

024

AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DO SUPLEMENTO A RAZÃO DE LER E A CARACTERIZAÇÃO DO LEITOR IDEAL E REAL. *Silvana Silva.* (Departamento de Ciências da Informação, Comunicação Social, Jornalismo, UFSM.)

Essa pesquisa nasceu da vontade de estudar questões ligadas ao jornalismo dentro de um grupo de estudantes que fazem parte do Programa Especial de Treinamento (PET), com o intuito de introduzir-se na pesquisa científica. Com o objeto de análise definido: o suplemento infantil do jornal A Razão de Santa Maria, denominado A Razão de Ler, que é encartado quinzenalmente nos finais de semana, a pesquisa buscou a caracterização do leitor ideal e leitor real do suplemento, e as estratégias discursivas que definiram os perfis dos tipos de leitores. Com a definição das categorias de enunciação, segundo Émile Benveniste; leitor ideal e real, segundo Umberto Eco; e contrato de leitura, segundo Eliseo Véron, analisei as marcas lingüísticas deixadas pelo enunciador e que definiram o perfil do leitor ideal. Para esta definição, elaborei um questionário para 30 crianças, na faixa de 1ª a 6ª série, de uma escola municipal da cidade. Através d análise qualitativa e da análise das construções lingüísticas do suplemento, defini as semelhanças e diferenças dos tipos de leitor.