode e deve ser dito em um determinado lugar e que dá unidade imaginária ao sujeito.

Na formação discursiva associamos textos que não estão habitualmente associados, mas o conectamos através do interdiscurso, ou seja, da memória, do que já foi dito e une um discurso a outro, sendo que uma palavra sempre significa em relação a outras.

Um texto se constitui de enunciados que podem marcar posições (imagens) diversas do sujeito no texto. Para perceber o modo como o texto é atravessado por formações discursivas é possível observar as várias posições do sujeito ao mesmo tempo. No uso de conjunções, negações, indeterminações gramaticais pode-se notar relações entre diferentes formações discursivas, como a de confronto, sustentação mútua, exclusão, neutralidade aparente, gradação (ORLANDI, 2009).

Pêcheux (2009) afirma que o sentido de uma palavra ou expressão não existe em si mesmo (em sua relação transparente com o significante), mas é determinado por posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio histórico em que palavras, expressões e posições são produzidas e reproduzidas. O autor critica a evidência a respeito do sujeito e do sentido, de que os sujeitos são sujeitos porque são sujeitos e de que as palavras têm sentido porque têm um sentido, pois sob essa evidência há um absurdo de um círculo que não deixa ver o efeito ideológico elementar. Portanto, o leitor pode ser produzido como uma ficção, com muitos nomes, ou como uma série de personagens que levam o mesmo nome, que lhes é comum. Assim, se cobra do leitor um modo de leitura específico, pois ele é afetado pela sua inserção social e histórica. O sujeito é uma posição atravessada pela ideologia do que é ler e ser leitor hoje. É preciso pensar os implícitos, o não dito, as imagens e os estereótipos que permitam conhecer o sujeito leitor em sua materialidade (história).

Nunes (2003) afirma que o leitor, em seu discurso, pode dizer: “gostei”, “não gostei”, “é chato”, e ainda muito mais, já que os sentidos sempre podem ser outros.

Ainda, se não há para a AD “um agente onipotente na origem”, também não há “um poder institucional todo poderoso no fim” (ORLANDI, 2003), e elementar para a análise é a questão da articulação do lugar social e da realização textual. Pois cada organização textual corresponde a certo lugar, a uma maneira de falar e as regras de funcionamento do discurso. Um texto, segundo Maingueneau (2011), é inseparável do funcionamento da instituição que o organiza, portanto, as condições de produção do jornal escolhido para análise ajudam a compreender o lugar institucional em que o discurso é produzido e posto a circular por sujeitos e para sujeitos, e serão discutidas no próximo capítulo.

Para a AD, o discurso é plural, e o pesquisador pode integrar no corpus textos diversos, desde que sua construção seja coerente a um princípio, como por exemplo, o discurso escolhido pertencer a um mesmo tipo (MAINGUENEAU, 2011).

## **7 PRÁTICAS DE LEITURA DE JORNAIS: O JORNAL, O LEITOR E SUA PRÁTICA DE LEITURA NAS CARTAS DE LEITORES DO JORNAL BOM DIA BAURU**

Apesar das previsões pessimistas, a leitura de jornal apresentou crescimento de quase 25% no Brasil da primeira década do século XXI. E tende a seguir crescendo, impulsionada pelo aumento da venda em bancas e dos jornais populares. Ainda que venha a sofrer alterações em seu formato, é na prática de leitura de jornais, seja impresso ou online, que muitos buscam atender parte de sua necessidade informativa, ampliando seu conhecimento. Estudar as práticas de informação e leitura implica conhecer um público leitor que emerge com a mudança socioeconômica no país nesse início de século. Para a Associação Mundial de Jornais o caminho é oferecer novos serviços e buscar as expectativas e desejos dos leitores (WAN-IFRA, 2010). O jornal continua a ser importante por trazer o conhecimento do dia a dia, do senso comum, informando e situando o leitor em seu cotidiano. Por ser contemporânea ao leitor, a leitura de jornal permite renovar a sua percepção dos fatos. Na prática de leitura cotidiana, apesar do uso de novas tecnologias interferirem cada vez mais nessa área, muitos leitores optam por ler um jornal impresso todos os dias.

Nesse cenário de aumento de leitura de jornais populares no país, escolhemos, conforme dito na Introdução, investigar as práticas de informação e leitura do jornal BOM DIA Bauru, em sua edição impressa, que integra a Rede Bom Dia, fundada em 2005 no Estado de São Paulo. Nesta parte da pesquisa se apresenta o estudo das práticas de informação e leitura do sujeito leitor do jornal BOM DIA Bauru, o que permite conhecer o contexto sócio histórico dessa prática, a receptividade do meio de informação, as diferentes maneiras de ler, o uso do suporte e a apropriação da informação por seu público leitor.

A perspectiva dialética, por considerar a contradição principal de cada fenômeno em estudo (BARROS; LEHFELD, 2005), investiga tanto a codificação: o conhecimento que supostamente o jornal tem do leitor e de sua prática de leitura; quanto à decodificação: se o leitor incorpora ou não a ideologia do jornal em sua prática de leitura e se, além disso, relata o seu modo de ler e se apropriar da informação.

Na análise buscamos responder como as práticas de informação e leitura são abordadas pelos sujeitos, quais as maneiras de ler e que efeitos de sentido são aí produzidos. Pretendemos investigar a posição do jornal e a posição sujeito leitor do BOM DIA Bauru ao produzirem os discursos sobre as práticas de leitura, no primeiro caso nos textos do jornal e no segundo, nas cartas de leitores. Os textos são abordados a partir do próprio ato de ler, e não

de outros temas, investigando a imagem do leitor e de sua leitura no jornal diário e o que consideram na constituição da prática de leitura na atualidade.

Para investigar a imagem do leitor no jornal diário, mais especificamente, no jornal BOM DIA Bauru, para entender sua prática de leitura e qual a posição que esse ocupa no jornal, é necessário situar as condições de produção do jornal escolhido para análise, o que auxilia no entendimento do discurso produzido sobre a leitura e o leitor, como este é posto a circular para os sujeitos leitores.

### 7.1 A Rede Bom Dia em suas condições de produção

O Grupo Traffic<sup>63</sup> é o dono da Rede Bom Dia de Comunicações, e é também a maior agência de marketing esportivo do país, com filial nos Estados Unidos, empresa que atua há mais de 30 anos no mercado de esportes e detém os direitos de transmissão, patrocínio e promoção de campeonatos. Seu proprietário é o empresário J. Hawilla, um locutor esportivo que na década de 1980 fundou uma empresa de publicidade em campo de futebol.

Em jornais, a empresa que controla a Rede Bom Dia, tem dez edições diárias (cinco próprias e cinco sob licenciamento de marca, algo inédito no mercado brasileiro de jornais) e circulação em cem cidades do Estado de São Paulo, entre elas, Bauru, Marília, Sorocaba, Jundiaí e Rio Preto. Circula em mais de cem cidades do interior, numa área que abrange mais de oito milhões de pessoas<sup>64</sup>. O público leitor é formado principalmente por leitores da classe C, que representam 39% do total, e da classe B com 34%, a classe D conta com 13% e a A com 14%<sup>65</sup>. Somadas, as classes C e D são mais da metade do público leitor. A média de idade dos leitores se concentra dos 19 aos 30, com 37% e dos 31 aos 40, com 30%, sendo formado por 54% de leitores do sexo masculino e 46% do sexo feminino<sup>66</sup>.

Na capital paulista, a Rede Bom Dia edita o jornal “O Diário de São Paulo” desde o final de 2009. Esse periódico, em especial, circula na capital paulista desde 1884, de início,

---

<sup>63</sup>O Grupo Traffic possui um clube-empresa que revela e desenvolve jovens do futebol brasileiro para fazer carreira em outros clubes do País e do exterior e administra um grupo de cotistas para investir R\$ 40 milhões na contratação de jogadores de futebol que atuarão em grandes clubes. Também atua nas áreas de mídia e entretenimento por meio da TV 7 Vídeo Comunicação. É proprietário da TV TEM, rede de quatro emissoras afiliadas à Rede Globo no interior paulista que alcançam 318 cidades. Informações obtidas no site da empresa Traffic:< <http://www.traffic.com.br/about/>>. Acesso em: 01 dez. 2012.

<sup>64</sup>Diário de SP e Rede Bom Dia. Pesquisa de mercado. Hot site. Fonte: <[http://www.diariosp.com.br/\\_hotsites/\\_midiakit/apdsp.pdf](http://www.diariosp.com.br/_hotsites/_midiakit/apdsp.pdf)>. Acesso em: 04 out. 2012.

<sup>65</sup> Idem.

<sup>66</sup> Idem.

um jornal de anúncios. Foi comprado em 1929 por Assis Chateaubriand, época em que os Diários e Emissoras Associados estavam em formação. O título foi comprado em 2001 pelas Organizações Globo, que deu nova linha editorial ao periódico (menos policial e popular). Após a integração, a Rede Bom Dia, pretende adequá-lo ao que afirma ser um modelo de jornalismo da Era da Internet<sup>67</sup>.

A Rede Bom Dia se apresenta como a maior rede de jornais do país, que nasceu no fim de 2005 com uma proposta para o jornalismo brasileiro: o jornal em rede<sup>68</sup>. O jornal tem três grandes macros editoriais: Dia a Dia, com notícias; Viva, com atualidades, generalidades; e Esportes. Nessas editoriais publica matérias sobre as cidades, seções de política e economia, opinião, cultura e esportes. O mesmo também pode ser compreendido como sendo do tipo Jornal em Rede, pois suas matérias apresentam uma padronização e uniformização com relação a um núcleo comum, diagramação e editoração, diferenciando-se apenas quanto ao espaço destinado às cidades, as quais apresentam matérias peculiares a cada região. Os jornais são impressos em São Paulo, na sede do Diário, e transportados para suas praças, com exceção do BOM DIA Rio Preto que conta com gráfica própria.

Publica as seguintes colunas e serviços diários: BD Fama, Horóscopo, Coluna Social, O melhor da internet, Cruzada, Quadrinhos, Sudoku e Vida inteligente, Está na Mídia, Entenda a Palavra, Opinião do Leitor, Leia mais, Bastidores, Indicadores, Formador de opinião, Voz do cidadão, Sua palavra, Ponto de vista, Teste de cidadania, Mundo bizarro, Mortes, Previsão do tempo, Loterias, Telefones, Rodízio de Veículos em São Paulo, Quem foi, Hoje é, O que é, Novas Vidas, Tabelas dos campeonatos em andamento, Em jogo, Esportes na TV, Filmes na TV, Televisão (programação), Canal 1, Cinema. E os cadernos: Esportes (segundas), Viajar (quintas) e Classificados (sábados). Apresenta notícias internacionais e nacionais, mas em pouca quantidade. O forte do jornal são as informações sobre a localidade, incluindo a política de cada praça onde circula e as informações de serviço, como a previsão do tempo, horários de voo, telefones úteis, agenda cultural da cidade, horários de cinema, programação da TV etc. O Bom Dia é um jornal que oferece espaço para que colunistas locais escrevam em suas páginas.

---

<sup>67</sup> Diário de São Paulo. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Di%C3%A1rio\\_de\\_S.\\_Paulo](http://pt.wikipedia.org/wiki/Di%C3%A1rio_de_S._Paulo)>. Acesso em: 15 nov. 2009.

<sup>68</sup> Informações obtidas na página da empresa hospedada no site LinkedIn, uma rede profissional da internet: <<http://www.linkedin.com/company/rede-bom-dia-de-comunica-es>>. E também na rede social Facebook: <<http://www.facebook.com/pages/Rede-BOM-DIA/146011862125013?sk=info>>. , além do site Portal Negócios da Comunicação: <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/noticias/artigo197438-1.asp>> e <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/0/artigo202168-1.asp>>.

A empresa, dentro do conceito de rede, desenvolve os jornais com o mesmo nome, o mesmo padrão gráfico e os mesmos princípios editoriais que circulam em diferentes cidades do Estado de São Paulo. Na capital uma central de produção de conteúdos, a Central de Edição Compartilhada (CEC), fornece as matérias e colunas comuns a todos os jornais, e o conteúdo local é produzido em uma pequena redação em cada cidade. Sobre este modelo, o empresário J. Hawilla (2010) comenta que:

O conteúdo é compartilhado. Mais ou menos 60% do Bom Dia, o restante é noticiário local. A redação que alimenta os jornais fica no Diário, em São Paulo. É a CEC (Central de Edição Compartilhada). É uma gestão à parte, com um editor que cuida só disso. Está dando muito certo. Além da sinergia muito grande, conseguimos fazer uma economia de escala. Jornal, hoje, é produção de escala.

A Rede Bom Dia é auditada pelo IVC desde abril de 2007, e tem circulação média de 52 mil exemplares nos dias úteis e 57 mil aos domingos (INOVAÇÃO E INTELIGÊNCIA COMERCIAL, 2012)<sup>69</sup>. O BOM DIA tem como meta ser um jornal de alcance regional:

Acho difícil um jornal nacional dar certo. Pode ver que todos tentaram: O Globo, Estado, Folha. Mas, a mídia caminha para a regionalização. Quanto mais globalizada, mais regionalizada vai ser. Por isso, acredito no modelo. Diferentemente da internet, que não tem fronteira regional. Também temos um portal, do Bom Dia. Lá, você escolhe em qual jornal quer navegar e entra no site, com notícias locais. (HAWILLA, 2010).

O interior do Estado de São Paulo é o maior mercado consumidor do país, superando a capital, respondendo por 50,2% do consumo no Estado, contra 49,8% da região metropolitana. Há uma tendência de desconcentração do crescimento econômico nos últimos cinco anos, com a perda de participação das capitais dos Estados no consumo total das famílias brasileiras (CHIARA, 2012).

A imprensa regional é um mercado ainda bastante dominado por famílias. O jornal BOM DIA foi implantado primeiramente em São José do Rio Preto, cidade natal de J. Hawilla, com a compra do jornal Folha de Rio Preto, por R\$ 5,5 milhões. O jornal BOM DIA Rio Preto circulou pela primeira vez em setembro de 2005, com novo nome e projeto gráfico. Depois, foram lançados os jornais da Rede Bom Dia em Bauru, Catanduva, Jundiaí, Sorocaba, Marília, Fernandópolis, na região do Grande ABCD, na região Oeste da Grande São Paulo,

---

<sup>69</sup> INOVAÇÃO inteligência comercial: Diário de SP e Rede Bom Dia. 2012. **Slide**. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/inovacaointel/diario-de-sp-e-rede-bom-dia-2012-inovao-inteligencia-comercial>>. Acesso em: 10 jul. 2012.

em Itatiba, Jaú, São José dos Campos e Taubaté. Desses jornais, apenas o BOM DIA Bauru, BOM DIA Jundiaí, BOM DIA Sorocaba, BOM DIA ABCD e BOM DIA Rio Preto são próprios, os demais são licenciados pela Rede<sup>70</sup>. Este modelo de negócios, uma gestão em rede que minimiza custos e conta com um sistema de afiliadas – em que empresários locais cuidam da gestão do jornal, obedecendo aos mesmos princípios éticos, editoriais e comerciais que unem a rede - é o que mais atrai o empresário, que afirma ter maior interesse em afiliações do que em adquirir jornais próprios (HAWILLA, 2010).

A rede atua em sinergia com a TV TEM e anuncia no período noturno e de maior audiência televisiva, as manchetes do jornal do dia seguinte. Existe uma tese sobre jornalismo regional televisivo que aborda a TV TEM Bauru, afiliada da Rede Globo de Televisão e pertencente ao grupo TRAFFIC, destacando em que medida há um processo de regionalização da mídia em emissoras de televisão afiliadas a redes nacionais (OLIVEIRA, 2009). Um dos objetivos da pesquisa era o de situar a mídia como elemento atuante nas localidades, e discutir questões como o espaço, o território e a região em que a TV TEM atua. A TV TEM, cujo nome à época era TV Modelo (Bauru), mais a TV Progresso (São José do Rio Preto) e a TV Aliança (Sorocaba), foram adquiridas pelo grupo TRAFFIC em setembro de 2002, e mais tarde, a TV Novo Interior (Itapetininga), lançando em maio de 2003 uma nova logomarca, a TV TEM, com o slogan “a TV que tem você” (OLIVEIRA, 2009). A TV TEM foi criada para unir quatro emissoras no interior do Estado de São Paulo, todas retransmissoras da Rede Globo de Televisão:

[...] podemos afirmar que a delimitação da área de atuação de veículos com propostas regionais respeita o fator espaço que, por sua vez, está condicionado às possibilidades de produção e distribuição de informações (jornalísticas, publicitárias e de serviços). Logo, produção e distribuição estão condicionadas à estrutura tecnológica, mercado potencial para a captação de publicidade, capacidade de estabelecer sintonia com as audiências e formação de equipes profissionais que tenham - de fato - condições de lidar com as nuances regionais, o que é discreto com relação a TV em questão, já que muito do que existe em uma afiliada está sujeito aos constrangimentos da Rede Nacional (acentos na fala, padronização de formatos etc.). (OLIVEIRA, 2009, p. 66).

<sup>70</sup> Dos jornais citados, o jornal BOM DIA FERNANDÓPOLIS, depois de pouco mais de um ano de existência, deixou de circular em maio de 2010 e o jornal **BOM DIA OESTE GRANDE SÃO PAULO**, lançado no dia 25 de outubro de 2009, deixou de circular menos de seis meses após o lançamento. Ambos os jornais eram licenciados. Hoje a Rede Bom Dia conta com os cinco jornais próprios (em Rio Preto, Bauru, Sorocaba, Jundiaí e ABCD), mais cinco licenciados (Marília, Jaú, Itatiba, São José dos Campos e Taubaté) e o Diário de S. Paulo na capital.

Posterior à compra das emissoras de TV é que o grupo investe na criação de um jornal impresso, com a Rede Bom Dia. Em Bauru, o jornal foi inaugurado em 20 de novembro de 2005, o segundo do grupo, após o BOM DIA Rio Preto, inaugurado em 18 de setembro de 2005. A diferença é que o BOM DIA Bauru foi criado do zero, anunciando o slogan: “Um grupo que acredita e aposta na força de Bauru e região”. Em 27 de novembro de 2005, foram lançados o BOM DIA Sorocaba e o BOM DIA Jundiá. Em outras localidades jornais já existentes foram comprados e incorporados à Rede Bom Dia, no processo de licenciamento de marca, caso do BOM DIA Marília, cuja edição número 01 circulou em abril de 2009.

**Figura 4** - Capa da primeira edição do jornal Bom Dia Bauru, 20 nov. 2005 (formato Standard)



Fonte: Rede Bom Dia (2005)

A Rede Bom Dia mantém um portal online com notícias da cidade onde o jornal é publicado, do Brasil e do mundo. No portal o leitor pode clicar sobre o nome das cidades onde o jornal é publicado e acessar a página da rede feita com alguns conteúdos específicos para aquela localidade. Também é possível acessar a versão impressa do jornal, que é

disponibilizado online por um período de aproximadamente dois meses, com um sistema que permite ao leitor aumentar e diminuir a página, buscar por informação específica e “folhear” o jornal, e inclusive, ao realizar essa ação, pode ouvir o som da página sendo virada.

O jornal BOM DIA se apresenta como jornal regional e assim também é visto por estudiosos que investigaram a Rede Bom Dia ou um de seus jornais (OLIVEIRA; BRABO, 2009; GARRIDO, 2011; CICILLINI, 2008). Porém, suas características o colocam na fronteira entre ser um jornal regional, cuja característica está na sua circulação e ênfase nos temas locais e nacionais que sejam de interesse de seu público leitor, e jornal popular, que privilegia temáticas como esportes, prestação de serviços, celebridades e pouco noticiário internacional<sup>71</sup>. Oliveira e Brabo (2009) analisaram a Rede Bom Dia a partir de um enfoque da mídia regional em convergência com a conjuntura mercadológica, econômica, social e política das regiões em que opera:

Regionalizar, no caso da mídia, reflete a necessidade de representar o movimento da região - configurado em fatos, trocas comerciais e simbólicas e nas dinâmicas políticas e culturais. Assim, pauta-se pela vida das comunidades/localidades em que distribui conteúdos, mas também observa e participa do mercado. Atende, de uma só vez, produtores e consumidores (de informações, de bens e de serviços). (OLIVEIRA, BRABO, 2009, p. 3).

Embora descrito como um jornal regional, também apresenta características de jornal popular como a distribuição de brindes e o destaque na venda avulsa em bancas e na venda direta<sup>72</sup>. Essa é uma estratégia dos jornais populares para alavancar as vendas. E esse também é um recurso utilizado pelo jornal BOM DIA Bauru, e que visa ao aumento do leitorado:

A principal estratégia é por meio de campanha. Estamos fazendo pouco a pouco; primeiro, uma campanha de lançamento. Depois, de assinantes, de classificados, de venda em banca, uma série de campanhas. No momento, nossa campanha é de lançamento, com promoções que são esses anabolizantes, como se diz. No Diário, por exemplo, estamos dando todo dia uma moto, um carro... No Bom Dia é da mesma forma. O jornal tem que pensar o tempo todo em promoções para vender. (HAWILLA, 2010).

---

<sup>71</sup> Apesar de identificarmos essa característica de “fronteira” entre o jornal regional e popular, não entraremos na discussão sobre a classificação do jornal BOM DIA quanto à sua definição, seja em termos de linguagem jornalística ou de área de atuação no espaço geopolítico e econômico. Para um melhor entendimento do jornal popular, ver Amaral (2006), e da mídia regional ver Oliveira e Brabo (2009) e Oliveira (2009).

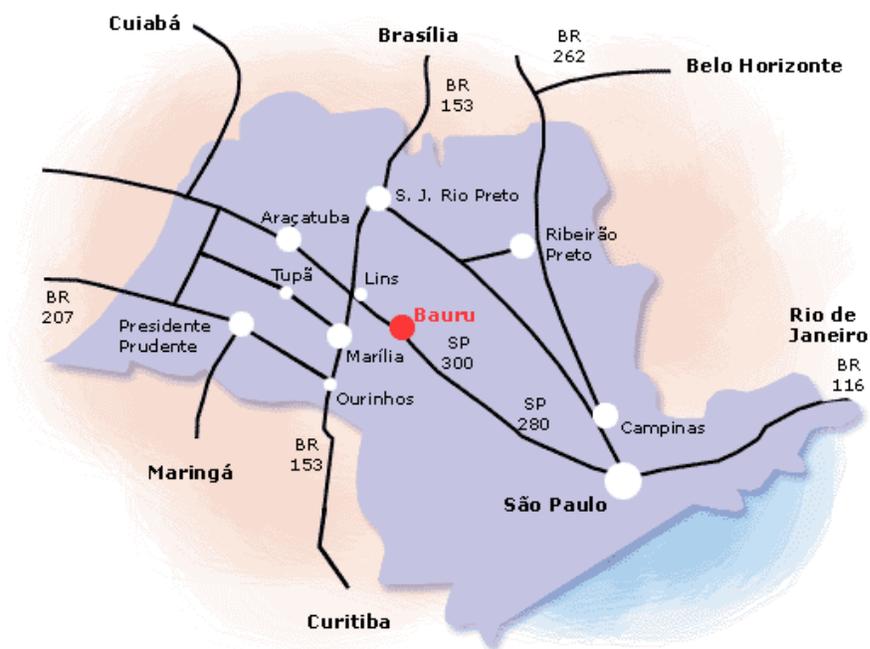
<sup>72</sup> Em Bauru, como pudemos constatar pessoalmente, o jornal Bom Dia também se utiliza de estratégias de venda direta ao leitor, com a contratação de promotores de venda nas ruas e avenidas de maior movimento da cidade, no período da manhã, revitalizando a profissão de jornaleiro.

E sua característica de jornal regional é evidenciada pela sua circulação, que não se restringe a cidade de Bauru, mas também circula em Agudos, Areiópolis, Duartina, Pederneiras, Piratininga, São Manoel, Lençóis Paulista e Botucatu. Tem circulação média de cinco mil exemplares diários (INOVAÇÃO INTELIGÊNCIA COMERCIAL, 2012). O BOM DIA Bauru tem as seguintes características: é diário, pois circula de segunda a domingo, colorido (impresso em quatro cores), tem em média 32 páginas durante a semana e 88 aos domingos. O formato do jornal é tabloide berlinense e publica editoriais, artigos opinativos, suplementos especiais e se apresenta em bloco único.

## 7.2 O contexto da informação

A cidade de Bauru está localizada na região centro oeste do Estado de São Paulo. A cidade era um distrito subordinado ao município de Lençóis Paulista com a denominação de Espírito Santo da Fortaleza, e foi elevada a vila em 1887 e a município em 01 de agosto de 1896, quando passou a denominar-se Bauru (IBGE, 2010a).

**Figura 5** - Mapa da localização de Bauru no Estado de São Paulo



Fonte: Google imagens<sup>73</sup>

<sup>73</sup> Busca. Disponível em: <[www.google.com.br](http://www.google.com.br)>.

A história de Bauru está relacionada aos trilhos da estrada de ferro, sendo a Estrada de Ferro Noroeste do Brasil iniciada em 1905 a partir da cidade, com destino ao Estado do Mato Grosso. A cidade era ponto de conexão com a Alta Paulista e Noroeste, com o Mato Grosso e o norte do Paraná, pois servia de entroncamento para a Estrada de Ferro Sorocabana, a Estrada de Ferro Noroeste do Brasil e a Companhia Paulista de Estradas de Ferro. Em seus primórdios era chamada de “boca do sertão” e há registros de violentos conflitos entre os primeiros moradores, os trabalhadores das ferrovias e os índios caingangos como registrou um dos primeiros memorialistas do município:

Quase no limiar do século passado, a luta entre brancos e índios, no sertão de Bauru, chegava ao auge, cheia de choques violentos, de combates sangrentos. Essa disputa era mais acentuada na região do rio Feio, onde os índios coroados ou caingangos ofereciam tenaz resistência aos invasores. Os massacres se sucediam. Por ser desconhecido dos civilizados aquele rio, os coroados mantinham, com sua superioridade numérica, vantagens apreciáveis sobre o homem branco. Atacando de surpresa e à traição, os ferozes aborígenes reduziam, num instante, as expedições. (NEVES, 1961, p. 68).

Bauru era região de ocupação acentuada pela instalação das ferrovias com exploração de trabalhadores e conquista de terras a partir de estratégias de grilagem e extermínio indígena, mas ainda assim, um historiador comenta que: “[...] não há na memória oficial o reconhecimento de que a cidade foi erigida e consolidada à custa de muito sangue” (LOSNAK, 2004, p. 57). Após a chegada das ferrovias, a cidade ampliou o mercado local com restaurantes, hotéis, bares, casas de aluguel, prostituição, e também surgiu o primeiro cinema e o primeiro jornal na cidade, em 1906, antes mesmo da vinda da luz elétrica e dos serviços de água e esgoto (LOSNAK, 2004).

Dessa época e ainda hoje, o forte da economia na localidade é o setor terciário, voltado ao comércio, serviços e transportes. Bauru possui dois distritos, Bauru e Tibiriçá, numa área de 668 km<sup>2</sup>, com alto grau de urbanização. Possui universidades públicas e privadas como um campus da Universidade de São Paulo (USP), da Universidade Estadual Paulista (Unesp) e da Faculdade de Tecnologia (FATEC). As instituições privadas são a Universidade Paulista (Unip), a Universidade Nove de Julho (Uninove), a Universidade do Sagrado Coração (USC), a Instituição Toledo de Ensino (ITE), Faculdades Anhanguera, Faculdades Integradas de Bauru (FIB), Instituição de Ensino Superior de Bauru (IESB), entre outras, além de polos de educação à distância. A cidade possui 335.888 habitantes (IBGE, 2010b).

Em relação à imprensa local, a cidade contou com jornais desde os seus primeiros anos, com pequenas folhas que acompanhavam as movimentações políticas. O primeiro jornal, de 1906, foi O Bauru, de propriedade de Domiciano Silva, homem público que foi o segundo prefeito bauruense (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU, s/d).

No dia 24 de outubro de 1930, o Correio de Bauru e o Diário da Noroeste foram empastelados<sup>74</sup>, pois foram contrários a Getúlio Vargas durante a Revolução de 1930. E no ano da Revolução Constitucionalista, 1932, o jornal bauruense A Tribuna Operária, também foi empastelado, supostamente por ter se voltado “[...] contra o clero e os sentimentos religiosos e patrióticos do povo paulista” (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU, s/d).

Em 1931 foi fundado o jornal Correio da Noroeste, por um jornalista e funcionário da Noroeste do Brasil, José Fernandes, mas posteriormente o jornal se tornou propriedade de uma empresa de publicidade (LOSNAK, 2004).

No dia 21 de abril de 1934 circulava o primeiro número do jornal Folha do Povo, cujo proprietário era o jornalista José Lúcio da Silva. No ano seguinte, Paulino Raphael passou a participar da direção desse meio de informação (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU, s/d).

Em 1946 o político Nicola Avallone Junior criou o Diário de Bauru como instrumento de propaganda política eleitoral. O seu proprietário foi eleito para deputado estadual em 1954 e para prefeito em 1955. Era um político de estilo populista e ligado aos temas de seu tempo, que venceu a eleição derrotando um grupo tradicional na cidade. O jornal circulou até o ano 2000 com diferentes proprietários e linha editorial (LOSNAK, 2004).

Enquanto a Folha do Povo e o Correio da Noroeste tentavam transparecer certa neutralidade e distanciamento das questões políticas locais, o jornal Diário de Bauru era explícito em relação à propaganda política de seu fundador. No entanto, a Folha do Povo e o Correio da Noroeste, eram jornais mais inexpressivos e demonstravam simpatia por candidatos oficiais. Ambos deixaram de circular em 1968 (LOSNAK, 2004).

Não por acaso, em 1967 o futuro prefeito eleito nas eleições de 1968, Alcides Franciscato, lançou o Jornal da Cidade. Essa publicação seria hegemônica na cidade e reuniria empresários politicamente influentes, e havia “[...] determinados interesses políticos que não eram exatamente informação e atendimento a uma suposta coletividade bauruense” (LOSNAK, 2004, p. 95). O destaque do jornal era sua capacidade técnica e estrutura, maior

---

<sup>74</sup> Empastelar é o ato de invadir uma gráfica ou redação de jornal, para inutilizar o trabalho em curso ou danificar equipamentos e materiais. Era um termo bastante utilizado no Século XIX e até meados do Século XX por profissionais gráficos, para dizer que houve mistura dos caracteres ou outro material tipográfico de diferentes caixas (HOUAISS, 2009, p. 740).

número de páginas e qualidade do papel que o concorrente, texto atual, diagramação leve e noticiário nacional e internacional, com uso de agência de notícias (LOSNAK, 2004).

No período de 2000 a 2005 o Jornal da Cidade (JC) não teve concorrentes, situação que foi alterada com a vinda da Rede Bom Dia para Bauru nesse mesmo ano. A Rede Bom Dia trouxe a cidade as mudanças nos meios de informação e comunicação do mundo todo: a convergência tecnológica, o comando de um grande grupo empresarial, que acarretam mudanças na produção e difusão da informação.

Contudo, os dois jornais parecem ter encontrado o seu lugar na cidade, pois o JC manteve sua linha editorial voltada a um público de elite e seus interesses, no padrão standard, atuante em relação à política local, já o BOM DIA buscou um novo público, atraído pela sua linha editorial popular ou como um contraponto ao tradicionalismo do JC<sup>75</sup>.

### 7.3 Pesquisas sobre o BOM DIA Bauru

Quanto às pesquisas acadêmicas já publicadas sobre o jornal BOM DIA Bauru, encontramos três dissertações de mestrado na área de Comunicação: uma voltada à gestão da informação e critérios de qualidade na produção do jornal (CICILLINI, 2008), outra faz uma análise, a partir das teorias do jornalismo, sobre o aspecto gráfico-visual e o modelo de jornalismo do periódico (PACHELLI, 2009), e ainda, uma defendida em 2011, realiza análise discursiva dos editoriais do jornal referentes à prefeitura municipal de Bauru (GARRIDO, 2011).

Ao estudar a gestão da informação no jornalismo impresso, Cicillini (2008), em sua dissertação de mestrado, analisou os jornais BOM DIA e Jornal da Cidade, ambos de Bauru, em relação a suas rotinas produtivas e aos parâmetros de qualidade na gestão da informação dos jornais.

Quanto às rotinas do BOM DIA Bauru, a pesquisa destaca as circunstâncias do seu funcionamento em rede, com a central gerenciando as edições, pois as páginas têm horários de fechamento estabelecidos para evitar atrasos na CEC, porque o jornal, embora produzido e pré-diagramado no local de circulação, só é fechado na sede. O jornal recebe apoio da TV TEM em sua divulgação, e do grupo TRAFFIC em sua sustentação. O jornal BOM DIA Bauru apresenta uma divisão em quatro departamentos: Administração, Comercial, Redação e Informática (CICILLINI, 2008, p. 95).

---

<sup>75</sup> O Jornal da Cidade é parte de um grupo empresarial tradicional na localidade, que nasceu com objetivos políticos de seu fundador, e que abrange empresa de construção civil, emissora de rádio, empresa de transporte e outros dois jornais no interior paulista, para mais informações ver: Losnak (2004) e Cicillini (2008).

Cicillini (2008, p. 96-99) comenta as mudanças no jornal que, inicialmente de formato padrão ou Standard, passou ao formato Berliner, pouco maior do que o tabloide, sendo apontado por editores como menor e mais fácil de manusear e ler, além de reduzir o custo com papel. A opção por matérias mais curtas, segundo o jornal, atenderiam as necessidades de informação do leitor, por serem de leitura rápida, “em razão da falta de tempo para uma leitura mais analítica”; também houve a mudança no preço, que de início custava R\$2,00 e passou a R\$0,50. Hoje o jornal é vendido a R\$1,00 durante a semana e a R\$1,50 aos domingos.

Para a autora, a descrição da linha editorial do jornal é de jornal regional, popular, de atendimento à comunidade. O contato com o leitor seria o diferencial do jornal, que contava com um Conselho de Leitores<sup>76</sup> que se renovava a cada dois anos e oferecia o feedback ao jornal BOM DIA. Outro destaque das rotinas produtivas seriam as “histórias de vida”, divulgando personagens locais em situações diversas, que para os editores teriam “interesse público” (CICILLINI, 2008, p. 99).

Uma das conclusões da pesquisa em relação ao jornal BOM DIA Bauru, é a de que o jornal é um produto da era da Internet, com textos curtos, muitas fotos e informação rápida, lembrando o layout de uma homepage. Apesar dos editores afirmarem que o público deseja uma informação rápida, Cicillini (2008) comenta que o jornal não fez qualquer pesquisa sobre esta preferência. E o principal desafio que o jornal enfrenta seria o de “fazer o produto ser necessário a sua comunidade, para que ele tenha como se sustentar e se manter” (CICILLINI, 2008, p. 153).

Pacheli (2009) analisou o jornal a partir do seu aspecto gráfico e visual enquadrando o mesmo no modelo de “jornalismo pós-televisivo”, em que aliado às novas tecnologias, as evoluções no processo gráfico, bem como ao imediatismo e a lógica mercantil, o impresso

---

<sup>76</sup> Na pesquisa, Cicillini (2008) entrevistou diretores e editores dos referidos jornais, e no Jornal Bom Dia o editor destacou a implantação do Conselho de Leitores, composto por 20 leitores da cidade (10 titulares e 10 suplentes), escolhidos por uma comissão de acordo com a idade, sexo, profissão e escolaridade. Os nomes dos conselheiros constavam no expediente do jornal. Segundo o editor, o grupo se reuniria para opinar sobre algumas matérias e o conteúdo do jornal. Isso pode ser confirmado na pesquisa de Pacheli (2009) que teve acesso às atas de cinco reuniões do Conselho de Leitores no período da implantação até 2008. O conselho realizava uma entrevista mensal, intitulada “Sabatina dos leitores” publicada no último domingo do mês. Essa entrevista, com uma personalidade de destaque na cidade e que era escolhida pelo jornal, era realizada pelos membros do Conselho com a mediação de um funcionário da Redação. Elas eram publicadas, geralmente no espaço de duas páginas, até o final de 2011. Em 2012 não houve publicação das sabinas do Conselho de Leitores. Neste período houve três mudanças de editores- chefe do jornal. Em 2009 o editor era Gilmar Dias, que publicava as sabinas, e permaneceu até início de 2011, sendo substituído por João Pedro Feza que manteve essa publicação e ficou no cargo até novembro de 2011, quando se desligou do jornal. Esse editor foi substituído por Thiago Roque, que foi editor chefe até junho de 2012 e não publicou nenhum encontro com o Conselho de Leitores. Atualmente o editor chefe é o jornalista Bruno Mestrinelli e em sua gestão também não houve essa publicação até o momento, e também foi retirado do expediente o nome dos conselheiros do BOM DIA.

responde à Sociedade da Informação copiando o aspecto da tela de televisão: com profusão de imagens e cores, infográficos e predomínio do visual em detrimento do conteúdo. A pesquisa buscou refletir sobre a interferência desse formato no dia a dia do leitor, instituindo uma amostra com 20 frequentadores<sup>77</sup> da Biblioteca Municipal de Bauru, onde o mesmo encontra-se disponível. Os dados revelaram que esses leitores liam o jornal BOM DIA principalmente por sua gratuidade na biblioteca e por oferecer informação rápida (PACHELI, 2009).

Tendo como referencial teórico as teorias do jornalismo, Garrido (2011) investigou a construção da opinião no jornal BOM DIA Bauru pela Análise Crítica do Discurso, tendo como objeto os editoriais do jornal com temas relacionados à prefeitura local. A abordagem discursiva da pesquisa revelou que o jornal busca construir a legitimidade de seus argumentos com apoio em dados factuais, fontes externas e na “sabedoria popular”: “[...] o compromisso com o leitor estaria presente quando o *Bom Dia* incorpora o discurso popular e o toma para si; fortalecendo as vozes com as quais se solidariza e fazendo-as sentir representadas na tessitura discursivo-enunciativa dos textos” (GARRIDO, 2011, p. 151).

O jornal se apresenta como um meio a serviço do leitor, que fiscaliza e julga as ações da prefeitura e seus agentes, colocando-se como oposição e com atuação implacável frente à política local, fomentando o conflito (GARRIDO, 2011). A pesquisa conclui que, apesar de se posicionar como um jornal a serviço do leitor, o BOM DIA é parte de um grupo empresarial sem fortes vínculos com a localidade, e cujo discurso tende ora a uma oposição sistemática ao poder estabelecido, ora a uma oposição difusa, em que recursos como a ironia e pressuposições são “[...] perceptíveis em geral apenas para leitores mais experientes” (GARRIDO, 2011, p. 152).

Essas pesquisas, de caráter jornalístico, são importantes fontes para a delimitação da imagem do jornal BOM DIA Bauru e seu público leitor, pois todas destacam sua característica de jornal popular, vendido a baixo preço, de leitura rápida, que se posiciona “a serviço do leitor”, com destaque para personagens e situações que enfatizem “histórias de vida”, “modelos de superação” e que atua como um juiz do poder constituído, indo ao encontro de

---

<sup>77</sup> A amostra foi reunida em dois grupos, através de contatos pessoais da pesquisadora, sendo aproximadamente 50% composta por leitores com instrução universitária e os demais sem instrução universitária. Essa variável interferiu em questões sobre as inovações gráficas do jornal, consideradas pelo grupo de maior escolaridade como “colorido ao extremo”, “primeira página poluída”, não havendo queixa alguma no grupo sem instrução universitária, ao contrário, a maior parte dos respondentes considerou o colorido “bom”. E enquanto o primeiro grupo fez críticas ao projeto do jornal em relação à superficialidade das notícias, impressão e revisão, o segundo apontou entre outras, os classificados restritos, a revisão do texto, e um leitor apontou ainda, as letras pequenas nas palavras cruzadas (PACHELI, 2009). A autora não discutiu as diferenças na interpretação como uma questão de escolaridade ou classe, apesar de haver dois grupos distintos, os de maior e menor escolaridade, levando a diversidade interpretativa na relação com o suporte e evidenciando posições diferenciadas quanto à leitura do jornal BOM DIA Bauru.

seu slogan: “Com o leitor e ponto”. O slogan busca posicionar o jornal como empresa ao lado do leitor como cidadão. Cabe ainda destacar a atuação do jornal frente a temas importantes para o leitor das classes populares e toda coletividade, como a cobertura e acompanhamento dos desvios de verbas na Associação Hospitalar de Bauru (AHB), cobrando diariamente durante o ano de 2012 uma solução para o atendimento de saúde pública na cidade junto aos órgãos municipais e estaduais. Também destacamos a campanha liderada pelo jornal contra o projeto do aumento do número de cadeiras de vereadores na cidade em 2010, com chamadas diárias sobre o tema, que apesar de aprovado pela Câmara, colocou a política na pauta diária. Durante a eleição municipal de 2012 o BOM DIA Bauru publicou suplemento especial de entrevistas com os quatro candidatos à Prefeitura, definindo por sorteio o dia de publicação de cada um, em igual espaço, possibilitando ao leitor conhecer um pouco mais sobre as propostas dos mesmos. O jornal divulga diariamente uma seção intitulada “Bastidores” em que trata da política local e acompanha a atuação do prefeito e vereadores.

Figura 6 - Capa do jornal BOM DIA Bauru, 14 out. 2012



Fonte: Rede Bom Dia (2012)

Esse leitor aparece e ganha voz na página Sua Opinião, situada na página 07 do jornal, que tem a coluna “Voz do Cidadão”, “Ponto de vista”, “Quem foi” e “Hoje é”<sup>78</sup>, e a seção de cartas de leitores intitulada “A voz e a vez do leitor” (impresso e edição impressa digital). E na plataforma online há a possibilidade de envio de comentários do leitor que são postados junto ao conteúdo do jornal.

#### 7.4 A constituição do corpus e os objetivos da análise

Antes da análise, é imprescindível localizar os textos em suas condições de produção. A seção de cartas de leitores “A voz e a vez do leitor” é publicada diariamente na página 07 do jornal BOM DIA Bauru, em um espaço bem destacado, contendo as cartas que os leitores enviam à redação, seja por correspondência (cartas enviadas para o endereço da sede do jornal, no centro da cidade) ou e-mail (o e-mail é recebido diretamente pelo jornal: leitor@bomdiabauru.com.br), opinando sobre o jornal. As cartas devem conter o nome e endereço completos do leitor e um número de telefone para contato.

---

<sup>78</sup> A seção “Voz do cidadão” tem caráter monológico, pois traz a cada dia uma pergunta sobre um tema do momento e entrevista duas pessoas que opinam apenas sim ou não. A coluna “Ponto de vista” apresenta um artigo opinativo de colaboradores do jornal. A seção “Quem foi” registra personalidades falecidas naquele dia, e a seção ‘Hoje é’ relaciona a data a eventos comemorativos.

Figura 7 - Página “Sua opinião”, seção de cartas de leitores “A voz e a vez do leitor”, p. 7, 27 set. 2012



Fonte: Jornal BOM DIA (2012)

Constituímos o corpus de pesquisa a partir de um tema relacionado às práticas de informação e leitura, e que envolvesse a leitura como uma mediação entre produtores e leitores numa conjuntura dada. O tema escolhido foi a mudança de editorias e layout do jornal em setembro de 2010, pois o discurso do jornal e o discurso do leitor nesta circunstância referiu-se ao próprio ato de leitura e as questões de que a cercam. Na perspectiva da mediação isso implica um olhar informacional que contemple tanto a produção quanto a apropriação da informação pelo público leitor. Para tanto, na análise escolhemos as cartas de leitores por articularem essa condição, porque tem um caráter público e mediador, pois apesar de produzidas em um espaço institucional com certas regras, são feitas para serem divulgadas, e carregam ao mesmo tempo, as marcas do leitor que escreve e as do jornal que as seleciona e publica. Observamos de início, os textos do jornal anunciando as mudanças e realizamos a nossa leitura analítica. Em seguida, acompanhamos a seção “A voz e a vez do leitor”, a fim de selecionarmos e analisarmos as cartas em que os leitores comentam sua opinião sobre o meio de leitura e a consequência em suas práticas, e como a mudança foi recebida por eles no

período de um mês. Realizamos um acompanhamento do jornal pela sua leitura diária nos meses de setembro a outubro de 2010<sup>79</sup> a fim de selecionarmos o corpus para análise. Adquirimos os jornais, pois assinamos o periódico, e também realizamos consulta no arquivo do jornal, para confirmarmos o material bruto coletado<sup>80</sup>.

Quanto ao gênero textual, abordamos textos informativos e opinativos, como as notícias e as cartas de leitores tendo como objetivo investigar as práticas de informação e leitura envolvendo questões mediacionais entre o sujeito leitor e as condições de sua leitura, aspectos institucionais na produção do discurso, o funcionamento dos textos, a questão do uso do jornal e das diversas maneiras de ler e se apropriar da informação, bem como das diferentes imagens em jogo no processo discursivo.

Primeiramente, a nossa leitura do periódico possibilita compreender a imagem que o jornal constrói para o público leitor, e que congrega ao mesmo tempo sua credibilidade em relação à informação veiculada e a seus leitores, e trabalha sua imagem empresarial.

Estudar as cartas permite conhecer muito mais que um leitor manifesto (BAESSE, 2005) e sim um leitor efetivo, real, histórico, pois além do ato de ler, ele escreve ao jornal, e pela sua receptividade do meio de informação torna possível conhecer o seu contexto, o de outros leitores, as diferentes maneiras de ler e a imagem que têm do jornal. Além de ser uma prática de leitura em que, ainda que em determinadas condições de produção, o leitor produz o seu discurso, escrevendo sobre a sua forma de ler e de se apropriar da informação.

As questões de análise tentam responder como as práticas de informação e leitura são abordadas pelos sujeitos, quais as maneiras de ler e que efeitos de sentido são aí produzidos a partir da apropriação da informação. Pretendemos investigar a leitura como mediação entre produtores e leitores de modo dialético: a partir da posição do jornal e a posição do sujeito leitor do BOM DIA Bauru ao produzirem os discursos sobre as práticas de leitura, no primeiro caso nos textos do jornal e no segundo, nas cartas de leitores. Na codificação está o discurso do jornal sobre sua produção, sobre o leitor e sua prática de leitura na situação de mudança de layout e editoriais do periódico. Na decodificação está o discurso do leitor sobre o jornal e sua prática de leitura. Essas posições sujeito contribuirão para entendermos as

---

<sup>79</sup> No entanto, lemos o jornal diariamente desde a sua fundação, e podemos ser considerados leitores do periódico em questão. O interesse pelo estudo das práticas de informação e leitura nesse jornal em particular, deu-se a partir da sua leitura diária, em que notamos o registro dessas práticas nos relatos de cartas de leitores, que se iniciam muitas vezes do seguinte modo: “Li no Bom Dia...”; “Leio no Bom Dia que...”; “Fiquei eufórica ao ler no Bom Dia...”, e que descrevem gestos de leitura e como o leitor se constitui quando lê.

<sup>80</sup> Foram realizadas duas consultas ao acervo do jornal uma em agosto e outra em dezembro de 2012, o arquivo é físico e de consulta fechada, em que é necessário pedir a um funcionário as edições necessárias para análise. Os jornais estão encadernados mês a mês e não há arquivo digital anterior a meados de 2011.

imagens que um tem do outro e o que consideram relevante na constituição da prática de leitura.

### 7.5 Análise das práticas de leitura no jornal BOM DIA Bauru

Nesta parte da pesquisa apresentamos a análise de discurso sobre o tema das práticas de informação e leitura pelo sujeito leitor do jornal BOM DIA Bauru. A análise trabalha no “[...] entremeio da descrição com a interpretação” (ORLANDI, 2009, p. 61), enfatizando que, quanto ao corpus, a AD utiliza práticas discursivas de diferentes naturezas. O objetivo da análise não está na exaustividade do objeto, que é inesgotável já que o intertexto está sempre presente, mas decidir sobre o corpus é pensar, em face da teoria, os objetivos que permitam a sua compreensão.

A análise da prática de leitura do jornal BOM DIA Bauru considera como parte de um mesmo projeto tanto a codificação do jornal quanto a decodificação pelo público leitor (HALL, 1980). Porque é na mediação entre esses lugares que se pode observar a interação entre a lógica da produção e a da recepção que geram a construção de significados (MARTÍN-BARBERO, 2008). O corpus tem como princípio o seu pertencimento ao tipo de discurso jornalístico. Lembrando que todo discurso é faceta de uma instituição e tem um sistema de normas no qual está situado, o jornal não pode inventar o que escreve, e essa norma regula toda a sua ação, sendo condição do processo de constituição de sentidos (MAINGUENEAU, 2011).

Ressaltamos ainda que a interpretação do leitor, como a nossa, também se realizam nesse processo de constituição de sentidos regulados, pois essa produção se dá a partir da realidade, sendo uma leitura ancorada na realidade concreta e mediada por efeitos de sentido de um sobre o outro.

#### 7.5.1 A posição jornal BOM DIA Bauru: a projeção do leitor e a prática de leitura

Pela leitura diária do jornal nos meses de setembro e outubro de 2010, observamos que no dia 19 de setembro o jornal BOM DIA anunciou uma nova mudança em seu projeto editorial e gráfico, prometendo um visual atraente, com maiores facilidades na leitura e entendimento das notícias. Não foi essa a primeira mudança do BOM DIA. Anteriormente, em novembro de 2006, o jornal modificou o seu formato de standard para berliner. A mudança em questão na nossa análise é a de editorias e a breve redução do formato

(mantendo o padrão de tabloide berlinense), e como esse discurso foi codificado pelo jornal. O primeiro anúncio da mudança foi no dia 19 de setembro de 2010 em uma nota na capa do jornal: “[...] não perca o BOM DIA de cara nova”, e também no dia 25 de setembro de 2010, na capa do jornal e noticiada na página 11: “BOM DIA mais fácil de ler chega às bancas amanhã”. No dia 26 de setembro o jornal, já modificado, anuncia na capa seu novo formato e comenta as mudanças em editorial publicado a página 06: “Nosso projeto aprimorado”, além de reportagem nas páginas 14 e 15 sobre essa mudança. A mudança remete à noção de incompletude na prática discursiva, pois se este é modificado, reelaborado, é porque tenta acompanhar as necessidades de uma época. A prioridade, segundo o jornal, será para os assuntos da cidade e esportes, ressaltando que o novo projeto, “não é apenas gráfico”, mas que terá títulos e textos inteligentes (BOM DIA, 26 set. 2010b).

Nos dias 19 e 25 de setembro de 2010 o jornal trouxe reportagens e ilustrações sobre o novo projeto gráfico e editorial do jornal BOM DIA Bauru. Enfatiza nos textos e em imagens a novidade que chega com o aniversário de 05 anos do jornal. Um infográfico explica ao leitor a novidade de uma “nova arquitetura informativa” e “com várias possibilidades de informação” (BOM DIA, 19 set. 2010). Tornando o jornal “mais prático, organizado e útil para o leitor” (BOM DIA, 19 set. 2010). Também afirma que irá reunir “toda a necessidade de conteúdos do leitor” (BOM DIA 25 set. 2010).

E que “o leitor ganhará um jornal mais fácil e gostoso de ler”, com visual atraente, “fortalecendo o compromisso do jornalismo inovador com a população”. Também antecipa ao leitor as mudanças a partir da próxima edição, como a nova arquitetura informativa, com três grandes editorias: Dia a Dia, com notícias “que o leitor precisa saber”; Viva, temas de variedades “que o leitor quer saber”; e Esportes, a emoção do torcedor “que o leitor gosta de saber” (BOM DIA, 25 set. 2010).

Pelo mecanismo de antecipação (PÊCHEUX, 2010a) o jornal interpreta o que acredita que o leitor quer: variedades, esportes e conhecer o seu dia a dia; e produz a imagem de si como meio que facilita a leitura e que é imprescindível ao leitor, pois este precisa, gosta e deseja a sua leitura. Além de justificar sua mudança para fortalecer seu vínculo com os leitores. O BOM DIA apresenta a imagem de um jornal que se posiciona como necessário, e que pode responder a “toda necessidade informativa” do leitor e ao mesmo tempo em que proporciona prazer a sua leitura, pois “é gostoso de ler”, um suporte feito “para que o leitor aprecie ainda mais a leitura das histórias que fazem parte de seu cotidiano” (BOM DIA, 25 set. 2010).

O jornal busca atender aos critérios de completude, pois parte de uma imagem de um jornal ideal, que atende a “toda necessidade informativa” do leitor: “todo o conteúdo necessário para você ficar bem informado” (BOM DIA, 26 set. 2010b). Sabemos que isso é impossível, já que nenhum jornal consegue reunir toda a informação que julgar necessária para seu público, mas é no imaginário que essa posição de jornal é assegurada, porque se supõe que um bom jornal atenda as expectativas do leitor.

Segundo o jornal, a mudança, chamada de “reforma gráfica” foi efetuada pela empresa de design Innovation “consultoria que já trabalhou com jornais no Brasil e também na Europa”, e que realizou mudanças gráficas e editoriais no Diário de S. Paulo (BOM DIA, 25 set. 2010).

Ao anunciar a nova arquitetura informativa, o BOM DIA afirma que o jornal terá “duas velocidades”, com formato que “facilita o entendimento em um rápido passar de páginas, para quem **NÃO TEM TEMPO**” (BOM DIA, 25 set. 2010, grifo do autor). E assim, ao mesmo tempo em que constrói sua imagem de jornal em rede, interativo, em duas velocidades, posiciona seu leitor como um “[...] leitor de fragmentos” (SANTAELLA, 2004, p. 29).

Esse recorte enfatiza a leitura no âmbito das novas tecnologias, pelo uso dos termos “arquitetura informativa”, “duas velocidades”, “uso de infográficos”, como estratégia para alcançar mais pessoas e se tornar ainda mais popular. E ainda, o jornal, ao invés de buscar o seu lugar como impresso, tenta, ao contrário, mimetizar-se em outro meio numa adaptação as novas tecnologias. Com o subtítulo: “várias entradas”, o jornal anuncia seu projeto “clean”, com “várias entradas no texto”, dando ao leitor “mais alternativas”, e não esgotando as matérias na edição impressa: “sempre haverá complemento para o portal” (BOM DIA, 26 set. 2010b). Inclusive no dia da mudança o jornal anuncia também a mudança de seu portal, com novo layout, para tornar a “navegação mais prazerosa” (BOM DIA, 26 set. 2010c). Na sociedade atual as múltiplas formas de textualidade convivem, mas não sem conflito, com desvantagem visível para o meio impresso quando este tenta se adequar e acompanhar possibilidades tecnológicas que acabam limitadas pelas características de seu suporte.

Ao anunciar que recorreu a uma agência de design para realizar as mudanças no suporte de leitura, prioriza ainda mais a concepção de leitura na esfera do layout, de padrões visuais, sem menções a estudos ou pesquisas sobre a leitura ou sobre os leitores do jornal em específico que justifiquem a mudança. Contudo a agência de design capacita o Bom Dia para isso, pois lhe dá credibilidade junto aos leitores o fato de ter contratado uma empresa especializada em layout.

E ainda, enfatiza a imagem de suporte de múltiplas leituras, pois o novo projeto também terá “textos e análises, explicações, para quem quer se **APROFUNDAR** no tema” (BOM DIA, 25 set. 2010, grifo do autor). É a imagem de um jornal que pode atender aos mais diversos tipos de leitores, desde aquele que folheia as páginas e lê as manchetes, até aquele que realiza uma leitura profunda. O jornal cria a imagem de um suporte com múltiplas leituras e leitores. Não há aqui, um leitor modelo (ECO, 1993), mas uma negociação em que diferentes imagens de leitores e redes de interpretação podem intervir no campo da leitura (PÊCHEUX, 2010c).

No anúncio da mudança de formato, em um caderno único, mas mantendo o padrão tabloide berlinense, o jornal comenta sobre a prática de leitura e as diversas maneiras de ler: “o que vai facilitar ainda mais a leitura do BOM DIA no ônibus, no banco da praça ou até mesmo no conforto do sofá da sala” (BOM DIA, 25 set. 2010). E quem é o leitor, para que o BOM DIA o interpele como tal? Ao atribuir lugares para sua prática de leitura, o jornal BOM DIA constrói a imagem de um leitor em trânsito, flexível, que pode ler o jornal no meio de transporte ou em sua casa, um leitor movente (SANTAELLA, 2004). O jornal pelo mecanismo da projeção prevê seu leitor como um cúmplice (PÊCHEUX, 2010a; ORLANDI, 2009) que compartilha com ele as inovações de uma sociedade moderna e aí deve ser situado. Pela antecipação (PÊCHEUX, 2010a), como um funcionamento do discurso, o jornal afirma ainda que “as matérias de interesse comum não param – pelo contrário: ganha força e um visual mais moderno, prático, aliando o noticiário factual com análise, opiniões e interação com o leitor” (BOM DIA, 25 set. 2010). Ao experimentar de certa maneira o lugar do receptor a partir de seu próprio lugar de emissor, o jornal, pelo mecanismo da antecipação, se adianta ao leitor, e afirma implicitamente, que apesar das mudanças, não irá mudar totalmente, sua linha editorial popular com histórias de interesse comum, permanece. Para Orlandi (2009) saber ler é saber o que o texto diz e o que ele não diz, mas que está significando. O jornal promete ainda, maior “interação com o leitor”. Conforme visto, para a AD, na leitura do jornal a interatividade não existe em sua forma habitual, pois implica compartilhamento, e o impresso não tem a possibilidade de resposta imediata (MAINGUENEAU, 2011).

O jornal interpela o indivíduo em sujeito pela sua ideologia e produz o leitor sob uma forma determinada, que é a forma sujeito do leitor no capitalismo: responsável por sua leitura, mas determinado por condições externas a ela, uma prática de leitura que é mensurada e modificada a todo instante, numa época em que “os jornais estão morrendo, mas a verdade é que estão renascendo [...] toda cultura se adapta aos novos tempos” (BOM DIA, 26 set. 2010a).

Quanto aos motivos apontados para mudar o jornal afirma em editorial publicado no dia da mudança que “toda a sociedade muda [...] os jornais que entendem seu tempo também estão mudando. Ou se aprimorando, como acontece a partir deste domingo com o BOM DIA” (BOM DIA, 26 set. 2010a). O novo BOM DIA circulou no dia 26 de setembro de 2010, num domingo, dia em que há maior índice de leitura de jornais segundo a ANJ (2010).

Pela leitura do editorial percebemos que o jornal muda para seguir uma tendência “dos principais jornais europeus”, e praticar o que chama de “jornalismo pós-noticioso”: o fato de não publicar apenas manchetes do dia anterior, mas o aprimoramento da informação, “as consequências que ela trará para nossa vida” (BOM DIA, 26 set. 2010a).

Há novamente uma concepção de leitura na esfera da gestão e administração do jornal como empresa, que segue os rumos do mercado, com uma “forma e estilo que se adaptam ao mundo globalizado em que vivemos” (BOM DIA, 26 set. 2010a).

Assim, há um silenciamento, por parte do jornal, da posição do leitor sobre a mudança, pois este é excluído desse processo, já que não há marcas que especifiquem que o leitor foi consultado sobre a sua prática de leitura do jornal BOM DIA Bauru, ainda que o jornal pretenda “facilitar a vida do leitor”.

Em referência às práticas de leitura, o jornal se situa nas circunstâncias de produção de um jornal que quer facilitar “o entendimento da notícia” e também se tornar “mais bonito” (BOM DIA, 25 set. 2010). E comenta sobre o uso do suporte: “No BOM DIA o leitor encontra todas as informações num caderno único. É mais fácil de carregar, mais prático para consultar, melhor para ler” (BOM DIA, 26 set. 2010a).

Quanto ao conteúdo informativo, justifica as mudanças das tradicionais editoriais (Economia, Política, Cultura, Educação, Esportes etc) para as novas (Dia a Dia, Viva e Esportes), argumentando que “essa divisão pode ser boa para os governos, mas não é assim que o leitor vê o mundo”, e continua: “Não é porque um assunto é de política que tem que estar no jornal, nem mesmo ter um lugar específico na edição”. Porque para o jornal, o que é importante deve ter mais destaque, o que é novidade também, e o que já foi dito ontem não precisa de tanto espaço, a não ser que possa “trazer novos ângulos para o leitor” (BOM DIA, 26 set. 2010a).

No dia 27 de setembro o jornal apresenta uma reportagem “BOM DIA de cara nova” (BOM DIA, 27 set. 2010), sobre a recepção do novo jornal junto ao público, com relatos de leitores. E comenta que sua mudança “se baseia na expectativa do leitor”, sem, contudo, apresentar qualquer argumento que comprove essa afirmação. O jornal é personificado no discurso, pois tem “cara”, qualidade humana, uma feição com características próprias. O

objetivo da reportagem era o de noticiar a repercussão da mudança junto aos leitores. Nesta reportagem é possível compreender qual a imagem que o jornal tem do leitor, o que atribui a eles, pois os leitores selecionados não foram qualquer um, mas aqueles que respondem a uma sustentação e legitimação da mudança do jornal: uma professora, um ex-prefeito, dono de banca de jornal, um assinante “desde a primeira edição”, um leitor “assíduo” que compra o jornal “todos os dias”, que demonstram que, apesar do uso de diferentes termos para se referirem ao leitor, todos remetem a uma mesma formação discursiva com leitores legitimados ou pela qualificação/quantificação de sua prática de leitura ou pela posição que ocupam na sociedade e que dão apoio ao novo suporte de leitura. A leitura também é relacionada pelos referidos leitores a questões de design: “está mais limpo”, “mais bonito”, “visual clean”; e de quantificação, com termos como: “mais informação”, “melhor informado”, “gosto porque não tem volume”, “não tem aquele monte de papel acumulando”, “leitura mais leve”. E quanto às práticas, os leitores comentam qualidades como “estranhamento”, “muitas mudanças ao mesmo tempo”, “mudanças são boas”, “de cara eu já gostei”; e questões de uso, como “ler com mais facilidade”, “saber das notícias de forma rápida”, “me familiarizar”. O jornal apresenta, em sua maioria, imagens de leitores presos ao formal e não ao conteúdo, pois apenas uma leitora menciona a questão do conteúdo: “É preciso tomar cuidado para não deixar as notícias sem conteúdo” (BOM DIA, 27 set. 2010).

Pela leitura dos textos do jornal, compreendemos que o BOM DIA é um jornal que se posiciona como um suporte necessário à prática de informação e leitura cotidiana do leitor, que é indispensável porque responde a toda sua necessidade informativa, sendo ao mesmo tempo bonito, profundo e dinâmico, com uso de novas tecnologias e que segue as transformações do seu tempo. Para o jornal, a prática de leitura é design, na qual considera relevantes as questões de layout, de quantificação, de arquitetura, tentando reproduzir em suas páginas o visual de uma homepage, com leitura em “duas velocidades”, rápida, com muitas imagens, gráficos e ilustrações, uso de cores, que tenta acompanhar as novas tecnologias. Na reportagem sobre as novas editorias do jornal, o BOM DIA afirma que o novo projeto gráfico e editorial trabalha a notícia tanto no visual quanto no conteúdo, com “títulos criativos”, “textos inteligentes”, “jornalismo inteligente”, “muita informação”, que “em vez de contar, mostra” (BOM DIA, 26 set. 2010b). Ramonet (2003) critica a imprensa que oferece imagens de um evento ao público como se essas fossem suficientes para o seu entendimento. O BOM DIA afirma que “fotografia é informação pura”, e produz a ilusão de que ver é compreender.

Na área editorial o destaque é a seção chamada “Mais”, que seleciona as notícias para o leitor cujo tempo “é precioso”, para que ele possa “saber tudo de um modo rápido”. E

projeta uma imagem de leitor virtual, aquele que é esperado pelo texto, situado na Sociedade da Informação e do Conhecimento, que não é apenas um leitor modelo, e sim um leitor ambíguo que “não tem tempo”, mas vive a contradição de “querer se aprofundar”, sendo no dia a dia um leitor de fragmentos, sempre em trânsito. É um jornal que quer estar em sintonia “com as sensações do leitor urbano” (BOM DIA, 26 set. 2010a) e não com a razão desse leitor ou a realidade de sua prática de leitura, pois não o consultou antes de realizar a mudança. Para o jornal os assuntos prioritários são os da cidade e esportes. Ao abandonar uma organização de editorias tradicional reitera esse aspecto, pois sua justificativa para a mudança é a de estar próximo ao leitor e ao seu cotidiano, mas se constituindo numa posição autoritária de quem se coloca como aquele que sabe o que é melhor para o leitor e por isso abandona a publicação de questões que julgar não pertinentes para sua leitura: “[...] sem medo de escolher o BOM DIA aposta em poucos assuntos. Só nos melhores” (BOM DIA, 26 set. 2010a).

Destarte, Orlandi (2008) comenta que ninguém lê num texto o que quer, do jeito que quer e para qualquer um, já que a emissão e a leitura são reguladas. Portanto, esse leitor está conformado ao jornal que lê, as suas condições de produção, as configurações de seu suporte e as escolhas que o jornal faz para sua prática de leitura.

#### 7.5.2 O leitor por ele mesmo: a tomada de posição do leitor sobre o jornal e sua prática de leitura nas cartas de leitores

Tendo como tema a mudança do periódico, foram selecionadas 30 cartas de leitores referentes à prática de informação e leitura do jornal BOM DIA<sup>81</sup>. Dessas 30 cartas iniciais, foram excluídas 07, por se tratarem de colunas e matérias específicas que o jornal apresentou após a mudança<sup>82</sup>, concentrando, portanto, as outras 23 cartas na questão da prática de leitura e suas relações com o meio de informação, assumindo as cartas como textos mediadores em que o discurso do leitor entra na esfera da produção do periódico como um efeito de sentido da leitura do jornal e a marca de um lugar de recepção do leitor e sua leitura. Lembrando que as cartas, como espaço de observação privilegiado para o estudo da apropriação da informação, são textos mediadores entre leitores e produtores, também trazem marcas para o

<sup>81</sup> Acreditamos que esse volume publicado poderia ser ainda maior, pois a mudança do periódico aconteceu na semana anterior ao pleito eleitoral do ano de 2010, com eleições para presidente, senadores, governadores, deputados federais e estaduais, concentrando, portanto, a maior parte das cartas nessa temática.

<sup>82</sup> As cartas excluídas foram duas publicadas nos dias 11 de outubro e que se referiam ao novo colunista do jornal (o apresentador de programas de TV, José Luiz Datena), duas do dia 18, duas do dia 23 e uma do dia 28 de outubro que eram referentes a uma nova seção do jornal (chamada Bom Dia Animal, que trata de reportagens sobre bichos de estimação).

modo como são organizadas pelo jornal, já que o editor as organiza sob uma rubrica, sendo essa sua ação de interferência. As cartas foram digitadas exatamente como foram publicadas pelo jornal, mantendo inclusive erros gramaticais ou de digitação, sem correções ou alterações e todas se encontram em anexo ao final da tese.

As cartas são analisadas a partir do conceito de apropriação de Thompson (2009) e Almeida Junior (2009; 2007), em que a apropriação ocorre em diferentes graus, porque é uma ação que pode ser consciente ou inconsciente, pode demandar esforço interpretativo ou não, e que significa apoderar-se de uma mensagem e incorporá-la à própria vida. Assim, estudar as cartas como mediadoras de práticas de informação e leitura implica apreendê-las a partir dos efeitos de sentido que aparecem na escrita das cartas relacionados tanto a uma leitura “literal” (a apreensão do documento) quanto à leitura interpretativa, que já é uma escritura, constituindo o que Pêcheux (2010c) denomina o espaço polêmico das maneiras de ler. Estudar as cartas de leitores, porém, não é apenas uma busca por efeitos de sentido na leitura, mas também do significado cultural da prática de leitura para o público leitor. A AD não se identifica com as correntes de estudo que pregam as “leituras plurais” que sugerem uma infinidade de significações em que cada sujeito tem sua singularidade, pois isso seria perder a ‘materialidade do discursivo’, ou seja, a questão histórica, social e ideológica compartilhada pelos sujeitos (PÊCHEUX; FUCHS, 2010d). Deste modo, as cartas são analisadas pela posição discursiva que o sujeito leitor pode ocupar no jornal, das imagens do leitor em certas condições de produção, em formações discursivas de sustentação, confronto, exclusão, neutralidade aparente, gradação (ORLANDI, 2009). Porque, conforme visto, o leitor como sujeito ideológico, pode ser situado no espaço e tempo, é histórico, e sua prática não pode ser compreendida apenas como comportamento ou atitude, mas como posições em conflito umas com as outras (PÊCHEUX; FUCHS, 2010d). Da voz do leitor ecoam vozes constitutivas do seu lugar sócio-histórico: “o ‘eu’ e o ‘outro’ são inseparáveis e a linguagem possibilita-lhes a interação” (FERNANDES, 2008). Assim sendo, apesar de diversos sentidos serem possíveis, alguns tem certa dominância, pois os sentidos têm história, e devido a essa determinação ideológica, o leitor não lê no texto o que quer, já que alguns sentidos acabam por cristalizar-se.

Portanto, a prática da leitura de jornal implica, como prática discursiva, simbólica, presente nas cartas de leitores, uma relação entre a situação do leitor, definida objetivamente, e a posição que esse ocupa, as imagens que o leitor pode e deve ocupar para ser o sujeito do discurso (PÊCHEUX, 2010a). Os leitores estão estruturados discursivamente para decodificar o jornal segundo as atitudes sugeridas por Hall (1980), os três códigos de recepção do modelo

Codificação/decodificação, em que na decodificação o modelo propõe que a audiência pode escolher entre três códigos de recepção:

1. dominante: estar de acordo com a mensagem, postura hegemônica-dominante
2. negociada: escolher uma via intermediária, mescla de códigos adaptativos e de oposição;
3. oposição: estar em desacordo com a mensagem, o espectador pode entender perfeitamente a inflexão tanto conotativa como literal oferecida por um discurso, mas decodifica a mensagem de um modo contrário.

Nas cartas de leitores analisadas, os leitores em sua apropriação da informação, optam pela aceitação, acomodação, negociação ou rejeição frente ao meio e ao conteúdo veiculado, assumindo três posições no discurso: a primeira dominante, numa formação discursiva de sustentação ao jornal, quando o leitor apoia a mudança do jornal, o que resulta na tomada de posição de leitor virtual esperado pela publicação como um cúmplice<sup>83</sup>; a segunda de negociação, quando o leitor se conforma às mudanças, mas não sem resistência, pois questiona e confronta o jornal, num jogo entre a imagem de um leitor virtual e o real; e a terceira de oposição, negação, quando o leitor rejeita as mudanças do jornal e se posiciona como leitor adversário.

No entanto, não podemos tomar os três códigos de recepção de Hall (1980) como categorias absolutas, já que o leitor, na perspectiva dialética, é um ser ambivalente, em que na prática de leitura ora se apropria de modo consciente, ora inconsciente, por isso, utilizamos também em nossa análise, os apontamentos teóricos sobre leitura de Freire (2006), Almeida Junior (2007), Zanetti (2005), Nunes (2003, 1994), Orlandi (2009) e sobre o leitor, de Iser (1996), Santaella (2004), Stierle (2002), Verón (2004), entre outros, além é claro, do próprio Pêcheux (2010) com o estudo das posições no discurso conforme destacado anteriormente.

Destacamos primeiramente as cartas que apoiam a mudança efetuada pelo jornal e se posicionam a partir da imagem de leitor esperada pela publicação, oferecendo por mecanismos discursivos, a sustentação ao novo BOM DIA. É quando o sujeito leitor, sem se dar conta, tem a impressão de estar exercendo sua livre opinião, quando está reproduzindo a ideologia do jornal, num efeito de “interpelação ou assujeitamento do sujeito como sujeito

---

<sup>83</sup> O leitor virtual é aquele que o autor imagina para seu texto e para quem ele se dirige. Ele pode ser tanto cúmplice quanto adversário do autor (ORLANDI, 2008). Não utilizamos a conceituação de Eco (1993) de “leitor modelo”, porque esse não existe, já que não há um leitor ideal universal capaz de atender a todas as solicitações que um texto exige, e sim um leitor moldado e esperado pela instituição em que se inserir em sua prática de leitura (NUNES, 2003).

ideológico” (PÊCHEUX; FUCHS, 2010d). No uso de elogios, de termos já utilizados pelo jornal, percebemos a composição de uma posição sujeito leitor que fala a partir do perfil que o jornal espera do que é ser leitor do BOM DIA, num discurso de leitura parafrástica, que reproduz o texto do jornal com o uso da repetição. É um processo em que o leitor se apropria do discurso dominante que o jornal tem sobre si mesmo, sobre o leitor e a prática de leitura, tomando-o para si.

No dia 28 de setembro, duas cartas organizadas sob a rubrica “Leitores opinam sobre novo projeto do BOM DIA” apoiam a mudança do jornal pelo mecanismo de sustentação no discurso:

Enquanto alguns jornais insistem numa fórmula conservadora, o BOM DIA inova mais uma vez e apresenta um jornal leve e agradável, de leitura fácil, sem omitir a notícia, deixando claro sua missão: informar bem o leitor. Parabéns aos colegas do BOM DIA pelo ótimo trabalho apresentado. Marcelo de Souza, jornalista. (BOM DIA, 28 set. 2010, p. 7).

O leitor deixa implícito o conhecimento do contexto (localidade), pois ao afirmar que o BOM DIA inova, indica antes que outros insistem em “fórmula conservadora”, numa alusão que pode ser atribuída ao concorrente, o Jornal da Cidade. Outro leitor também assim se posiciona:

[...] o BOM DIA sempre foi moderno e nova versão já deixa a anterior ultrapassada. Ser inovador em termos de linguagem e design é uma das funções de um jornal. O BOM DIA obriga a concorrência a se atualizar ou ficar parada no tempo. Anderson Silva Ferreira, estudante de arquitetura. (BOM DIA, 28 set. 2010, p. 7).

Ao afirmar que a concorrência também precisa se atualizar esse leitor também se posiciona como um conhecedor do cenário em que o jornal atua, pois não há texto sem contexto (FREIRE, 2006). Ainda, notam-se em ambas as cartas a tomada de posição de um leitor que se apropria do discurso do jornal e fala do suporte a partir do perfil de leitor virtual, um “especialista”, que dá sustentação mútua a mudança do jornal, como na carta do leitor jornalista, que utiliza o termo “colegas” ao se referir a equipe do jornal, assumindo a posição de leitor esperado pela publicação, um cúmplice das mudanças efetuadas, que sabe a missão de um jornal, o que se encontra também na carta do “estudante de arquitetura”, em que o leitor afirma seu conhecimento sobre as funções de um jornal. E nas cartas de leitores aparece o trabalho de edição que organiza os leitores em categorias socioprofissionais e também qualifica o discurso, como na carta organizada sob a rubrica; “Comerciante aprova e elogia formato mais moderno”:

Parabéns mais vez ao exemplo de modernidade e a constatação que o BOM DIA é um jornal de seu tempo. O novo formato, diagramação e layout tornaram-no ainda mais agradável de se ver e ler. A incessante busca por atualização, aliada a seriedade com que é conduzido o processo de mudança faz do BOM DIA um jornal extremamente ocupado com seus leitores. Marco Labão, comerciante. (BOM DIA, 30 set. 2010, p. 7).

As expressões que qualificam o jornal como mais agradável para a leitura, com melhor visual, que se preocupa com o leitor, também podem ser encontradas nas reportagens em que o jornal anunciava sua mudança. Na leitura parafrástica, os leitores se apropriam do texto do jornal e o reproduzem para sustentar sua argumentação favorável à mudança:

Parabenizo toda equipe pela ousadia do novo projeto gráfico e editorial do BOM DIA, uma quebra de paradigmas no modo de se apresentar a notícia. A leitura se faz dinâmica em sua diagramação solta e despreziosa de padrões. Realmente este novo projeto satisfaz a inteligência aguçada de seus leitores e faz pensar àqueles que teimam em fugir da prática da leitura. Nilson Araújo, designer gráfico. (BOM DIA, 02 out. 2010, p. 7).

Esse também pode ser considerado um leitor cúmplice e “especialista”, que afirma a “quebra de paradigmas” do jornal e tece comentários sobre a diagramação e a leitura, se apropriando de informações já publicadas pelo jornal, num contexto intertextual e de leitura parafrástica, pois em suas divulgações da mudança o BOM DIA afirmava seu dinamismo, com jornalismo inteligente, que acompanha o seu tempo. Em outra carta, a paráfrase se mostra ainda mais explícita para sustentar a posição de leitor esperado pela publicação:

É um prazer renovado ler o BOM DIA com seu novo projeto gráfico e suas mudanças editoriais. A beleza de suas páginas torna a leitura mais dinâmica e agradável, numa proposta moderna de distribuição de textos e valorização das imagens. Os investimentos feitos nesse aperfeiçoamento revelam uma saudável confiança no jornalismo impresso num momento em que a mídia digital desponta como forte concorrência a ele. Mas não sou dos que veem nisso um problema para jornais capazes de se reinventar e bem tratar os assuntos de grande importância na vida de seus leitores. O essencial é o jornalismo bem feito, de credibilidade, e nisso ele é indispensável a comunidade. Nesse sentido acho que ambos os meios possam coexistir e mesmo um impulsionar o outro. Mas o impresso tem muito fôlego para ir adiante, como atesta o Bom Dia, a cuja diretoria e colaboradores parabenizo pela mudança. Paulo Mendes, administrador. (BOM DIA, 02 out. 2010, p. 7).

Na leitura dominante, o discurso do leitor assume a posição de sustentação e remete ao discurso do próprio jornal quando esse justificou sua mudança: as transformações no jornal impresso, a necessidade de ser um jornal de seu tempo, a convivência com as novas

tecnologias e a complementação entre os meios, além da preocupação com o dia a dia do leitor. O discurso dos leitores que dão sustentação ao jornal trazem termos de caráter elogioso em relação ao suporte e à prática de leitura, pois no discurso aparece às preferências dos leitores, o que permite conhecer sua imagem. Para Iser (1996) na leitura efeitos de sentido são produzidos, porque mesmo motivado pelo texto, existe a parte subjetiva da relação com o leitor. As qualidades são parte dos efeitos de sentido provocados pela leitura, em que aparecem termos como “prazer renovado”, “leitura agradável”, “dinâmica”, “beleza de suas páginas”, como na carta que segue:

“[...] aos cinco anos o BOM DIA é um jornal consolidado. *Bonito e bom de leitura*. Leitores os que mais ganham com o resultado alcançado. Aurélio Teixeira, auditor. (BOM DIA, 04 out. 2010, p. 7, grifo nosso).

Muitos parabenizam o jornal e a equipe elogiando o novo layout e conteúdo, formando uma imagem do jornal consonante a que o próprio jornal tem de si mesmo:

Parabéns pela nova roupagem e pela disposição e clareza das notícias. Mauro dos Santos, por e-mail. (BOM DIA, 28 set. 2010, p. 7).

O novo BOM DIA é moderno, bonito e dinâmico. E continua com bom foco e conteúdo. É informativo, sempre com opiniões firmes e pertinentes. Parabéns a todos. Ana Cláudia Maciel, universitária. (BOM DIA, 07 out. 2010, p. 7).

Sou assinante do BOM DIA e leio o jornal antes de ir para o trabalho. Parabéns a toda a equipe de profissionais responsáveis pelas inovações gráficas do jornal. Paulo Pedrini, gerente de expansão. (BOM DIA, 07 out. 2010, p. 7).

Assim, nas cartas, como discurso monólogo (PÊCHEUX, 2010a), o jornal só está presente a partir da imagem que o leitor faz dele: inovador, moderno, bonito, dinâmico, pertinente. O discurso do leitor sustenta as mudanças efetuadas pelo jornal, pois as aprova e parabeniza, além de legitimá-las, no caso da leitora que elogia o novo jornal demonstrando ler o BOM DIA antes mesmo da mudança, e também o leitor que se qualifica como “assinante”. As cartas também se referem às práticas de leitura, com as maneiras de ler evidenciadas pelo leitor que afirma o seu hábito de ler antes de sair para o trabalho. As cartas que não trouxeram a caracterização do leitor identificaram, porém a forma de envio: por email.

No campo das práticas de leitura, o uso aparece como “conduta face ao objeto” (BÉGUIN-VERBRUGGE, 2009) no qual o leitor comenta sobre o seu modo de ler e sua relação com o jornal:

Pois não é que o BOM DIA inovou após cinco anos de existência? E essa inovação foi para acompanhar a nossa realidade. Com essa cara nova, o jornal está mais versátil e fácil de ler e ser entendido. O jornal continua fiel, ao lado dos seus leitores. Sua filosofia de trabalho, porém, continua a mesma desde o início e conseguiu melhorar ainda mais. Parabéns ao editor e sua equipe. José Carlos do Amaral, jornalista. (BOM DIA, 01 out. 2010, p. 7).

As questões de uso são relevantes para o leitor do BOM DIA e aparecem em recortes discursivos sobre o suporte e a relação que o leitor estabelece com esse pela sua prática de leitura, quando afirma que o jornal está mais fácil de ler, ser entendido, que está mais versátil e ainda melhor após a mudança. O leitor reproduz a personificação do jornal, que está de “cara nova”.

A paráfrase se faz presente nas expressões já utilizadas pelo jornal, como nos recortes que justificam a mudança para “acompanhar” a realidade atual, a “cara nova”, se tornar “mais fácil de ler”. A ambiguidade do discurso do jornal, que quer atender a todos os leitores, também aparece no discurso do leitor, quando utiliza a conjunção adversativa “porém”, para enfatizar que, apesar das mudanças, o BOM DIA mantém sua filosofia inicial e segue “fiel” a seus leitores, ou seja, o vínculo permanece. O discurso dominante do jornal também é apropriado por outros leitores:

[...] O BOM DIA é um jornal moderno e antenado com os novos tempos. Imprescindível, informativo, bonito, diferente, fácil de manusear. Está dando gosto de ler. Hilário Gouveia, contador. (BOM DIA, 01 out. 2010, p. 7).

O leitor descreve o jornal como “moderno”, “antenado”, dos “novos tempos”, e que pode atender a sua demanda informativa, pois é “imprescindível”, “informativo”, além de bonito. Há referência ao intertexto quando os leitores realizam leitura parafrástica na repetição de expressões já publicadas pelo jornal, como nas notas de capa dos dias 19 e 26 de setembro, em que o jornal anunciou a mudança com a seguinte manchete: “[...] BOM DIA mais bonito e fácil de ler” (dias 19 e 26 set. 2010). E quanto a sua prática de leitura e ao efeito de sentido que a mesma provoca, o leitor afirma que o jornal “dá gosto de ler”, também se referindo ao intertexto, pois o próprio jornal se apresentou como “BOM DIA mais gostoso de ler” em notas na capa do jornal nos dias 19 e 25 de setembro de 2010.

Em relação ao uso, quando o leitor afirma que o jornal “é fácil de manusear”, relaciona a leitura à sua prática, o que também se encontra na carta que segue:

“[...] O novo visual ficou muito mais leve e agradável de ler. Quando menos percebemos já lemos o jornal inteiro. Parabéns à equipe! Renan Silveira Junior, estudante. (BOM DIA, 04 out. 2010, p. 7).

De leitura “agradável”, o jornal também está mais leve, sendo essa a imagem do leitor esperado pela publicação, pois não tem tempo. É um leitor “apressado”, que quando menos percebe “já leu o jornal inteiro”, pois é leitor de manchetes e fragmentos da realidade (SANTAELLA, 2004).

Tanto esse quanto outros leitores que apoiam o jornal pelo mecanismo de sustentação, se utilizam da leitura parafrástica, utilizando tanto termos já publicados pelo jornal, quanto acabam por reproduzir a concepção de leitura imposta pelo mesmo, a de que essa está no âmbito da técnica, do *layout*, do tempo e da quantificação.

O jornal ficou mais limpo, dinâmico, prático e moderno. As fotos ganharam maior resolução e os assuntos e reportagens mais conteúdo. Mudanças foram felizes. Parabéns. Vincenzo Malzone, empresário. (BOM DIA, 04 out. 2010, p. 7).

No recorte: “dinâmico, prático e moderno”, se insinua uma relação de uso em que o suporte deve acompanhar a época em que vive, o seu tempo e o tempo do leitor. E que o jornal é um suporte do “olhar distraído” (MAINGUENEAU, 2002), sendo a leitura composta não apenas por textos, mas fotos, infográficos, sendo uma questão de layout, de design. E a prática de leitura, ao mesmo tempo em que é qualificada, é também quantificada no discurso dos leitores com o uso de expressões como “mais versátil” “mais limpo”, “mais leve”, “maior resolução”, “mais conteúdo”, “mais dinâmico”, “mais agradável”. Lembrando que no discurso monólogo o destinatário só está presente pela imagem que o destinador faz dele (PÊCHEUX, 2010a), nos discursos de sustentação o jornal é mais bonito, mais dinâmico, mais gostoso de ler, e o leitor aparece como “puro efeito”, já que esse texto não se origina nele, mas na ideologia do próprio jornal, que se posiciona como um jornal de seu tempo, de uma época de mudanças rápidas, em que precisa se adaptar ou pode morrer, pois há novas tecnologias interferindo na prática da leitura. Conforme visto, o leitor de jornal online também lê a edição impressa, fazendo os jornais repensarem suas estratégias junto ao público leitor. No mesmo dia em que o jornal realizou a mudança no suporte impresso também modificou o portal

online do jornal e noticiou isso em suas páginas, o que também levou a manifestações do leitor na seção de cartas de leitores:

Achei excelente a modificação do portal do BOM DIA. Elegante, bonito e rápido, o espaço privilegia a informação e deixa evidente a liberdade de ação do internauta em interagir e comentar qualquer notícia. Aurélio Teixeira, auditor. (BOM DIA, 27 set. 2010, p. 7).

Parabéns. Adorei o novo layout. O que mais gosto no BOM DIA online é a informação no momento em que acontece, diferente de outros jornais que só noticiam no outro dia, quando a notícia já está velha. João Melo, funcionário público. (BOM DIA, 27 set. 2010, p. 7).

É possível notar as mesmas qualidades atribuídas pelos leitores ao jornal impresso sendo atribuídas ao jornal online: é bonito, rápido, com novo layout. E intertextuais, pois no dia anterior à publicação das cartas foi noticiada a mudança do portal na notícia: “[...] Portal do BOM DIA também está de cara nova” (BOM DIA, 26 set. 2010c).

Da posição de sustentação, passamos a de negociação, quando o leitor tenta falar a partir do perfil, ser o leitor esperado pelo jornal, mas ao se utilizar de termos de valor adversativo em seu discurso, outro leitor surge na prática de leitura. De leitor cúmplice passa a leitor adversário ou vice-versa, entrando no campo da leitura polissêmica em que outros sentidos sempre são possíveis. É a leitura negociada que combina códigos adaptativos e de oposição (HALL, 1980).

Mesmo não tendo a possibilidade de uma interação imediata, ainda assim, as cartas de leitores podem ser compreendidas como resposta, já que todo “discurso é resposta” (PÊCHEUX, 2010a) ainda que não plenamente interativa. Antes mesmo da mudança, no dia 20 de setembro, um leitor escreveu ao jornal a primeira carta em que comenta as suas expectativas:

Em relação à matéria “BOM DIA mais fácil de ler” sobre o novo projeto gráfico que o jornal estreia no próximo domingo, tenho a dizer que mudanças sempre são bem vindas. Mas (tudo tem sempre um mas, espero que isso não signifique superficialidade, leviandade e pasteurização- só de ver o exemplo de página inteira dedicado a Lindsay Lohan, senti medo! Desejo ver conteúdo e datas especiais como aniversário de Monteiro Lobato e Clarice Lispector sejam lembradas e mereçam também página inteira. Mauro Saccenti, metalúrgico. (BOM DIA, 20 set. 2010, p. 7).

A carta foi organizada pelo editor sob a rubrica “Mudanças”, e demonstra a questão intertextual das cartas de leitores (ASSUNÇÃO, 2007), que mobilizam as relações de sentido em que um texto sempre se relaciona a outros textos (ORLANDI, 2009): o leitor escreve

sobre a matéria publicada no dia anterior, pois no dia 19 de setembro o jornal trouxe uma simulação das páginas do jornal após a mudança, com fotos e infográficos da nova disposição. Sobre o novo BOM DIA, o leitor afirma que “mudanças sempre são bem vindas”. Assim, inicia a carta construindo a imagem de si como um cúmplice na decisão de mudança do jornal, constituindo uma posição de leitor que tenta falar a partir da imagem do leitor virtual, do perfil esperado pela publicação, e que vive numa época de intensas mudanças sociais, que “são bem vindas”.

Recorte 1: mudanças sempre são bem vindas.

MAS

Recorte 2: espero que isso não signifique superficialidade, leviandade e pasteurização.

Ao utilizar a conjunção adversativa “mas”, o leitor demonstra sua opinião, de oposição, restringe o que foi dito sobre as mudanças, e desconstrói a imagem esperada pelo jornal, produzindo outra, a de um leitor adversário, que pelo mecanismo da projeção, produz uma imagem do jornal como superficial e leviano, pausterizado, e que se ocupa de celebridades, que são, portanto, elementos de sua avaliação da leitura do jornal.

Um leitor sempre pode recusar o papel que a ele é proposto (JOUVE, 2002), porque a prática de leitura é muito mais do que uma habilidade, e pode levar a conhecer o que o texto diz e também o que ele não diz “[...] mas o constitui significativamente” (ORLANDI, 2008, p.11).

Pela antecipação, o leitor já diz ao jornal o que quer, se adianta a ele, dando também um relato emocional ambíguo da sua leitura: “senti medo” em referência a ilustração de uma celebridade na nova página do jornal apresentada em 19 de setembro; mas que também tem “desejo”: ele quer que personalidades literárias também tenham destaque na publicação. A leitura, para Iser (1996), requer a percepção do leitor, ainda que motivada pelo texto, pois efeitos de sentido são produzidos, como neste caso, em que o leitor tem seus medos e desejos.

O jornal posiciona a carta sob a rubrica “Mudanças” e posiciona o leitor a partir de sua identificação no espaço sócio profissional: o nome e a profissão, que indicam um leitor do sexo masculino cuja profissão é a de metalúrgico; como um lugar a partir do qual fala o sujeito, para a posição que o constitui como leitor, um leitor que teme a mudança, pois é fiel a um título de imprensa porque já sabe o discurso que vai encontrar (VERÓN, 2004).

Após a mudança, no domingo dia 26 de setembro, as cartas de leitores foram publicadas a partir da terça-feira, dia 28 de setembro até o final do mês de outubro de 2010. Segue abaixo a carta de um leitor que relaciona o suporte a sua leitura:

Confesso que fiquei meio perdido com a nova organização do BOM DIA. Acho que é questão de tempo e costume. Deu para perceber que está mais limpo e tem mais texto. Porém, tem um pecado mortal; a fonte! O leitor médio que aprecie ler sofre com as diminutas letrinhas e com isso vai embora grande parte do prazer da leitura! Sugiro ao jornal, caso insista na tal fonte, que dê lupa aos assinantes. Branco Prado, por email. (BOM DIA, 28 set. 2010, p. 7).

Esse leitor ainda não aceitou – e talvez nem queira - o novo Contrato de Leitura (VERÓN, 2004) estabelecido pelo jornal, e como em uma paisagem em que o leitor escolhe seu caminho, ele confessa estar “meio perdido”. Quanto à manifestação material do discurso o leitor opina sobre a colocação do texto no meio, e o uso que dele podemos fazer: ao falar da nova organização do jornal, se posiciona como leitor do periódico a partir do perfil esperado, pois revela que é uma questão de tempo e de costume, e também projeta uma imagem simpática do jornal, como mais limpa e com mais texto. Um texto “constitui em si mesmo uma imagem, uma superfície exposta ao olhar” (MAINGUENEAU, 2002, p. 81). O leitor faz assim, uma primeira leitura, “literal”, de apreensão do documento (PÊCHEUX, 2010c). A sua leitura, contudo, já é um julgamento, em que fala a partir de um perfil de leitor. Figueiredo (1994) comenta que, por parte dos usuários há uma preferência por informação clara e sucinta, apresentada em um formato que torne fácil a sua identificação e uso.

Escolhendo a conjunção adversativa “porém”, o leitor inicia sua leitura interpretativa, que já é escritura (PÊCHEUX, 2010c), articulando as duas sequências:

Recorte 1: o jornal está mais limpo e tem mais texto.

PORÉM

Recorte 2: tem um pecado mortal, a fonte.

O leitor apresenta primeiramente uma argumentação a partir do perfil, mas em seguida utiliza um argumento mais forte e definitivo contra esse primeiro argumento, o que sustenta sua posição de leitor real, de posição alheia ao leitor virtual. O leitor real critica

veementemente a nova fonte utilizada pelo jornal: “pecado mortal”, o ponto de vista do leitor sobre a mudança projeta o jornal como um interlocutor adversário. A fonte é personificada pelo leitor e capaz de ‘matar’ o prazer da leitura. Enquanto no início da carta o leitor utiliza o verbo na primeira pessoa do singular, construindo um texto pessoal: “confesso”, ao evocar a imagem do leitor, constrói um leitor impessoal, mas efetivo: o “leitor médio”, uma voz inquestionável, pois é aquele que “aprecia ler”, mas está prejudicado em sua prática de leitura, pois “sofre” com as letras pequenas, perdendo o “prazer da leitura”. A contradição se manifesta quando mesmo afirmando que o jornal está em certos aspectos melhor, o leitor afirma que não dá para ler.

Logo em seguida, o leitor se marca no que diz, ao utilizar o termo assinante, e com ironia, se antecipa ao jornal, pois afirma que caso esse mantenha sua fonte, deve providenciar lupa aos leitores. Assim, com o uso da gradação o leitor inicia seu argumento partindo do leitor virtual; passa pela posição do leitor médio, aquele que se apresenta junto aos demais leitores; e termina com o uso do termo assinante, aquele que efetivamente, compra e paga pelo que lê. O texto demonstra as diversas apropriações e posições que o leitor pode ocupar no discurso do jornal: de mais a menos comprometido, de efetivo ou parte de um todo, de consumidor, se constituindo em um sujeito leitor que não é sempre o mesmo, já que o sentido de uma palavra ou expressão não existe em si mesmo (em sua relação transparente com o significante), mas é determinado por posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio histórico em que palavras, expressões e posições são produzidas e reproduzidas (PÊCHEUX, 2009).

Esse é um leitor que resiste, e é criativo, pois pratica a ironia, mostrando a sua apropriação da informação numa leitura polissêmica, sugerindo que o jornal BOM DIA dê lupa aos seus leitores. A imagem de receptor nesta carta é a de um leitor que quer ler, se posiciona como leitor efetivo – leitor médio, assinante – e se sente lesado frente às mudanças no suporte de leitura. A carta foi organizada pelo jornal sob a rubrica: “leitores opinam sobre o novo projeto do BOM DIA”.

Outra carta de valor adversativo traz a mesma estrutura das demais:

Talvez ainda me acostume mas, em princípio, não gostei da nova fórmula do BOM DIA. Sinto falta de textos mais longos, que aprofunde a notícia. Dá impressão que tudo é tratado de forma muito superficial. De positivo aponto visual mais limpo. Jorge Camilo Leal, protético. (BOM DIA, 02 out. 2010, p. 7).

O leitor tenta parecer simpático ao jornal, se acomodar a ele, num de dúvida; “talvez me acostume”, porém as marcas da contraposição se fazem presente no texto de valor adversativo, em que vozes conflitantes entram no jogo da leitura entre o leitor virtual (esperado) e o real, com os efeitos que a leitura provoca neste:

Recorte 1: Talvez ainda me acostume

MAS

Recorte 2: Não gostei da nova fórmula do BOM DIA

DE POSITIVO

Recorte 3: aponto visual mais limpo.

Em função de sua subjetividade, o leitor realiza uma leitura singular: gosta, não gosta, atribui qualidades ao que lê, pois cada texto sofre a coerção de “produzir uma comunicação suplementar e não prevista” (STIERLE, 2002). Nota-se que esse é um leitor que também concebe a leitura como layout, cita o “visual” do jornal, mas não apenas isso, pois quer mais profundidade na informação publicada. As cartas analisadas na posição de negociação entre o leitor virtual e o real, podem ser consideradas, ao mesmo tempo, como manifestação opinativa, emocional e reivindicatória do leitor (CHAPARRO, 1992) sobre a sua prática de leitura.

Finalmente, temos a leitura de oposição, negação e refutação do contrato de leitura, em que os leitores questionam o meio de informação e comunicação e se posicionam abertamente contra o novo BOM DIA, utilizando expressões de valor adversativo:

Não gostei do novo BOM DIA. A minha maior crítica é em relação ao tamanho das letras, muito pequenas e de difícil leitura. O padrão de impressão também caiu: tem dia que vem todo borrado. Na parte editorial, não gosto do uso recorrente de mulheres com pouca roupa na capa. É vulgar e apelativo. O BOM DIA não precisa disso. Etelvina Gomes, aposentada. (BOM DIA, 07 out. 2010, p. 7).

A leitora afirma enfaticamente: “não gostei”, “não gosto”, “não precisa”. O tamanho das letras já foi questionado nos discurso dos leitores na posição de negociação, e nesta carta a

leitura aparece relacionada à sua prática: é difícil ler o novo BOM DIA, com letras pequenas e que vem todo borrado. O texto desenha uma imagem exposta ao olhar (MAINGUENEAU, 2002) e a leitora aponta seus critérios de legibilidade na leitura, pois para ela, o jornal é praticamente ilegível. As questões de gênero também estão presentes nas cartas de leitores, e num total de 23 cartas analisadas, só quatro eram de mulheres.

Acho vulgar e apelativo ter todo santo dia na capa, a foto de uma mulher quase pelada. Ermínia Serrão, aposentada. (BOM DIA, 01 out. 2010, p. 7).

Sendo produção de sentidos, a leitura tem efeitos diferentes para diferentes leitores. No caso das leitoras a estratégia editorial do BOM DIA de colocar mulheres com “pouca roupa”, “quase pelada”, na capa não funciona como um valor atrativo para a leitura, sendo que a prática de leitura também é influenciada por questões de gênero (ZANETTI, 2005). Maingueneau (2011) destacou a nudez como característica dos tabloides europeus, pois ser tabloide implicava a nudez, como fenômeno típico. Atualmente o jornal segue com esse tipo de material, mas geralmente nas páginas internas do jornal e na contracapa. Outra leitora critica o que acredita ser um excesso de mudanças por parte do jornal, também rejeitando o novo BOM DIA:

Sou leitora do BOM DIA desde que foi lançado em Bauru. E fico impressionada com a quantidade de vezes em que o jornal fez mudanças gráficas. Quando estou me acostumando com a localização de uma coluna, vocês já mudam de novo. E esse formato mais leve parece mais um encarte do que um jornal inteiro. Renata Oliveira, empresária (BOM DIA, 04 out. 2010, p. 7).

Para essa leitora, o fato do jornal estar “mais leve” é um indicativo da perda de qualidade do BOM DIA, que perde as características de jornal e se transforma em outra coisa, é um “encarte”. E não é uma leitora qualquer, pois seu discurso qualifica sua prática: ela lê o BOM DIA desde que o jornal foi lançado. O problema, para ela, é se acostumar com um jornal que muda a todo momento, tema que aparece no discurso de outros leitores, pois a leitura de jornal também é uma questão de hábito (BELTRÃO, 1980), em que o conhecimento detalhado do jornal cria uma imagem do mesmo para cada leitor, com qualidades e características específicas:

Não se mexe em time que está ganhando. O novo formato do jornal ficou péssimo. Totalmente confuso, com matérias misturadas e com as letras menores e de difícil leitura. Acredito que desta vez vocês erraram feio e eu

não consegui entender o jornal até agora. Carlos Eduardo Magalhães, administrador de empresas. (BOM DIA, 28 set. 2010, p. 7).

O leitor demonstra conhecer o contexto das outras mudanças do jornal ao enfatizar que “desta vez” a mesma não foi adequada, apontando qualidades da sua prática de leitura: a mudança foi errada, “erraram feio”, o jornal torna difícil a leitura, ficou “péssimo”. O uso da negação está em recortes como o da primeira sentença, que se utiliza de provérbio popular; “não se mexe em time que está ganhando”. Para Dines (2009b), o leitor pode se afastar se algo muda sem a sua aprovação.

Por fim, sendo as cartas intertextuais por excelência (ASSUNÇÃO, 2007) não se pode deixar de notar a comunicação que se estabelece entre os próprios leitores sobre a mudança do jornal:

Vejo muito elogio e algumas ranzinzes em relação ao novo projeto gráfico e editorial do BOM DIA. Não há nada de errado com as letras e nem com o tamanho. Mantenham-se firmes. A decisão foi acertada. Armando Figueira, professor (BOM DIA, 02 out. 2010, p. 7).

Pelo mecanismo de sustentação mútua o leitor defende a mudança e critica aqueles que apontam os problemas do novo formato, e os desqualifica, pois são ‘ranzinzas’, e nega problemas com a fonte utilizada pelo jornal, de forma enfática: “Não há nada de errado [...] mantenham-se firmes [...] a decisão foi acertada”. O jornal pode, para esse leitor, ser completo, sendo esse leitor mais que um cúmplice, pois é defensor incondicional do novo BOM DIA. O jornal, de certo modo, seguiu esse conselho, porque com a exceção da capa, que às vezes modifica a disposição das manchetes, e as imagens das mulheres em poses sensuais que foram para a contracapa, não houve alteração do formato, tamanho de fonte e editorias após setembro de 2010.

### 7.5.3 As posições em conflito

Os textos, ensina Freire (2006), nunca são lidos isoladamente e precisam ser compreendidos numa relação dialética com o seu contexto e o nosso contexto. Assim, para Freire (2006) a concepção libertária de leitura é aquela que assume o que se entendeu ou não do que se leu, posição que percebemos no discurso de leitores quando afirmam nas cartas sobre a sua prática de leitura: “não consegui entender”; “talvez ainda me acostume”; “difícil

leitura”, “está mais fácil de ler”, pois a leitura relaciona as pessoas e o mundo a sua volta, sendo essencialmente mediadora.

A leitura é uma prática que se dá na mediação e na qual se deve considerar o conteúdo que o autor pretende veicular, a linguagem e característica do documento, a questão individual e a prática coletiva (ALMEIDA JUNIOR, 2007). A questão individual da leitura aparece nas qualidades que se produzem como efeitos de sentido na prática de leitura. A dimensão coletiva está nas diferentes posições no jogo discursivo e na apropriação da informação que demonstram o conflito de vozes na construção de imagens do leitor do jornal BOM DIA Bauru e sua prática de leitura. O método dialético trabalha a confrontação de opostos e admite que as contradições tenham um fundamento nas próprias coisas e que essas são o ponto de partida (LEFEBVRE, 2010).

Na codificação, no discurso da posição jornal BOM DIA Bauru, o jornal se dirige ao leitor e cobra do mesmo um modo de leitura específico, o leitor de textos rápidos, inserido na Sociedade da Informação, e que é afetado pela sua inserção social e histórica. Ao mesmo tempo, afirma que é um jornal para leitores exigentes, que querem se aprofundar e que o novo BOM DIA valoriza o conteúdo. De um lado leitores pragmáticos, de outro, leitores exigentes. Nessa contradição o jornal busca produzir determinados efeitos de leitura, ao se posicionar como indispensável à prática de leitura de qualquer leitor, construindo sua ideologia em uma política editorial que desenha a imagem de um jornal de seu tempo, que é prático, dinâmico e moderno, podendo atender a todos. Ao definir um conceito de leitura, o jornal a compreende como uma questão de layout, de uso e quantificação, e como nas pesquisas de mercado que quantificam o leitor a partir da leitura efetuada, o BOM DIA também adota esse modelo, ao quantificar a prática de leitura, pois a apresenta como uma questão de mais texto, mais fácil de ler, com informação máxima etc. Sua concepção de leitor está em consonância com as instituições que se ocupam da leitura na atualidade: o leitor competente da Sociedade da Informação e do Conhecimento. O BOM DIA desenha a imagem de um leitor flexível, que realiza leitura rápida, em multimeios, situando a leitura e o leitor no espaço do econômico, do gerenciamento das forças produtivas (NUNES, 2003). Para o BOM DIA, o seu leitor pode ler o que quiser do jornal, pode conhecer todos os sentidos possíveis, sem discutir as limitações que o suporte possa ter. O modo como o BOM DIA lê as cartas de seus leitores é de uma perspectiva que os caracteriza objetivamente, em que os leitores adquirem perfis elaborados e funcionalizados em posições socioeconômicas/profissionais: é o estudante, o empresário, o designer, o jornalista, a universitária, a aposentada. A categorização sócio-profissional é o lugar de onde fala o sujeito leitor para o BOM DIA, o que lhe dá notoriedade.

Apesar da posição do jornal, a prática de leitura do leitor do BOM DIA pode ser outra, já que as condições de produção da leitura se dão na tensa relação entre paráfrase e polissemia.

Na decodificação optamos por não classificar o leitor a partir de uma tipologia e nem assumimos os códigos de recepção de Hall (1980) de modo definitivo, já que, na leitura, o sentido pode ser outro, a contradição está sempre presente. Assim, não construímos tabelas ou quadros para "classificar" a leitura desses leitores em modelos rígidos, pois para a maioria, o Bom Dia estimulou a prática de leitura e essa posição do leitor não pode ser considerada sempre acrítica e reprodutora, mas também nem sempre original e inovadora, sendo uma posição definida a partir de sua prática de leitura diária que é contraditória.

Nas cartas de leitores surge a posição leitor do jornal BOM DIA Bauru, quando na recepção se faz presente a função emotiva no discurso, na qual os leitores, a partir da posição de emissores, emitem seu julgamento de valor, destacando os efeitos de sentido e as qualidades produzidas na prática de leitura, utilizando a primeira pessoa do singular: “Sou leitora [...] fico impressionada [...] estou me acostumando...”; “[...] tenho a dizer que [...] espero que [...] senti medo! Desejo ver...”; “Achei excelente...”; “Adorei”; “Parabênizo”; “vejo muito...”; “O que mais gosto”; “Mas não sou dos que...”; “Talvez ainda me acostume [...] sinto falta”; “Confesso que [...] acho que [...] sugiro ao jornal...”; “Não gostei...”; “Sou assinante [...] leio o jornal diariamente...”.

Lembrando que a apropriação da informação ocorre em diferentes graus, pode ser consciente ou inconsciente, demandar esforço ou não, e que resulta na incorporação da informação à vida do leitor, expressando diversas maneiras de ler.

São leitores que, em sua maioria, falam a partir da imagem de leitor esperada pelo jornal e se apropriam da posição dominante que o mesmo tem da prática de leitura, pois se prendem mais a aspectos formais e de uso do suporte do que a questões de conteúdo da informação veiculada. Assim como o jornal compreende a leitura como uma questão de layout, de uso e quantificação, o leitor se apropria desse mesmo discurso ao reproduzir expressões já utilizadas pelo BOM DIA e repetidas nas cartas de leitores: “visual clean”, “mais limpo”, “mais leve”, “mais versátil”, “mais fácil de ler”, “mais texto”, sendo a leitura uma prática mensurável. É um leitor analista, um “especialista em leitura”, que para ele está restrita ao campo da técnica e do design. Também é um “leitor pragmático” (NUNES, 2003), pois lê cada vez mais rapidamente, e tanto o jornal como o leitor que fala a partir da posição de leitor esperado pela publicação, relacionam a prática de leitura a questões de uso do suporte, como ler com facilidade, de forma rápida, num suporte que é leve, dinâmico, versátil

etc. A recepção é uma dimensão logística (material) e simbólica. Nas cartas de leitores da posição dominante está o leitor virtual, para o qual no jogo entre aparência e essência é a primeira a que possui maior valor para esse leitor do BOM DIA.

Como da prática de leitura efeitos são produzidos, há os leitores resistentes ao perfil de leitor virtual, que surgem mostrando que existem outros leitores nessa história. Nas cartas, percebemos as várias posições que o sujeito pode ocupar em sua prática de leitura: o leitor virtual e o real, numa situação de leitura negociada, com o uso de expressões de valor adversativo. Os leitores que falam da posição de negociação são os leitores exigentes, afirmando implicitamente que a mudança só se dará se a informação for considerada na forma e no conteúdo. Há aqueles que reclamam do tamanho das letras e destacam o quanto isto torna difícil a leitura, mas também apontam questões de conteúdo da informação veiculada. De acordo com Martín-Barbero (2008) nos traços da leitura popular está a sua organização material, com letras grandes e claras, bem espaçadas, pois destinadas a um público para o qual a leitura é uma tensão que precisa de pausas, pois requer maior esforço. O tamanho da fonte pode ser um ruído na comunicação da informação e excluir leitores, conforme algumas cartas alertaram, pois ao folhear o jornal o leitor pode escolher outro, cuja fonte considere maior. No Brasil, dentre as dificuldades que impedem a leitura, 10% dos leitores brasileiros afirmam ter limitações de visão (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011), o que não pode ser desconsiderado por um jornal que se quer popular.

Na posição de oposição aparecem os leitores adversários, que não querem aceitar o novo contrato de leitura proposto pelo jornal, e podem se afastar e abandonar a prática de leitura do BOM DIA. A leitura como mediação é processo complexo em que as realidades sociais investigadas são elaboradas pelas pessoas e não podem existir sem elas, porque podem desaparecer se elas deixarem de apoiá-las (JEANNERET, 2009), como a prática de leitura do jornal BOM DIA. Com a mudança, ainda que apontada como melhor pela maioria, se dá a contradição, pois alguns serão excluídos.

Num total de 23 cartas analisadas, só quatro eram de mulheres, apesar de essas serem as que mais leem no país (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2011). Conforme visto em Espírito Santo e Dumont (2007; 2009) a mulher atual, como leitora de jornais, quer uma informação que a considere, e no BOM DIA isto não é diferente quando elas apontam as questões de conteúdo que as desagradam na prática de leitura, como a nudez em suas páginas.

Enfim, tanto Hall (1980) quanto Pêcheux (2009) destacam o poder no âmbito do discurso, evidenciando a relação de forças que se faz valer na comunicação. Assim, é preciso destacar a diferença que existe entre o poder sobre a interpretação do texto, que pertence ao

leitor em sua prática de leitura, e é atividade de apropriação, e o poder sobre o processo de construção e apresentação do texto, que pertence ao jornal, ou seja, aos meios de informação e comunicação. O próprio nome da página 07 do jornal, “Sua opinião”, mostra o que ele quer dizer: “este espaço leitor é seu”; mas também o que o jornal não quer dizer: “os demais, são nossos”. A seção de cartas, intitulada “A voz e a vez do leitor” implicitamente assume que antes e depois, ou seja, nas outras páginas, a voz e a vez são do jornal.

São poderes que não podem ser equiparados, pois o texto como potencial de efeitos que coloca a apropriação em curso, está sempre envolto num horizonte de expectativas de uma época, em que existem previsões dentro de um contexto social, histórico, político e ideológico. Contudo, os leitores são ativos na apropriação da informação, na maneira em que aceitam, negam ou incorporam as possibilidades desse mesmo texto em criar significados, pois em toda atividade do leitor há uma parte de passividade, dialeticamente, atividade e passividade se misturam em cada ato.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

"A dialética não pode restringir-se a grandes voos históricos, em que ninguém vive, ama e chora, mas deve acalentar os desejos, teorias e práticas do dia-a-dia mais corriqueiro."

(PEDRO DEMO, 1988)

Em nosso percurso de investigação apresentamos de início conceitos pertinentes à questão da informação, especialmente a noção de práticas de informação, incluindo-se aí a mediação, o uso, a recepção e a apropriação, mas ainda de modo muito abstrato. Quanto ao caráter epistemológico da informação, adotamos a perspectiva que a concebe como resultante da relação entre o sujeito e o objeto numa situação de mudança, uma reorganização e transformação do conhecimento (ALMEIDA JUNIOR, 2009). Só podemos conhecê-la se nos atentamos aos elementos sobre os quais ela se apoia. A informação não se apresenta construída e nem antecipada no suporte, não é previsível, e se concretiza apenas no momento da mediação, na relação usuário e suporte, estando, portanto nesses ambientes, em potência. A transformação do objeto pelo sujeito se baseia na concepção materialista de que não são as ideias que mudam a realidade, mas só o que é material e prático pode transformá-la. E em sua raiz etimológica, a informação significa a ação ou o processo que forma interiormente, uma ação que informa; é, portanto relacionada às práticas sociais que geram a produção de sentido e as mediações que possibilitam sua apropriação social.

Sendo, “[...] informação para algo e para alguém” (GONZÁLEZ DE GOMEZ, 2004, p.62), as práticas de informação compreendem as ações com a informação, como o registro, o armazenamento, a recuperação, a gestão, o acesso, o uso, a busca, a circulação, o hábito, o aprendizado, a mediação, a socialização, a leitura, e dependem das circunstâncias nas quais o ser humano encontra-se situado, é onde se põe em ação o conhecimento. Destacamos nesta tese, de modo especial, as práticas de informação referentes à mediação e apropriação e suas implicações na prática de leitura.

Na perspectiva da mediação como ação, a informação, por não estar antecipada no suporte, existe na relação da pessoa com o conteúdo do suporte informacional, não podendo ser destacada do contexto em que se encontra e do acervo de experiências de cada leitor, numa dimensão social e histórica compartilhada por sujeitos (ALMEIDA JUNIOR, 2009). Com o questionamento da Teoria da Informação, teóricos perceberam que outros temas do processo informacional, como a atividade do receptor, não haviam sido aprofundados. Como

parte da recepção, a apropriação é tornar algo próprio para um uso ou fim, um tomar para si, e implica alteração do conhecimento, sendo ação de produção. O que se depreende é que a informação nunca é simplesmente transmitida, pois os meios de informação e comunicação são parte de práticas sociais de informação e leitura, que buscam tornar possível a comunicação na sociedade, sendo um espaço em que os significados são construídos ou transformados.

Quanto às práticas de informação e leitura, discutidas no capítulo 3, essas constituem não somente um sujeito e um sentido, mas a ideologia e a cultura de seus participantes, permitindo sua constituição. Foi nesse capítulo que a noção de prática de leitura adquiriu seu caráter concreto, numa relação teoria e prática. A prática de leitura, sendo a ação que o leitor estabelece com o texto e o contexto a partir da apropriação da informação, é relacional e segmentada, já que se refere a determinados grupos sociais em um contexto específico. Na sociedade atual, as instituições que se ocupam da leitura e suas práticas, produzem um discurso sobre o leitor e sua leitura, desenham uma imagem e um lugar para o leitor na “Sociedade da Informação e do Conhecimento”. O uso de termos como “competência”, “habilidades”, “desenvolvimento”, constroem perfis de leitores altamente funcionais e colocam a leitura no âmbito do econômico, administrativo, da sociedade globalizada. Numa operação de síntese e análise, podemos afirmar que as instituições desenham o leitor sob o perfil do leitor competente, que pode ler de tudo, que tem acesso aos mais variados meios, que deve se apropriar da informação nas mais diversas formas para se adaptar a sociedade atual.

No Brasil, a partir de 2006 com o Plano Nacional do Livro e da Leitura (PNLL) – se deu o reconhecimento da leitura como uma questão de política pública de Estado. As principais conexões com a leitura segundo os dados das pesquisas consultadas (PISA, INAF, Retratos da Leitura) foram: a escolaridade, a classe social e o ambiente familiar.

Quanto à circulação da informação, a imprensa teve grande destaque no país no Século XXI, com a estabilidade da moeda, ascensão social, melhorias no transporte de massa, veio também um aumento na circulação total de jornais nesse período. Com informações do dia a dia do leitor, fatos da rua e da localidade, o jornal popular buscou os hábitos de leitura de seu público, como a venda em bancas a preço baixo.

O século XX já havia trazido transformações no formato e conteúdo dos jornais, com a tendência de redução de formato por razões mercadológicas, mas que acarretou alterações na prática de leitura já que essa pode ser administrada segundo os interesses de certos setores, como as editoras e jornais. Conforme visto, nos meios de informação e comunicação, a leitura

se tornou uma questão de layout, funcionalidade e estética tendo em vista um leitor que lê cada vez mais rapidamente.

O leitor, abordado no capítulo 05, foi estudado por abordagens que desenham modelos de leitores em teorias literárias ou investigam o leitor real, em relação a seus hábitos, comportamentos, seu contexto social. No entanto, ainda hoje, a maior parte dos estudos sobre o leitor de jornal são geralmente patrocinados pelos próprios meios, e não tem por objetivo a sua compreensão num âmbito mais amplo. Esse leitor pode ser estudado em pesquisas com diferentes graus de interação entre pesquisador e sujeito pesquisado. Quanto à prática de leitura de jornal, interessou-nos em particular a análise das cartas de leitores, por serem feitas para publicar, por seu caráter diário, por se referir a fatos do dia a dia, por trazer a opinião do leitor sobre temas em foco e o seu entorno, por serem intertextuais, por apresentar críticas ao jornal, por pedir providências sobre questões diversas (BAESSE, 2005; ASSUNÇÃO, 2007; ESPÍRITO SANTO, DUMONT, 2007, 2009; MORIGI 2009).

E também por seu caráter mediador, já que relacionam o leitor ao meio de informação, defendemos as cartas de leitores como espaço privilegiado de observação para os estudos de apropriação da informação, pois, sendo a apropriação uma ação de produção, demonstra que o leitor em sua prática de leitura, toma uma iniciativa, num trabalho interpretativo no qual se constituem diferentes maneiras de ler.

Para a análise da prática de informação e leitura de jornais realizada no capítulo 07, foi escolhido o jornal BOM DIA Bauru, já que o periódico atendia ao objetivo geral desta tese, de estudar o sujeito leitor em sua prática de leitura de jornal cotidiana, mais especificamente de um jornal popular. Na análise, foram abordadas questões sobre a leitura como mediação entre produtores e leitores a partir da posição do jornal e a posição sujeito leitor do BOM DIA Bauru ao produzirem os discursos sobre as práticas de leitura, no primeiro caso nos textos do jornal e no segundo, nas cartas de leitores. Assim, é que os textos foram analisados a partir da apropriação da informação e da posição que os participantes assumiram frente à prática de leitura e produziram o seu discurso, mas também de acordo com o referencial teórico sobre a leitura e o leitor.

O jornal BOM DIA projetou a imagem de um jornal necessário à prática de informação e leitura cotidiana do leitor, e construiu a ideologia de que é indispensável porque responde a “toda necessidade informativa” de seu leitorado. A prática de leitura do BOM DIA foi elaborada na mudança editorial e de layout como uma questão de design, de quantificação, e o jornal tentou reproduzir em suas páginas o visual de uma homepage, com leitura rápida, em “duas velocidades”. O processo de mudança do periódico foi realizado por um escritório

de design. Com uma concepção de leitura no âmbito da formatação, o que se visou foram facilidades para sua prática, congregando textos com imagens, como quis o BOM DIA, e assim como as pílulas compactas, fáceis de engolir que originaram o termo tabloide, o BOM DIA quis ser um jornal gostoso e fácil de ler. Então, o impresso quer ser outra coisa? Uma página web ou a tela de TV como apontaram pesquisadores, ou um encarte, como disse uma leitora.

E o leitor, foi caracterizado objetivamente pelo jornal, em perfis socioprofissionais, daí que nem precisou ser consultado sobre a mudança, pois para o BOM DIA, o leitor pôde ser conhecido a partir de uma amostragem, de uma representação. Assim, o BOM DIA construiu o seu leitor num horizonte de expectativas do que é ser leitor hoje, época de leitura rápida, com leitores competentes da “Sociedade da Informação e do Conhecimento”. Figueiredo (1994) ao discorrer sobre mudanças em sistemas de informação, afirmou que se essas precisarem ocorrer deve tornar o sistema mais claro e fácil de usar, já que é preciso considerar o *feedback* do planejamento inicial, por contatos pessoais ou coleta de dados em condições reais. O *feedback* é uma resposta viva do leitor e numa época em que jornais do mundo todo buscam dados para se adaptar aos desejos de seus leitores, é intrigante o fato do BOM DIA Bauru não ter realizado pesquisa junto aos leitores que justificasse a mudança do jornal, porque o sujeito da produção e o sujeito da recepção não estão isolados, mas social e culturalmente mediados, já que a leitura tem seu funcionamento assentado na mediação entre produtor e receptor, que intervêm como posições de papéis em um campo de ação.

O jornal BOM DIA Bauru destina as cartas de leitores um espaço de três colunas que ocupa mais de meia página, diferentemente dos jornais de referência que apesar de terem inclusive um formato maior (standard), destinam menos de meia página ou uma só coluna, num padrão que segue inalterado (BAESSE, 2005).

Nesse amplo confronto que é a mediação apareceram os diferentes sujeitos nas cartas de leitores, que se apropriaram de diferentes modos do novo jornal, em posição de leitor cúmplice, verdadeiros especialistas da leitura, mas também de leitores em confronto entre a imagem de leitor ideal e real e os leitores adversários, num processo que envolveu leituras dominantes, negociadas e de oposição (HALL, 1980).

Quanto ao conteúdo, foram poucos os leitores que citaram essa questão como relevante para a prática de leitura, assim como questões de linguagem. Já as características do layout do jornal foram as mais comentadas pelos leitores, principalmente por aqueles que se posicionaram como “especialistas” em leitura, assumindo a posição de analistas que situaram a leitura no campo da técnica e do design, como o próprio jornal. O jornal no discurso sobre o

leitor e a mudança do periódico, acabou por direcionar, ainda que implicitamente, a recepção do leitor, levando-o à reprodução da mensagem. Contudo não se pode afirmar que a apropriação do leitor na posição dominante, quando concordou com o jornal, se deu sempre de modo acrítico, já que na leitura a passividade e a atividade do leitor estão sempre juntas, de modo dialético.

Assumindo uma perspectiva materialista, numa sociedade sujeita à dominação de classe em que os meios de informação e comunicação estão sob o domínio de certas classes, acreditamos que os leitores podem refutar e negociar com os conteúdos vindos dos meios, mas eles não têm como transformá-los, por não ter poder frente a eles. Notamos na análise da prática de leitura do BOM DIA Bauru, que apesar dos leitores terem as cartas para se posicionar e discutir o que está em jogo na leitura do periódico, num espaço até bem destacado, essa posição nem sempre é considerada para desencadear uma ação por parte do jornal. O espaço das cartas de leitores, apesar de ser considerado importante (e deveria ser) por alguns estudiosos (DINES, 2009b), ainda ocupa um espaço secundário no jornal (ADGHIRNI; BAESSE, 2009), ou conforme Chaparro (1992), ainda é uma concessão que o jornal faz ao leitor, já que o poder de decisão, a palavra final, lembramos, está nas mãos do jornal. A questão da prática de informação e leitura levantou também a de para quem a informação é destinada e como os envolvidos são considerados no processo de informar e serem informados.

Mas não concebemos o jornal como mero canal de transmissão da ideologia dominante, porque os meios de informação e comunicação são o lugar da luta entre forças sociais em competência, ao invés de um simples transmissor de informação, pois a mediação como ação, negociação, tenta garantir o reconhecimento de diversas culturas junto à cultura dominante, para que as mesmas possam tolerar a base hegemônica, daí que aparecem no espaço de cartas de leitores as diferentes apropriações sobre o tema da mudança do periódico, como vozes que reproduzem, se apropriam ou negam o discurso, ou ainda, que estão em conflito.

García-Canclini (2008) reiterou que os receptores são criativos e imprevisíveis, podem “ler entre aspas”, de maneiras irônicas ou inovadoras. Foi o que aconteceu na prática de leitura do BOM DIA, quando o leitor sugeriu que o jornal dê lupa aos leitores, quando pediu matérias sobre Monteiro Lobato, quando falou do seu prazer de ler, do uso do suporte, e até quando reclamou da fonte, das imagens apelativas. O leitor do BOM DIA ao mesmo tempo em que fez aliança com o jornal também produziu contradições, e demonstrou que existe na leitura o efeito de resistência ao perfil “leitor ideal”.

Para a maioria dos leitores o jornal estimulou a prática de leitura com o novo projeto gráfico e editorial de visual “dinâmico”, “ousado”, “agradável”, “mais fácil de ler”. Nas cartas de leitores despontaram características da prática de leitura de um sujeito leitor do jornal popular, cuja relevância está no tamanho da fonte, na organização material da informação (layout), na impressão, no conteúdo e no uso. E a sua leitura pode ser outra, já que a apropriação envolve uma finalidade, pois agir sobre um objeto não significa somente compreendê-lo, mas analisar a posição que se tinha ou se tem ao atuar sobre ele. Portanto, os leitores do BOM DIA realizaram uma leitura que é um julgamento, apontando os critérios importantes para a legibilidade em sua prática de leitura.

Buscamos, com esta tese, identificar as contradições concretas que surgiram na prática de leitura, e também as mediações que deram vida à apropriação que o leitor fez, como esse foi construindo ou reconstruindo a sua relação com o novo BOM DIA. O estudo discursivo destacou as diversidades de interpretação, as apropriações do público leitor ao incorporar a informação do jornal em sua vida: a mediação que revelou a negociação presente nos discursos que deram forma às escolhas do jornal em sua mudança e as consequências na prática de leitura do sujeito leitor.

O que se pretendeu com essa tese foi realizar uma análise da prática de informação e leitura de um leitor comum, em um jornal popular diário, com seus desejos e conflitos. Afunilando o conceito de práticas de informação e leitura, defendido nessa tese, temos que: As práticas de informação e leitura são as ações (de ler o jornal e escrever as cartas de leitores) nas quais se apropriando da informação, o leitor (do BOM DIA) estabelece uma relação com o texto (jornal/ informação) e o contexto (a cultura, a localidade), na qual se constitui não somente um sujeito e um sentido, mas outros sujeitos, como o autor (BOM DIA) e outros possíveis leitores, a ideologia e a cultura de seus participantes.

Esse leitor, de um grupo emergente chamado de a “nova classe média”, é um trabalhador que se inseriu em um novo sistema de informação e consumo. Enfim, para Sanz Casado (1994) o leitor comum também deveria despertar o interesse dos estudos de usuários, pois mesmo que a pesquisa sobre seus hábitos seja complexa e heterogênea, poderia levar a mudanças que também lhe considerasse. E de modo especial, a tese tentou contribuir para o entendimento da prática de leitura de um público leitor para quem o jornal popular é destinado, envolto numa realidade histórica de mudança socioeconômica, ainda que impregnada de questões de classe, escolaridade, gênero, que suscitam contradições, mas que lhe permite adquirir materiais para ler, cujos produtores deveriam atentar às condições da prática de leitura de seu leitorado, já que não há texto sem contexto.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, M.; SCHAPOCHNIK, N. (Orgs.) **Cultura letrada no Brasil**: objetos e práticas. Campinas: Mercado de Letras, Associação de Leitura do Brasil (ALB); São Paulo: Fapesp, 2005. (Coleção Histórias de Leitura).
- ADGHIRNI, Z.A.; BAESSE, J.M.S. Gêneros opinativos e internet: mais espaço para o leitor. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2009. (01 CD-ROM).
- ALMEIDA, M. A. A cada leitor seu texto: dos livros às redes. **Encontros Bibli**, Florianópolis n. esp., 1. sem., 2009. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2009v14nesp1p154/19862>>. Acesso em: 11 jul. 2011.
- \_\_\_\_\_. Mediações da cultura e da informação: perspectivas sociais, políticas e epistemológicas. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v. 1, n. 1, p. 01-24, 2008. Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/6/12>>. Acesso em: 10 dez. 2009.
- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Leitura, informação e mediação. In: VALENTIM, M. (Org.) **Ambientes e fluxos de informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 71-81.
- \_\_\_\_\_. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v.2, n.1, p.89-103, 2009, Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/17/39>>. Acesso em: 10 dez. 2009.
- \_\_\_\_\_. Mediação da informação: ampliando o conceito de disseminação. In: VALENTIM, M.L.P. (Org.) **Gestão da informação e do conhecimento**: no âmbito da Ciência da Informação. São Paulo: Polis Cultura Acadêmica, 2008. p. 41-54.
- \_\_\_\_\_. Leitura, mediação e apropriação da informação. In: SANTOS, J.P. (Org.) **A leitura como prática pedagógica na formação do profissional da informação**. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 2007. p. 33-45.
- \_\_\_\_\_. **Sociedade e biblioteconomia**. São Paulo: Polis, 1997.
- AMARAL, M. Imprensa popular: sinônimo de jornalismo popular? In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Intercom, 2006. (01 CD-ROM).
- \_\_\_\_\_. Sensacionalismo, um conceito errante. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 13, p. 1-13, 2005. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4212/4464>>. Acesso: em 09 mar. 2010.
- \_\_\_\_\_. Sensacionalismo: inoperância explicativa. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, 2003. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/revistaemquestao/article/view/3630/3419>>. Acesso em: 03 fev. 2012.

AMORIM, G. (Org.) **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo: Imprensa Oficial/ Instituto Pró-livro, 2008. Disponível em: <<http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/1815.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2009.

ARAÚJO, C.A. Estudos de usuários conforme o paradigma social da ciência da informação: desafios teóricos e práticos de pesquisa. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 2, p. 23-39, 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6485/6995>>. Acesso em: 11 out. 2012.

\_\_\_\_\_. A ciência da informação como uma ciência social. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 21-27, 2004. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/29/26>>. Acesso em: 23 set. 2012.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **Comentários sobre o meio jornal**. 2010. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/comentarios-sobre-o-meio-jornal>>. Acesso em: 20 jan. 2011.

\_\_\_\_\_. **Imprensa Brasileira: dois séculos de história**. [entre 2000 e 2011]. Disponível em: <[http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/historianobrasil/arquivos-em-pdf/Imprensa\\_Brasileira\\_dois\\_seculos\\_de\\_historia.pdf](http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/historianobrasil/arquivos-em-pdf/Imprensa_Brasileira_dois_seculos_de_historia.pdf)>. Acesso em: 12 jan. 2009.

ASSUNÇÃO, A. L. Cartas de Leitores - reescrita e condições de produção de um gênero midiático. In: 4o. SIGET - SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS DE GÊNEROS TEXTUAIS, 4., 2007, Tubarão. **Anais...** Santa Catarina: UNISUL, 2007. p. 662-674. Disponível em: <<http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/cd/Port/22.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2010.

AZEVEDO, F. Contributo para traçar o perfil do público leitor do Real Gabinete Português de Leitura: 1837-1847. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 37, n. 2, p. 20-31, 2008. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/1039/755>>. Acesso em: 04 fev. 2012.

BAESSE, J. O leitor manifesto: perfil das cartas aos jornais. **Comunicação e Espaço Público**, Brasília, v. 5, n. 1, p. 73-82, 2005. Disponível em: <[http://www.fac.unb.br/site/images/stories/Posgraduacao/Revista/Edicoes/2005-1\\_revista.pdf](http://www.fac.unb.br/site/images/stories/Posgraduacao/Revista/Edicoes/2005-1_revista.pdf)>. Acesso em: 10 maio 2009.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica**. História da imprensa brasileira. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.

BARKER, R.E.; ESCARPIT, R. **A fome de ler**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas/ Instituto Nacional do Livro, 1975.

BARRETO, S.R. Modos de ler, modos de pensar: leitura e memória. In: ABREU, M.; SCHAPOCHNIK, N. (Orgs.) **Cultura letrada no Brasil: objetos e práticas**. Campinas: Mercado de Letras/ Associação de Leitura do Brasil (ALB); São Paulo: Fapesp, 2005. p.511-518. (Coleção Histórias de Leitura).

BARROS, A.J.S.; LEHFELD, N.A.S. **Projeto de pesquisa**: propostas metodológicas. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

BARZOTTO, V.H. (Org.). **Estado de leitura**. Campinas: Mercado de Letras/Associação de Leitura do Brasil, 1999. (Coleção Leituras no Brasil).

BéGUIN-VERBRUGGE, A. Informação, comunicação e antropologia dos saberes. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde – RECIIS**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, p. 35-41, 2009. Disponível em: <<http://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/279>>. Acesso em: 28 Nov. 2010.

BELLUZZO, R.C.B. Como desenvolver a competência em informação (CI): uma mediação integrada entre a biblioteca e a escola. **Revista CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 11-14, 2008. Disponível em: <<http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/25/25>>. Acesso em: 10 dez. 2010.

\_\_\_\_\_. A gestão da informação e o conhecimento sob a ótica da comunicação. **Revista Comunicação Midiática**, Bauru, n. 1/2, p. 211-229, 2004.

BELTRÃO, L. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BENTLEY, C. H. **Make my day**: ritual, dependency and the habit of newspaper reading. 2000. 254f. Tese (Doutorado em Filosofia) – School of Journalism and Communication and the Graduate School of the University of Oregon, Oregon, 2000. Disponível em: <<http://web.missouri.edu/~bentleycl/bentleydissertation.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1973.

BOM DIA. BOM DIA mais bonito e fácil de ler. **BOM DIA Bauru**, p. 9, 19 set. 2010.

\_\_\_\_\_. BOM DIA mais fácil de ler chega às bancas amanhã. **BOM DIA Bauru**, p. 11, 25 set. 2010.

\_\_\_\_\_. Nosso projeto aprimorado. **BOM DIA Bauru**, p. 6, 26 set. 2010a.

\_\_\_\_\_. Novo projeto valoriza a notícia. **BOM DIA Bauru**, p.14, 26 set. 2010b.

\_\_\_\_\_. Portal do BOM DIA também está de cara nova. **BOM DIA Bauru**, p.15, 26 set. 2010c.

\_\_\_\_\_. BOM DIA de cara nova. **BOM DIA Bauru**, p. 9, 27 set. 2010.

BOOTH, W.C.; COLOMB, G.C.; WILLIAMS, J.M. **A arte da pesquisa**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BORKO, H. Information science: what is it? **American Documentation**, v. 19, n. 1, p. 3-5, 1968.

BORTOLIN, S. **Mediação oral da literatura**: a voz dos bibliotecários lendo ou narrando. 2010. 232 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2010.

BOSI, E. **Cultura de massa e cultura popular**: leituras de operárias. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

BRAGANÇA, A. **Imprensa régia ou impressão régia? Comentário sobre o termo**. 2007. Disponível em: <<http://ler-e-escrever.blogspot.com/2007/06/imprensa-rgia-ou-impresso-rgia.html>>. Acesso em: 18 jun. 2010.

BRASIL. Ministério da Cultura. Ministério da Educação. **Plano nacional do livro e da leitura**: Estado e sociedade atuando pelo desenvolvimento da leitura no Brasil. Brasília: Fundação Biblioteca Nacional, 2010. Disponível em: <[http://189.14.105.211/conteudo/pnll\\_download.pdf](http://189.14.105.211/conteudo/pnll_download.pdf)>. Acesso em: 30 jan. 2011.

BRITO, J. O valor do jornalismo. **Bom Dia**, Bauru, p. 07, 26 fev. 2010.

BROOKES, B.C. The foundations of information science: Part. I. Philosophical aspects. **Journal of Information Science**, v. 2, n. 3/4, p. 125-133, 1980.

BUCKLAND, M. K. What is a document? **Journal of the American Society of Information Science (JASIS)**, v. 48, n. 9, p. 804-809, 1997. Disponível em: <<http://people.ischool.berkeley.edu/~buckland/whatdoc.html>>. Acesso em: 10 jun. 2010.

\_\_\_\_\_. Information as thing. **Journal of the American Society of Information Science (JASIS)**, v. 45, n. 5, p.3 51-360, 1991. Disponível em: <<http://people.ischool.berkeley.edu/~buckland/thing.html>>. Acesso em: 25 jun. 2009.

BURKE, P. **Uma história social do conhecimento**: de Gutenberg a Diderot. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BUSH, V. As we may think. **Atlantic Monthly**, v. 176, n. 1, p.101-108, 1945. Disponível em: <<http://www.theatlantic.com/unbound/flashbks/computer/bushf.htm>>. Acesso em: 28 fev. 2004.

CAMPELLO, B.; CALDEIRA, P.T. **Introdução às fontes de informação**. 2. ed. Autêntica: Belo Horizonte, 2008.

CAPURRO, R. Pasado, presente y futuro de la noción de información. In: ENCUESTRO INTERNACIONAL DE EXPERTOS EM TEORÍAS DE LA INFORMACIÓN: UN ENFOQUE INTERDISCIPLINAR, 1., León, 2008. **Anais...** Espanha: Universidad de Leon, 2008. Disponível em: <<http://www.capurro.de/leon.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2010.

\_\_\_\_\_. Epistemologia e Ciência da Informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5., Belo Horizonte, 2003. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Escola de Ciência da Informação da UFMG, 2003. (CD-ROM).

\_\_\_\_\_.; HJØRLAND, B. The concept of information. **Annual Review of Information Science and Technology (ARIST)**, v. 37, p. 343-411, 2003.

CARVALHO, A. M. G. **Apropriação da informação**: um olhar sobre as políticas públicas sociais de inclusão digital. 2010. 169f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2010.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CENTRO REGIONAL PARA O FOMENTO DO LIVRO NA AMÉRICA LATINA E CARIBE. **Comportamento do leitor e hábitos de leitura**: comparativo de resultados em alguns países da América Latina. 2012. Disponível em: <<http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/2834.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2012.

CHAPARRO. M.C.C. Carta. In: MELO, J.M. (Org.) **Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo**. São Paulo: FTD, 1992. p. 63-74.

CHARTIER, R. **Os desafios da escrita**. São Paulo: UNESP, 2002.

\_\_\_\_\_. As revoluções da leitura no ocidente. In: ABREU, M. (Org.) **Leitura, história e história da leitura**. Campinas: Mercado de Letras/ Associação de Leitura do Brasil; São Paulo: Fapesp, 1999. p. 19-32. (Coleção Histórias de Leitura).

\_\_\_\_\_. **A história cultural**: entre práticas e representações. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

CHIARA, M. **Interior supera Grande São Paulo e vira maior mercado consumidor do País**. O Estado de São Paulo online. **São Paulo, 29 jul. 2012. Disponível em**: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,interior-supera-grande-sao-paulo-e-vira-maior-mercado-consumidor-do-pais-,907409,0.htm>>. Acesso em: 30 jul. 2012.

CHIARINI, A. 31,9 milhões sobem de classe social. **O Estado de São Paulo online**, São Paulo, 22 set. 2009. Disponível em: <[http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20090922/not\\_imp438851,0.php](http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20090922/not_imp438851,0.php)>. Acesso em: 25 set. 2009.

CICILLINI, F.M. **Gestão da informação na cadeia produtiva do jornalismo impresso**. 2008. 194 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2008.

CLASSE C é a única que continua a crescer, aponta FGV. **Folha de S. Paulo online**, São Paulo, 27 jun. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/935502-classe-c-e-a-unica-que-continua-a-crescer-aponta-fgv.shtml>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

CLASSE MÉDIA brasileira chegará a 60% até 2014, diz FGV. **R7**, 07 mar. 2012. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/economia/noticias/classe-media-brasileira-chegara-a-60-ate-2014-diz-fgv-20120307.html?question=0>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

COELHO, T. Banco de dados: do inerte cultural à cultura da vida. In: UNESCO Brasil. **Políticas culturais para o desenvolvimento**: uma base de dados para a cultura. Brasília: UNESCO Brasil, 2003. p. 217-232.

COLLIN, D. **Compreender Marx**. Petrópolis: Vozes, 2008.

COSTA, C. **Pena de aluguel**: escritores jornalistas no Brasil 1904-2004. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

COSTA, M. M. Entre números, letras e dígitos, a leitura dança. **Ahom Educação**, 18 jun. 2012. Disponível em:  
<[http://www.ahom.com.br/?p=1507&goback=.gde\\_3046666\\_member\\_131839331](http://www.ahom.com.br/?p=1507&goback=.gde_3046666_member_131839331)>. Acesso em: 01 de jul. 2012.

COSTA, L. F.; RAMALHO, F. A. Novas perspectivas dos estudos de satisfação de usuários. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 15, n. 30, p. 57-73, 2010. Disponível em:  
<<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/11211/19530>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

CRUZ, H. F. **São Paulo em papel e tinta**: periodismo e vida urbana 1890-1915. São Paulo: Educ/Fapesp, 2000.

DAVALLON, J. A mediação: a comunicação em processo? **Prisma.com**: Revista de Ciência da Informação e Comunicação do CETAC, Portugal, n.4, 2007. Disponível em:  
<[http://prisma.cetac.up.pt/A\\_mediacao\\_a\\_comunicacao\\_em\\_processo.pdf](http://prisma.cetac.up.pt/A_mediacao_a_comunicacao_em_processo.pdf)>. Acesso em: 10 jan. 2009

DEMO, P. Ambivalências da sociedade da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 37-42, 2000. Disponível em:  
<<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/250>>. Acesso em: 15 ago. 2009.

DÈVEZE, J. As ciências da informação e da comunicação na França: no caminho de uma hermenêutica da troca humana e social. In: LOPES, M. I. V.; FRAU-MEIGS, D.; SANTOS, M. S. T. (Orgs.) **Comunicação e informação**: identidades e fronteiras. São Paulo: Intercom; Recife: Bagaço, 2000. p. 21-40.

DINES, A. O Fim do JB. Sem competição, melhor parar as máquinas. **Observatório da Imprensa**, 20 jul. 2010. Disponível em:  
<<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=599MCH003>>. Acesso em: 22 jul. 2010.

\_\_\_\_\_. Imprensa popular cresce na crise. **Observatório da Imprensa**, 14 abril 2009a. Disponível em:

<[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornais\\_populares\\_fogem\\_dopadrao\\_se\\_espremer\\_sai\\_sangue](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornais_populares_fogem_dopadrao_se_espremer_sai_sangue)>. Acesso em: 22 jul. 2010.

\_\_\_\_\_. **O papel do jornal e a profissão de jornalista**. 9. ed. São Paulo: Summus, 2009b.

\_\_\_\_\_. A morte dos jornais é um bom negócio. **Observatório da Imprensa**, 10 abril 2007. Disponível em:

<[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a\\_morte\\_dos\\_jornais\\_e\\_um\\_bom\\_negocio](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_morte_dos_jornais_e_um_bom_negocio)>. Acesso em: 22 jul. 2010.

\_\_\_\_\_. Preto no branco, 400 anos fazendo história. **Observatório da Imprensa**, 13 dez. 2005. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/preto-no-branco-400-anos-fazendo-historia>>. Acesso em: 22 jul. 2010.

DINIZ, L. Jornais populares fogem do padrão “se espremer sai sangue”. **Observatório da Imprensa**, 15 abril 2009. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornais\\_populares\\_fogem\\_dopadrao\\_se\\_espremer\\_sai\\_sangue](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornais_populares_fogem_dopadrao_se_espremer_sai_sangue)>. Acesso em 22 jul. 2010.

DUARTE, N. **Sociedade do conhecimento ou sociedade das ilusões?** Quatro ensaios crítico-dialéticos em filosofia da educação. Campinas: Autores Associados, 2008. (Coleção Polêmicas do Nosso Tempo).

\_\_\_\_\_. (Org.) **Sobre o construtivismo**: contribuições a uma análise crítica. 2.ed. Campinas: Autores Associados, 2005. (Coleção Polêmicas do Nosso Tempo).

EAGLETON, T. **Marx e a liberdade**. São Paulo: Unesp, 1999.

ECO, U. **Como se faz uma tese**. 18. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

\_\_\_\_\_. **Leitura do texto literário – lector in fabula**: a cooperação interpretativa nos textos literários. 2 ed. Lisboa: Presença, 1993.

ESCARPIT, R. **Teoría general de la información y de la comunicación**. 2 ed. Barcelona, Espanha: Icaria Editorial, 1981.

ESPÍRITO SANTO, P.; DUMONT, L. M. M. A leitora e sua relação com o jornal Estado de Minas. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 14, n. 3, p. 20-37, 2009. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/507/633>>. Acesso em: 10 jul. 2010.

\_\_\_\_\_. A busca de informação pela mulher nos jornais impressos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8., 2007, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: ANCIB, 2007. Disponível em: <<http://www.ancib.org.br/media/dissertacao/GT3--044.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2009.

FERNANDES, C. A. **Análise do discurso**: reflexões introdutórias. 2.ed. São Carlos: Claraluz, 2008.

FIGUEIREDO, N. M. **Estudos de uso e usuários da informação**. Brasília: IBICT, 1994.

\_\_\_\_\_. Estudos de usuários como suporte planejamento e avaliação de informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 14, n. 2, p. 27-35, 1985. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/1438>>. Acesso em: 24 Jun. 2012.

FISCHER, S. R. **História da leitura**. São Paulo: UNESP, 2006.

FONTANINI, I. Cartas ao editor: a linguagem como forma de identificação social e ideológica. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros textuais e práticas discursivas**: subsídios para o ensino da linguagem. Bauru: Edusc, 2002. p. 225-238.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1977.

FREIRE, P. **A importância do ato de ler**: em três artigos que se completam. 48. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

\_\_\_\_\_. Da leitura do mundo à leitura da palavra. Leitura: Teoria e Prática: Porto Alegre, 1982, nº 0, ano I. Entrevista concedida a Ezequiel Theodoro da Silva. In: BARZOTTO, V. H. (Org.). **Estado de leitura**. Campinas: Mercado de Letras/Associação de Leitura do Brasil, 1999. P. 19-29. (Coleção Leituras no Brasil).

\_\_\_\_\_. **Ação cultural para a liberdade e outros escritos**. 14.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.

GARCÍA-CANCLINI, N. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

GARRIDO, B. S. **A construção da opinião nos editoriais do jornal Bom Dia Bauru**: uma abordagem discursiva. 2011. 191 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2011.

GASQUE, K.D., COSTA, S. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 39, n. 1, p. 21-32, 2010. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/1206>>. Acesso em: 24 Jun. 2012.

GONZALEZ DE GOMEZ, M. Novas fronteiras tecnológicas das ações de informação: questões e abordagens. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 33, n. 1, p. 55-67, 2004. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/67/61>>. Acesso em: 23 set. 2012.

\_\_\_\_\_. Dos estudos sociais da informação aos estudos do social desde o ponto de vista da informação. In: AQUINO, M. A. **O campo da ciência da informação**: gênese, conexões e especificidade. João Pessoa: UFPB, 2002. p. 25-47.

\_\_\_\_\_. Metodologia de pesquisa no campo da Ciência da Informação. **DataGramaZero**, v.1, n.6, 2000. Disponível em: <[http://www.dgz.org.br/dez00/Art\\_03.htm](http://www.dgz.org.br/dez00/Art_03.htm)>. Acesso em: 09 jun. 2009.

\_\_\_\_\_. O caráter seletivo das ações de informação. **Informare**, v. 5, n. 2, p. 7-31, 1999.

\_\_\_\_\_. O objeto de estudo da Ciência da Informação: paradoxos e desafios. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 19, n. 2, p. 117-22, 1990. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/1376>>. Acesso em: 01 jul. 2011.

GOYOS JUNIOR, D.N. Os Brics e os jornais diários. **Bom Dia**, Bauru, p. 7, 28 fev. 2010.

GUEDES, M.C.R. Jornalismo popular massivo: quem é o leitor do Super Notícia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2009. (01 CD-ROM).

HALL, S. Encoding/decoding. In: \_\_\_\_\_ et. al. **Culture, media, language**. Londres: Hutchinson, 1980.

HANSEN, J.A. Reorientações no campo da leitura literária. In: ABREU, M.; SCHAPOCHNIK, N. (Orgs.) **Cultura letrada no Brasil: objetos e práticas**. Campinas: Mercado de Letras/ Associação de Leitura do Brasil (ALB); São Paulo: Fapesp, 2005. P. 13-44. (Coleção Histórias de Leitura).

HAWILLA, J. **Com a bola toda**: o dono da Traffic também quer figurar entre os grandes empresários do jornalismo. Portal Negócios da Comunicação. 2010. Entrevista concedida a Inês Pereira. Disponível em: <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/noticias/artigo197438-1.asp>>. Acesso em: 24 jan. 2011.

HELLER, A. **O cotidiano e a história**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

HOLFELDT, A.; BUCKUP, C. **Última hora**: populismo nacionalista nas páginas de um jornal. Porto Alegre: Sulina, 2002.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

ILHARCO, F. **Filosofia da informação**: uma introdução como fundação da acção, da comunicação e da decisão. Lisboa: Universidade Católica, 2003.

INGWERSEN, P. Conceptions of Information Science. In: VAKKARI, P.; CRONIN, B. (Ed.) **Conceptions of Library and Information Science**: historical, empirical and theoretical perspectives. London: Taylor Graham, 1992. p. 299-312.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE Cidades: **Bauru. 2010a. Disponível em:** <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=350600#>> **Acesso em: 03 jul. 2012.**

\_\_\_\_\_ Censo 2010. **2010b. Disponível em:** <[http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados\\_divulgados/index.php?uf=35](http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=35)>. **Acesso em: 03 jul. 2012.**

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO. **Indicador de alfabetismo funcional INAF/BRASIL – 2011**. Disponível em: <[http://www.ipm.org.br/download/informe\\_resultados\\_inaf2011\\_versao%20final\\_12072012b.pdf](http://www.ipm.org.br/download/informe_resultados_inaf2011_versao%20final_12072012b.pdf)>. Acesso em: 20 jul. 2012.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil**. 2011. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/03/Retratos-da-leitura-no-Brasil.pdf>>. Acesso em: 31 mar. 2012.

\_\_\_\_\_. **Retratos da leitura no Brasil**. 2007. Disponível em:  
<<http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/48.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2010.

**INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO**. IVC constata crescimento de 3,5% na circulação do meio Jornal em 2011. **24 jan. 2012. Disponível em:**  
<<http://www.ivcbrasil.org.br/artigoBlog.asp?Artigo=197>>. Acesso em: **24 fev. 2012.**

IPSOS MARPLAN (Media research). **O poder do meio jornal**. 2008. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/pesquisas/o-poder-do-meio-jornal>>. Acesso em: 29 jun. 2009.

\_\_\_\_\_. **Quero comprar 2ª onda**. 2006. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/pesquisas/quero-comprar-2>>. Acesso em: 29 jun. 2009.

ISER, W. **O ato da leitura**: uma teoria do efeito estético. São Paulo: 34, 1996. v.1.

\_\_\_\_\_. **O ato da leitura**: uma teoria do efeito estético. São Paulo: 34, 1999. v. 2.

JEANNERET, Y. A relação entre mediação e uso no campo de pesquisa em informação e comunicação na França. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde (RECIIS)**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, p. 25-34, 2009. Disponível em:  
<<http://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/276/318>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

JOUVE, V. **A leitura**. São Paulo: UNESP, 2002.

KLEIMAN, A. Abordagens da leitura. **SCRIPTA**, Belo Horizonte, v. 7, n. 14, p. 13-22, 2004. Disponível em: <<http://www.ich.pucminas.br/cespuc/scripta14.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2010.

KOBASHI, N. Y., TÁLAMO, M. F. G. M. Informação: fenômeno e objeto de estudo da sociedade contemporânea. **Transinformação**, Campinas, v. 15, p. 7-21, 2003.

KONDER, L. **O que é dialética**. 18 ed. São Paulo: Brasiliense, 1988.

LAJOLO, M.; ZILBERMAN, R. **A formação da leitura no Brasil**. São Paulo: Ática, 1999.

LE COADIC, Y.F. **A Ciência da Informação**. 2.ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LEFEBVRE, H. **Marxismo**. Porto Alegre: L&PM, 2010.

LÉVI-STRAUSS, C. **Antropologia estrutural dois**. 4.ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1993.

LIMA, A.B.A. **Aproximação crítica à teoria dos estudos de usuários de bibliotecas**. Brasília: EMBRAPA –SPI, 1994.

LOSNAK, C. **Polifonia urbana**: imagens e representação – Bauru 1950-1980. Bauru: EDUSC, 2004.

MCGARRY, K. **O contexto dinâmico da informação**: uma análise introdutória. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

MALDIDIER, D. Elementos para uma história da análise do discurso na França. In: ORLANDI, E. (Org.) **Gestos de leitura**: da história no discurso. 3.ed. Campinas: Unicamp, 2010. p. 09-22.

\_\_\_\_\_. **A inquietação do discurso**: (re) ler Michel Pêcheux hoje. Campinas: Pontes, 2003.

MAROCCO, B. Apontamentos sobre a presença do leitor no jornal. **UNIrevista**, v. 1, n. 3, 2006.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 5. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

MARTINS, A. L.; LUCA, T. R. **Imprensa e cidade**. São Paulo: UNESP, 2006.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

MARTELETO, R.; RIBEIRO, L. Práticas de informação no ambiente escolar. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 18, n. 2, p. 207-214, 1989. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/1375/1005>>. Acesso em: 23 Set. 2012.

MATTELART, A. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2006.

\_\_\_\_\_; MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

MAY, T. **Pesquisa social**: questões, métodos e processos. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

\_\_\_\_\_. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. São Paulo: Companhia Editora Nacional e Editora da Universidade de São Paulo, 1972.

MELO, J. M. **Falta uma pesquisa em comunicação genuinamente brasileira**. 2010. São Paulo: Desenvolvimento/IPEA. Entrevista concedida a Bruno de Vizia. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6479&Itemid=2](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=6479&Itemid=2)>. Acesso em: 20 de set. de 2011.

\_\_\_\_\_. (Org.) **Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo**. São Paulo: FTD, 1992.

\_\_\_\_\_. **Sociologia da imprensa brasileira**: a implantação. Petrópolis: Vozes, 1973.

MOMENTO do jornalismo empolga, diz repórter. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 15 jul. 2012. Caderno A, p. A6.

MORAES, R.B. A Imprensa Régia do Rio de Janeiro: origens e produção. In: CAMARGO, A. M. A.; MORAES, R. B. **Bibliografia da Imprensa Régia do Rio de Janeiro**. São Paulo: EDUSP, Kosmos, 1993. p. XVII –XXXI.

MORIGI, V.J.; ROCHA, C.P.V.; BORGES, M.C. A mediação das cartas dos leitores na mídia: mapas imaginários sobre Porto Alegre. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 16, n. especial, p. 95-108, 2010. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/15664>>. Acesso em: 15 fev. 2011.

MORIGI, V. J. Informação, cultura local e memória social: as cartas dos leitores e a construção dos imaginários sobre Porto Alegre. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 10., João Pessoa, 2009. **Anais...** João Pessoa: ANCIB, 2009.

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 269-279.

MOUILLAUD, M. Posturas do leitor. In: MOUILLAUD, M.; PORTO, S. D. (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Universidade de Brasília, 2002. p. 173-190.

NASCIMENTO, M.J. Usuário da informação como produção científica e curricular. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 8, n. 2, p. 41-71, 2011. Disponível em: <[http://143.106.108.14/seer/ojs/index.php/sbu\\_rci/article/viewFile/486/329](http://143.106.108.14/seer/ojs/index.php/sbu_rci/article/viewFile/486/329)>. Acesso em: 12 jul. 2012.

NEVES, C. **No velho Bauru**: crônicas do Bauru antigo. Bauru: [S.l.], 1961.

NIGHTINGALE, V. **El estudio de las audiências**: el impacto de lo real. Barcelona: Paidós, 1999.

NUNES, J. H. Aspectos da forma histórica do leitor brasileiro na atualidade. In: ORLANDI, E. (Org.) **A leitura e os leitores**. 2.ed. Campinas: Pontes, 2003. p. 25-46.

\_\_\_\_\_. **Formação do leitor brasileiro**: imaginário da leitura no Brasil colonial. Campinas: UNICAMP, 1994.

OLINDA, S. R. M. A Educação no Brasil no período colonial: um olhar sobre as origens para compreender o presente. **Sitientibus**, Feira de Santana, n. 29, p. 153-162, 2003. Disponível em: <[http://www.uefs.br/sitientibus/pdf/29/a\\_educacao\\_no\\_brasil\\_no\\_periodo\\_colonial.pdf](http://www.uefs.br/sitientibus/pdf/29/a_educacao_no_brasil_no_periodo_colonial.pdf)>. Acesso em: 10 jul. 2010.

OLIVEIRA, R. R. **Televisão regional**: o regional performativo na programação jornalística da TV TEM. 2009. 179f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2009. Disponível em: <[http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=2192](http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2192)>. Acesso em: 19 jun. 2012.

OLIVEIRA, R. R.; BRABO, R. B. Jornal impresso em rede regional: o caso BOM DIA. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL (REGIOCOM), 14., São Bernardo, 2009. **Anais eletrônicos...** São Bernardo: Regiocom, 2009. Disponível em:

<[http://www2.metodista.br/unesco/1\\_Regiocom%202009/arquivos/trabalhos/REGIOCOM%2032%20-%20Jornal%20impresso%20em%20rede%20nacional%20-%20Roberto%20Reis%20de%20Oliveira%20e%20Raquel%20Bicudo%20Brabo.pdf](http://www2.metodista.br/unesco/1_Regiocom%202009/arquivos/trabalhos/REGIOCOM%2032%20-%20Jornal%20impresso%20em%20rede%20nacional%20-%20Roberto%20Reis%20de%20Oliveira%20e%20Raquel%20Bicudo%20Brabo.pdf)>. Acesso em: 14 ago. 2010.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **PISA 2009 Results: what students know and can do – student performance in reading, Mathematics and Science**, 2010.

v. 1. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/9789264091450-en>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

ORLANDI, E. (Org.) **Gestos de leitura: da história no discurso**. 3. ed. Campinas: UNICAMP, 2010.

\_\_\_\_\_. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

\_\_\_\_\_. **Discurso e leitura**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

\_\_\_\_\_. (Org.) **A leitura e os leitores**. 2. ed. Campinas: Pontes, 2003.

PACHELI, R. A. H. **Jornalismo pós-televisivo: o caso do Jornal Bom Dia Bauru**. 2009. 133f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2009.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, F.; HAK, T. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 4. ed. Campinas: UNICAMP, 2010a. p. 59-158.

\_\_\_\_\_. A análise de discurso: três épocas (1983). In: GADET, F.; HAK, T. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 4. ed. Campinas: UNICAMP, 2010b. p. 307-315.

\_\_\_\_\_. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, E. (Org.) **Gestos de leitura: da história no discurso**. 3. ed. Campinas: UNICAMP, 2010c.

\_\_\_\_\_; FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, F.; HAK, T. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 4. ed. Campinas: UNICAMP, 2010d. p. 159- 249.

\_\_\_\_\_. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 4. ed. Campinas: UNICAMP, 2009.

\_\_\_\_\_. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. 5. ed. Campinas: Pontes Editores, 2008.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU. **Primeiros tempos da nossa Bauru**. [entre 2010 e 2012]. Disponível em: <[http://www.bauru.sp.gov.br/arquivos/arquivos\\_site/publicacoes/Primeiros%20Tempos%20da%20Nossa%20Bauru.pdf](http://www.bauru.sp.gov.br/arquivos/arquivos_site/publicacoes/Primeiros%20Tempos%20da%20Nossa%20Bauru.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2012.

PRIOLLI, G. Vinte velinhas para a Rede Globo. **Lua Nova**, São Paulo, v. 1, n. 4, p. 46-51, 1985. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64451985000100015&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451985000100015&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 31 jul. 2012.

QUÉAU, P. A revolução da informação: em busca do bem comum. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 27, n. 2, p. 198-205, 1998. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/365>>. Acesso em: 15 ago. 2009.

RABELLO, R. **A face oculta do documento**: tradição e inovação no limiar da Ciência da Informação. 2009. 331f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2009.

RAMONET, I. **A tirania da comunicação**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

\_\_\_\_\_. O poder midiático. In: MORAES, D. (Org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 243-252.

RECICLAGEM. Impressão sustentável avança em jornais. **Observatório da Imprensa**, 30 mar. 2010. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/folha\\_de\\_s\\_paulo\\_\\_39493](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/folha_de_s_paulo__39493)>. Acesso em: 15 jul. 2011.

RODRIGUES, A.D. **Dicionário breve da informação e da comunicação**. Lisboa: Presença, 2000.

RUÓTOLO, A.C. Audiência e recepção: perspectivas. **Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 30, p. 157-170, 1998.

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço**: o perfil do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANT'ANNA, L. **O destino do jornal**: a Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo na sociedade da informação. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANTOS, M.S.T. Internet: novas sensibilidades nova cidadania? In: SANTOS, M.S.T. (Org.) **Inclusão digital, inclusão social?** Recife: Ed. do autor, 2009. p. 39-51.

SANZ CASADO, E. **Manual de estudios de usuarios**. Madrid: Fundación Germán Sánchez; Madrid: Pirámide, 1994.

SARACEVIC, T. Information Science. **Journal of the American Society for Information Science**, v. 50, n. 12, p. 1051-1063, 1999.

\_\_\_\_\_. Ciência da Informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, 1996. Disponível em:

<<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/viewFile/235/22>>. Acesso em: 20 jun. 2009.

\_\_\_\_\_. A natureza interdisciplinar da ciência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 24, n. 1, 1995. Disponível em:

<<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/530>>. Acesso em: 07 out. 2010.

SILVA, A.M.. **A informação**. Da compreensão do fenômeno e construção do objecto científico. Porto: Afrontamento, 2006.

SILVA, E. T. **O ato de ler**: fundamentos psicológicos para um nova pedagogia da leitura. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

SILVA, M. T. As cartas dos leitores no Público e no Diário de Notícias. **Observatorio Journal**, v. 5, p. 263-279, 2008. Disponível em:

<[www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/download/117/159](http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/download/117/159)>. Acesso em: 15 set. 2009.

\_\_\_\_\_. **As “cartas ao director” no jornal Público**: um estudo de caso. 2005. Disponível em: <[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)>. Acesso em: 15 set. 2009.

SILVA, S. P.; VIEIRA, V. P. Panorama da comunicação em 11 países da comunidade ibero-americana. In: CASTRO, D.; MELO, J.M.; CASTRO, C. **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010. p. 231-267. v. 3.

SIQUEIRA, J. C. Biblioteconomia, documentação e ciência da informação: história, sociedade, tecnologia e pós-modernidade. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 15, n. 3, p. 52-66, 2010. Disponível em:  
<<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1124/771>>. Acesso em: 12 jan. 2012.

SODRÉ, N. W. **História da imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

STIERLE, K. Que significa a recepção dos textos ficcionais? In: LIMA, L.C. (coord.) **A literatura e o leitor**: textos de estética da recepção. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. p. 119-171.

TABAK, B. País terá 118 milhões na classe C até 2014. **G1**, 07 mar. 2012. Disponível em:  
<<http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/03/pais-tera-118-milhoes-na-classe-c-ate-2014-preve-fgv.html>>. Acesso em: 10 mar. 2012.

TEIXEIRA, N. Jornais. In: CAMPELLO, B.; CALDEIRA, P. T. **Introdução às fontes de informação**. 2. ed. Autêntica: Belo Horizonte, 2008. p. 67-87.

THOMPSON, J.B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.

TRIVIÑOS, A. A dialética materialista e a prática social. **Movimento (ESEF/UFRGS)**, Porto Alegre, v. 12, n. 2, p. 121-142, 2006. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/2899/1535>>. Acesso em: 23 set. 2012.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. **Glossary**. 2009. Disponível em: <<http://glossary.uis.unesco.org/glossary/en/home>>. Acesso em: 09 mar. 2012.

URANGA, Washington. **Mirar desde la comunicación: una manera de analizar las prácticas sociales**. 2007. Disponível em: <[http://www.wuranga.com.ar/images/pdfs/mira\\_2007.pdf](http://www.wuranga.com.ar/images/pdfs/mira_2007.pdf)>. Acesso em: 11 set. 2012.

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

WEAVER, W. A teoria matemática da comunicação. In: COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Companhia Editora Nacional, 1971. p. 25-37.

WERSIG, G. Information Science: the study of postmodern knowledge usage. **Information Processing & Management**, v. 29, n. 2, p. 229-239, 1993.

\_\_\_\_\_.; NEVELING, U. The phenomena of interesting to Information Science. **Information Scientist**, v. 9, n. 4, p. 127-140, 1975.

WERTHEIN, J. Leitura e cidadania. In: AMORIM, G. (Org.) **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo: Imprensa Oficial/Instituto Pró-livro, 2008. p. 41- 48. Disponível em: <<http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/1815.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2009.

\_\_\_\_\_. A sociedade da informação e seus desafios. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, 2000. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/257>> Acesso em: 15 ago. 2009.

WHITE, R. Tendências dos estudos de recepção (parte 02). **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 5, n. 13, p. 41-66, 1998a. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/view/4402/4124>>. Acesso em: 17 mai. 2012.

\_\_\_\_\_. Recepção: a abordagem dos estudos culturais (parte 01). **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 4, n. 12, p. 57-76, 1998b. Disponível em <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/view/4391/4101>>. Acesso em: 17 mai. 2012.

WIKIPEDIA. **Tabloide**. 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Tabloide>>. Acesso em: 18 jul. 2012.

WORLD ASSOCIATION OF NEWSPAPERS AND NEWS PUBLISHERS. **About WAN-IFRA**. 2011. Disponível em: <<http://www.wan-ifra.org/about-wan-ifra>>. Acesso em: 12 mar. 2012.

\_\_\_\_\_. **Just published:** “World Digital Media Trends 2010”. Paris, França e Darmstadt, Alemanha. 2010. Disponível em: <<http://www.wan-press.org/article18714.html>>. Acesso em: 22 jan. 2011.

\_\_\_\_\_. **World Press Trends:** digital revenues won't replace print. Hyderabad, Índia. 2009. Disponível em: <<http://www.wan-press.org/article18330.html>>. Acesso em: 10 mar. 2010.

\_\_\_\_\_. **World Press Trends:** Newspaper are a growth business. Gotemburgo, Suécia. 2008. Disponível em: <<http://www.wan-press.org/article17377.html>>. Acesso em: 15 set. 2009.

\_\_\_\_\_. **Newspaper formats all over the world.** Paris, França. 2007. Disponível em: <<http://www.ifra.net/es/node/3053>>. Acesso em: 10 jan. 2010.

ZANETTI, S. Testemunho de uma leitora no início da república chilena. In: ABREU, M.; SCHAPOCHNIK, N. (Orgs.) **Cultura letrada no Brasil:** objetos e práticas. Campinas: Mercado de Letras/Associação de Leitura do Brasil (ALB); São Paulo: Fapesp, 2005. P. 45-60. (Coleção Histórias de Leitura).

ZILBERMAN, R. **Estética da recepção e história da literatura.** São Paulo: Ática, 2009.

ZINS, C. Knowledge Map of Information Science. **Journal of the American Society for Information Science (JASIST)**, v. 58, n. 4, p. 526-535, 2007. Disponível em: <<http://www3.interscience.wiley.com/journal/114071693/abstract>>. Acesso em: 01 maio 2009.

## ANEXO A - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 20 set. 2010, p. 7

...alibação eleitoral...  
...co até de eleger corruptos,  
...se não teriam mínima chance  
...e serem eleitos em outro ce-  
...tário. Pense nisso.

**Alberto Preto,**  
fotógrafo

**Lula**

Como costuma acontecer, recentemente agora, depois do caso do lobby na Casa Civil ameaçar prejudicar a candidatura de Dilma, Lula resolve demitir a ministra Erenice. Quanto ao presidente, acostumado a defender os aloprados de seu partido, nada a estranhar, já que mesmo face às evidências de irregularidades e crimes não demite ou sequer afasta dos cargos seus auxiliares, salvo quando isso se torna séria ameaça aos seus interesses políticos.

**Gerson Monteiro,**  
por e-mail

...para suas necessidades.

**Manoel de Souza,**  
advogado

**Mudanças**

Em relação à matéria "BOM DIA mais bonito e fácil de ler", sobre o novo projeto gráfico que o jornal estreia no próximo domingo, tenho a dizer que mudanças sempre são bem vindas.

Mas (tudo tem sempre um mas, espero que isso não signifique superficialidade, leviandade e pasteurização. - só de ver o exemplo de página inteira dedicada a Lindsay Lohan, senti medo! Desejo ver conteúdo e datas especiais como aniversário de Monteiro Lobato e Clarice Lispector sejam lembradas e mereçam também página inteira.

**Mauro Saccenti,**  
metalúrgico

**Pesquisa (2)**

É evidente que a prática quebra de sigilo fiscal vai contra as instituições democráticas. [O candidato tucano, José Serra, acusa o PT pela prática]. Entretanto o que se caracteriza a eleição é a população está rejeitando o PSDB, pois em São Paulo constrói rodovias com dinheiro público, e em seguida aos amigos para cobrar o preço mais caro do mundo.

Outro fator importante trata com os funcionários públicos, tais como professores, policiais, que recebem salários indignos. Ao que parece a população está dando o voto para os tucanos por conta disso.

**Daniel Batista dos Santos**

**Envie sua mensagem para o BOM DIA**  
participe deste espaço democrático de idéias e discussões.  
e-mail: [leitor@bomdiabauru.com.br](mailto:leitor@bomdiabauru.com.br), por fax: (14) 3104-6770 ou por carta:  
Rua de Maio, 7-80, CEP - 17015-270, Centro, Bauru (SP).

## ANEXO B - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 27 set. 2010, p. 7

gonnosa,

*- Dorival Puccio Gaspari*

### **Leitores elogiam novo portal do BOM DIA**

Achei excelente a modificação do portal do BOM DIA.

Elegante, bonito e rápido, o espaço privilegia a informação e deixa evidente a liberdade de ação do internauta em interagir e comentar qualquer notícia.

*- Aurélio Teixeira, auditor*

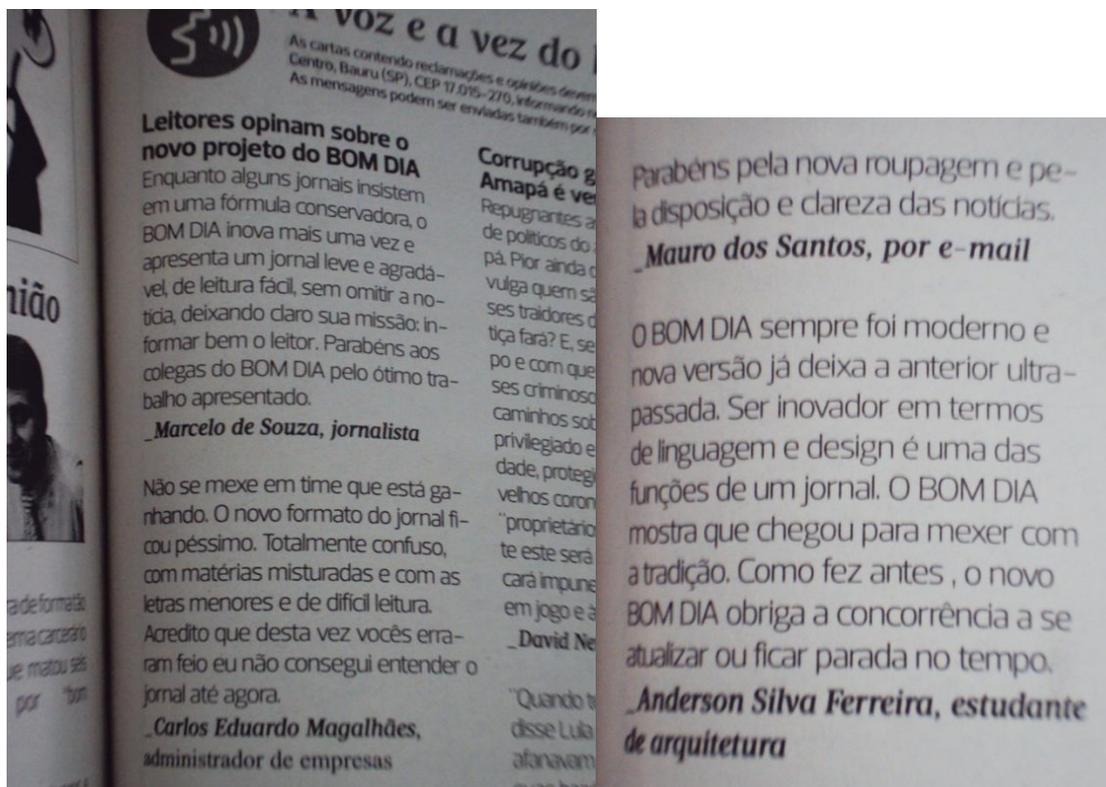
### **Diferenciado**

Parabéns. Adorei o novo layout. O que mais gosto no BOM DIA online é a informação no momento que acontece, diferente de outros jornais que só noticiam no outro dia, quando a notícia já está velha.

*- João Melo, funcionário público*

Leitor

**ANEXO C - CARTA DE LEITORES: Bom DIA Bauru, 28 set. 2010, p. 7**



Confesso que fiquei meio perdido com a nova organização do BOM DIA. Acho que é questão de tempo e costume. Deu para perceber que está mais limpo e tem mais texto. Porém tem um pecado mortal; a fonte! O leitor médio que aprecie ler sofre com as diminutas letrinhas e com isso vai se embora grande parte do prazer da leitura! Sugiro ao jornal, caso insista na tal fonte, que dê lupas aos seus assinantes.  
**— Branco Prado, por e-mail**

## ANEXO D - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 30 set. 2010, p. 7

## e a vez do leitor

As reclamações e opiniões devem ser dirigidas à seção A voz e a vez do leitor, pelo telefone 015-3270-7015-270, informando nome e endereço completos e um número de telefone. Podem ser enviadas também por correio eletrônico, por meio do e-mail leitor@bomdia.com.br

### Comerciante aprova e elogia formato mais moderno

Parabéns mais vez ao exemplo de modernidade e a constatação que o BOM DIA é um jornal de seu tempo. O novo formato, diagramação e layout tornaram-no ainda mais agradável de se ver e ler. A incessante busca por atualização, aliada a seriedade com que é conduzido o processo de mudança faz do BOM DIA um jornal extremamente ocupado com seus leitores.

— **Marco Labão, comerciante**

## ANEXO E - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 01 out. 2010, p. 7

**Novo BOM DIA ganha aplausos e críticas**

Pois não é que o BOM DIA inovou após cinco anos de existência? E essa inovação foi para acompanhar a nossa realidade. Com essa cara nova, o jornal está mais versátil e fácil de ler e ser entendido. O jornal continua fiel, ao lado dos seus leitores. Sua filosofia de trabalho, porém, continua a mesma desde o início e conseguiu melhorar ainda mais. Parabéns ao editor e sua equipe.

*– José Carlos do Amaral,  
jornalista*

O BOM DIA é um jornal moderno e antenado com os novos tempos. Imprescindível. Informativo, bonito, diferente, fácil de manusear. Está dando gosto de ler.

*– Hilário Gouveia, contador*

Acho vulgar e apelativo ter todo santo dia, na capa, a foto de uma mulher quase pelada.

*– Erminia Serrão, aposentada*

**ANEXO F - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 02 out. 2010, p. 7**

**Leitores opinam sobre o novo visual do BOM DIA**

Parabenizo toda equipe pela ousadia do novo projeto gráfico e editorial do BOM DIA, uma quebra de paradigmas no modo de se apresentar a notícia. A leitura se faz dinâmica em sua diagramação solta e despretenhiosa de padrões. Realmente este novo projeto satisfaz a inteligência aguçada de seus leitores e faz pensar àqueles que teimam em fugir da prática da leitura.

*— Nilson Araújo, designer gráfico*

É um prazer renovado ler o BOM DIA com seu novo projeto gráfico e suas mudanças editoriais. A beleza de suas páginas torna a leitura mais dinâmica e agradável, numa proposta moderna de distribuição de textos e valorização das imagens. Os investimentos feitos nesse aperfeiçoamento revelam uma saudável confiança no jornalismo impresso num momento em que a mídia digital desponta como forte concorrência a ele. Mas não sou dos que veem nisso um problema para jornais capazes de se reinventar e bem tratar dos assuntos de grande importância para a vida de seus leitores. O essencial é o jornalismo bem-feito, de credibilidade, e nisso ele é indispensável à comunidade. Nesse sentido acho que ambos os meios possam coexistir e mesmo um impulsionar o outro. Mas o impresso tem muito fôlego para ir adiante, como atesta o Bom Dia, a cuja diretoria e colaboradores parabenizo pela mudança.

*Paulo Mendes, administrador*

Vejo muito elogio e algumas ranzinzeiras em relação ao novo projeto gráfico e editorial do BOM DIA. Não há nada de errado com as letras e nem com o tamanho. Mantenham-se firmes. A decisão foi acertada.

*Armando Figueira, professor*

Talvez ainda me acostume mas, em princípio, não gostei da nova fórmula do BOM DIA. Sinto falta de textos mais longos, que aprofunde a notícia. Dá impressão que tudo é tratado de forma muito superficial. De positivo aponto visual mais limpo.

*Jorge Camilo Leal, protético*

**ANEXO G - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 04 out. 2010, p. 7**

## A voz e a vez do leitor

As cartas contendo reclamações e opiniões devem ser dirigidas à seção A voz e a vez do leitor - Rua T3 de Maio, 7 - Bauru (SP), CEP 17.015-270, informando nome e endereço completos e um número de telefone para contato. As mensagens podem ser enviadas também por correio eletrônico, por meio do e-mail leitor@bomdiabauru.com.br

**A voz e a vez do leitor**

**Vejam opiniões sobre a nova cara do BOM DIA**

O jornal ficou mais limpo, dinâmico, prático e moderno. As fotos ganharam maior resolução e os assuntos e reportagens mais conteúdo. Mudanças foram felizes. Parabéns.

**\_ Vincenzo Malzone empresário**

Aos cinco anos o BOM DIA é um jornal consolidado. Bonito e bom de leitura. Leitores os que mais ganham com o resultado alcançado.

**\_ Aurélio Teixeira, auditor**

Sou leitora do BD desde que foi lançado em Bauru. E fico impressionada com a quantidade de vezes que o jornal fez mudanças gráficas. Quando estou me acostumando com a localização de uma coluna, vocês já mudam de novo. E esse formato mais leve parece mais um encarte do que um jornal inteiro.

**\_ Renata Oliveira, empresária**

O novo visual ficou muito mais leve e agradável de ler. Quando menos percebermos já lemos o jornal inteiro. Parabéns à equipe!

**\_ Renan Silveira Júnior, estudante**

**Meningite preocupa, Saúde ameniza**

Fiquei um pouco mais tranqüilo no BOM DIA de sábado. A informação atribuída a Secretaria Municipal de Saúde de que já foram desencadeadas as medidas de prevenção contra a meningite, mesmo mês duas pessoas morreram com suspeita da doença, trouxe o BOM DIA, com excelente conteúdo. Conforme as autoridades de saúde, não há registro de meningite até o momento, porém nenhum dos casos registrados apresenta relação entre si. Mereço a Deus que console as vítimas, diante desta situação.

**\_ Maria Emília Fontes, se**

**Alunos acusados de maconha são soltos**

Li no portal do BOM DIA, em www.redebomdia.com.br, "Alunos da Unesp são soltos após três dias". Achei descabido ainda que supostamente em lei. Polícia e Justiça para gastar energia e tempo com grandes traficantes, o que não é o caso. Se for o caso, quem são seja punida de outro modo.

**\_ Marluce Lemos, univ**

**Ainda vamos amar**

**Entrevista**

**Vejam opiniões sobre a nova cara do BOM DIA**

O jornal ficou mais limpo, dinâmico, prático e moderno. As fotos ganharam maior resolução e os assuntos e reportagens mais conteúdo. Mudanças foram felizes. Parabéns.

**\_ Vincenzo Malzone empresário**

Aos cinco anos o BOM DIA é um jornal consolidado. Bonito e bom de leitura. Leitores os que mais ganham com o resultado alcançado.

**\_ Aurélio Teixeira, auditor**

Sou leitora do BD desde que foi lançado em Bauru. E fico impressionada com a quantidade de vezes que o jornal fez mudanças gráficas. Quando estou me acostumando com a localização de uma coluna, vocês já mudam de novo. E esse formato mais leve parece mais um encarte do que um jornal inteiro.

**\_ Renata Oliveira, empresária**

O novo visual ficou muito mais leve e agradável de ler. Quando menos percebermos já lemos o jornal inteiro. Parabéns à equipe!

**\_ Renan Silveira Júnior, estudante**

**Meningite preocupa, Saúde ameniza**

Fiquei um pouco mais tranqüilo no BOM DIA de sábado. A informação atribuída a Secretaria Municipal de Saúde de que já foram desencadeadas as medidas de prevenção contra a meningite, mesmo mês duas pessoas morreram com suspeita da doença, trouxe o BOM DIA, com excelente conteúdo. Conforme as autoridades de saúde, não há registro de meningite até o momento, porém nenhum dos casos registrados apresenta relação entre si. Mereço a Deus que console as vítimas, diante desta situação.

**\_ Maria Emília Fontes, se**

**Alunos acusados de maconha são soltos**

Li no portal do BOM DIA, em www.redebomdia.com.br, "Alunos da Unesp são soltos após três dias". Achei descabido ainda que supostamente em lei. Polícia e Justiça para gastar energia e tempo com grandes traficantes, o que não é o caso. Se for o caso, quem são seja punida de outro modo.

**\_ Marluce Lemos, univ**

**Ainda vamos amar**

**Entrevista**

**ANEXO H - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 07 out. 2010, p. 7****Veja opiniões do público  
sobre o novo BOM DIA**

Sou assinante do BOM DIA e leio o jornal diariamente antes de ir para o trabalho. Parabéns a toda a equipe de profissionais responsáveis pelas inovações gráficas do jornal.

*\_ Paulo Pedrini,  
gerente de expansão*

O novo BOM DIA é moderno, bonito e dinâmico. E continua com bom foco e conteúdo. É informativo e sempre com opiniões firmes e pertinentes. Parabéns a todos.

*\_ Ana Cláudia Maciel, universitária*

Não gostei do novo BOM DIA. A minha maior crítica é em relação ao tamanho das letras, muito pequenas e de difícil leitura. O padrão de impressão também caiu: tem dia que vem todo borrado. Na parte editorial, não gosto do uso recorrente de mulheres com pouca roupa na capa. É vulgar e apelativo. O BOM DIA não precisa disso.

*\_ Etelvina Gomes, aposentada*

**ANEXO I - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 11 out. 2010, p. 7****Leitores comentam estreia  
de José Luís Datena**

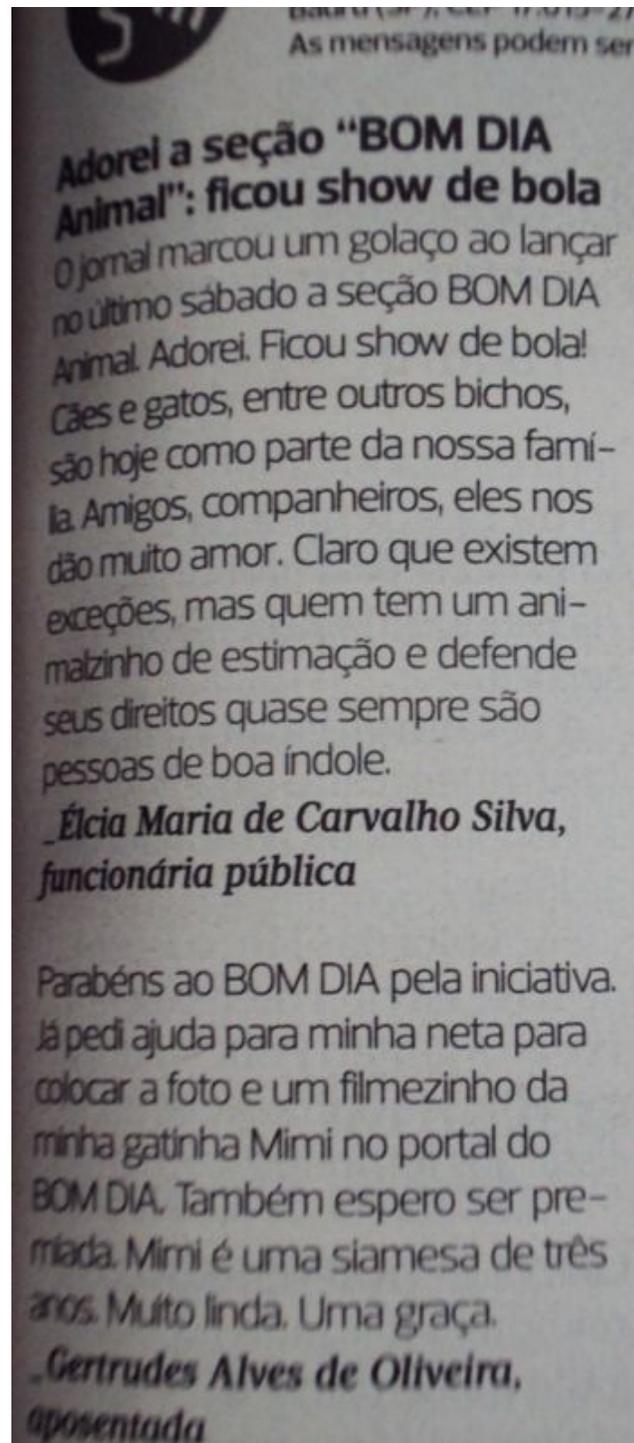
Parabéns ao BOM DIA pela contratação do José Luís Datena. O cara é bom, bota o dedo na ferida e não alisa os poderosos. Todo dia assisto o programa dele e, agora, certamente, lerei a coluna no jornal. O cara é bom, sou fã dele.

*José Verreschi, aposentado*

Não gosto do Datena. É meio chato e fanfarrão. Creio que não vai acrescentar nada ao BOM DIA.

*Roberta Souza Aguiar, estudante*

## ANEXO J - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 18 out. 2010, p. 7



**ANEXO K - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 23 out. 2010, p. 7****BOM DIA Animal 1**

Estou muito feliz pela reportagem de vocês na nova seção BOM DIA Animal. Agradeço a atenção e o carinho que vocês tem demonstrado para com os animais. Percebo a seriedade desta empresa e agradeço por tudo. E sei que se os animais pudessem falar a nossa língua, eles também expressariam agradecimentos pela iniciativa de todos. Obrigada.

*..Roseli Souza, por e-mail*

**BOM DIA ANIMAL 2**

Queridos amigos do BOM DIA! Escrevo para agradecer a iniciativa de ajudar àqueles que lutam pela causa animal, numa cidade onde o governo municipal fecha os olhos e ignora nossos apelos. Espero que essa atitude seja reconhecida por todos os ativistas que lutam por aqueles que não tem voz nem vez. Vamos à luta em prol dos animais. Abraço.

*..Maria Lúcia Tristão, por e-mail*

**ANEXO L - CARTA DE LEITORES: BOM DIA Bauru, 28 out. 2010, p. 7**