

**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

Carin Rosane Bräunig

**O ESTUDO DA RECEPÇÃO DE NOTÍCIAS SOBRE A INAUGURAÇÃO DO  
AUTÓDROMO INTERNACIONAL DE SANTA CRUZ DO SUL, NA EDITORIA GERAL,  
NO JORNAL GAZETA DO SUL**

Santa Cruz do Sul, junho de 2006

Carin Rosane Bräunig

**O ESTUDO DA RECEPÇÃO DE NOTÍCIAS SOBRE A INAUGURAÇÃO DO  
AUTÓDROMO INTERNACIONAL DE SANTA CRUZ DO SUL, NA EDITORIA  
GERAL, NO JORNAL GAZETA DO SUL**

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo, da Universidade de Santa Cruz do Sul, para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof. Ms. Hélio Afonso Etges

Santa Cruz do Sul, junho de 2006

Carin Rosane Bräunig

**O ESTUDO DA RECEPÇÃO DE NOTÍCIAS SOBRE A INAUGURAÇÃO DO  
AUTÓDROMO INTERNACIONAL DE SANTA CRUZ DO SUL, NA EDITORIA  
GERAL, NO JORNAL GAZETA DO SUL**

COMISSÃO EXAMINADORA

*Prof. Ms. Hélio Afonso Etges*

Professor Orientador

*Prof.<sup>a</sup> Ms. Elizabeth Huber Moreira*

*Prof.<sup>a</sup> Ms. Veridiana Pivetta de Mello*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, Pai Maior, e à Maria, Santíssima, pela realização do trabalho.

Preciso, em primeiro lugar, agradecer às pessoas que foram e são importantes na minha vida. Aos meus avós maternos (*em memória*), que em algum lugar junto aos céus oram por mim e meus familiares, por todos nós.

Aos meus familiares que esperaram durante meses a minha vida voltar à rotina normal. Principalmente, por compreender a minha ausência, a necessidade de ficar longe de casa. Aos meus pais, especialmente. À minha mãe, pelas orações e por me enviar muita força para que não desistisse, desanimasse, durante a realização do trabalho. Ao meu pai, que mesmo de longe, torce por mim. E, que um dia, ele leia esta pesquisa e veja o quanto poder realizá-la significou na minha vida. Também quero agradecer aos meus irmãos, cunhados e sobrinhos, pela compreensão e pela espera do meu retorno em casa. Às minhas irmãs: a do meio e a mais nova pelas ligações, pelo incentivo e, por não me deixar, abater quando a saudade a cada dia aumentava e as lágrimas saíam sem querer.

Ao grupo de *Oração da Renovação Carismática Católica (Água Viva)* pelas orações diárias! E pelas orações dos párocos da catedral. À *Irmã* Catiane Joanol Neitzke, uma amiga, pelas orações!

O meu muito obrigada: ao Padre Sílvio Germano Rockembach, o último remanescente da geração dos meus avós, pela força! Pelas orações para que eu conseguisse a concentração necessária e realizasse o trabalho monográfico! Mesmo de longe, com suas ocupações, demonstrou a sua amizade.

Aquele muito obrigada: à professora Rosana Jardim Candeloro que me orientou, na primeira parte, esclarecendo as normas científicas empregadas nesta pesquisa e revisou a língua portuguesa!

À professora Elizabeth Huber Moreira pelas orientações inclusive, no período das férias, nas disciplinas de *metodologia da pesquisa em comunicação e projeto de monografia [em jornalismo]*.

Ao professor Hélio Afonso Etges que me orientou, discutiu horas os itens desta pesquisa, a colocação de termos e pontuação, ultrapassando, na maioria das vezes, o horário previsto. Por ter possibilitado novas descobertas. Quero também dizer obrigada aos mestres que disponibilizaram de seus horários para avaliar os resultados desta pesquisa.

À equipe da *Gazeta do Sul*: aos Repórteres, ao Sub-Chefe de Redação, à Chefe de Redação e ao Diretor-Secretário, e a todos os funcionários que trabalham no jornal e contribuíram na realização desta pesquisa. E, como este foi um trabalho envolvendo os estudos de recepção, agradeço a todos os entrevistados/leitores, residentes na cidade, que responderam à pesquisa e me receberam em suas casas, e no local de trabalho, dedicando um tempo gratuitamente para isto.

Quero agradecer o carinho de todas as pessoas que colaboraram nesta pesquisa, emprestaram livros e, contribuíram, com informações úteis para a sua concretização. Obrigada à Cristina Verônica Mueller que emprestou a sua pesquisa realizada!

E, por último, aos meus amigos pela compreensão da ausência nos passeios, nas visitas, nas ligações. Pela espera, de poder reencontrá-los.

*Seiscentos e sessenta e seis*

*A vida é uns deveres que nós trouxemos para fazer em casa.*

*Quando se vê, já são 6 horas: há tempo...*

*Quando se vê, já é 6ª feira...*

*Quando se vê, passaram 60 anos!*

*Agora, é tarde demais para ser reprovado...*

*E se dessem - um dia - uma outra,*

*Oportunidade,*

*Eu nem olhava o relógio, seguia sempre em frente...*

*E iria jogando pelo caminho a casca*

*Dourada e inútil das horas.*

(QUINTANA, Mario. In Nariz de Vidro)

## RESUMO

O trabalho de pesquisa se apresenta como uma singela tentativa de amadurecer, ou apenas relatar o processo de comunicação desde a captura das notícias até a recepção das reportagens pelos leitores. Fez-se um estudo bibliográfico para melhor compreender as fases que compõem o ato de redigir uma notícia, bem como, quais os fatores que influenciam a sua percepção, como a intertextualidade que compõe a carga cultural que o leitor traz consigo, toda vez que interpreta uma informação. De forma despretensiosa, foi lançado como contraponto à técnica jornalística, a prática editorial e a opinião do leitor ao analisar as reportagens. Os obstáculos que a notícia percorre, suas adaptações, são frutos da realidade que se apresenta diariamente; por exemplo, o jogo de interesses dentro do veículo de comunicação, as deficiências, o controle exercido sobre o quê e como publicar. A recepção será analisada em conjunto com a visão de organização econômica que o jornal *Gazeta do Sul* possui. As diferenças e semelhanças entre o que foi escrito e o que foi assimilado foram destacadas, porém respeitando-se, não só neste momento, mas em toda extensão desta pesquisa, a máxima de que “não existem verdades absolutas”.

**Palavras-chave:** Comunicação; Jornal; Jornalismo; Notícia; Recepção.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	9
1 FUNÇÃO E EVOLUÇÃO DO JORNALISMO IMPRESSO E DA COMUNICAÇÃO ....	12
1.1 Comunicação .....	12
1.2 Evolução dos Meios Impressos .....	13
1.3 Jornal .....	16
1.4 Jornalismo .....	17
1.5 A Notícia .....	19
1.5.1 Notícia: o que é? .....	19
1.5.2 Os caminhos da Notícia .....	21
1.5.2.1 A Pauta .....	21
1.5.2.2 Fontes .....	22
1.5.3 Critérios da Notícia .....	23
1.6 Texto Jornalístico .....	24
1.6.1 Texto Opinativo .....	27
1.6.2 Texto Informativo .....	28
1.6.2.1 A Entrevista .....	31
1.6.2.2 A Reportagem .....	32
1.6.2.2.1 A Fotografia .....	33
2 ESTUDOS DA INTERTEXTUALIDADE E A RECEPÇÃO DA COMUNICAÇÃO .....	35
2.1 A Intertextualidade .....	35
2.2 A Recepção da Comunicação .....	37
2.2.1 Público e Organização .....	44
3 METODOLOGIA DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO APLICADA AO OBJETO DE	



ESTUDO E A APRESENTAÇÃO E HISTÓRIA DO VEÍCULO QUE GEROU AS REPORTAGENS .....	46
3.1 Metodologia de Pesquisa em Comunicação Aplicada ao Objeto de Estudo .....	46
3.2 O Jornal Gazeta do Sul .....	51
3.2.1 A História do Jornal Gazeta do Sul .....	53
4 DESCRIÇÃO DAS RESPOSTAS OBTIDAS NAS ENTREVISTAS ORAIS E QUESTIONÁRIOS ESCRITOS, DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E A RELAÇÃO ENTRE TEORIA E PRÁTICA A PARTIR DAS REPORTAGENS ANALISADAS .....	57
4.1 Descrição das Respostas Obtidas na Entrevista Oral pelos Entrevistados .....	57
4.1.1 Descrição das Respostas Obtidas no Questionário Escrito pelos Leitores .....	62
4.2 Discussão dos Resultados das Respostas Obtidas nas Entrevistas/Questionários pelos Entrevistados/Leitores .....	68
4.3 A Relação Teoria e Prática a partir das Reportagens Analisadas, Análise das Respostas Retornadas dos Entrevistados/Leitores, Conceito dos Teóricos, a Visão do Veículo e a Leitura Construída no Conjunto .....	73
CONCLUSÃO .....	83
REFERÊNCIAS .....	86
ANEXO A - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido .....	96
ANEXO B - Entrevista Oral .....	97
ANEXO C - Questionário Escrito .....	99
ANEXO D - Entrevista Oral Chefe de Redação .....	101
ANEXO E - Entrevista Oral Editor-Secretário .....	103
ANEXO F – Entrevistas Oraís Repórteres .....	104
ANEXO G - Matéria do Jornal Gazeta do Sul, 10 jun. 2005, n. 116, p. 18-19. ....	105
ANEXO H - Matéria do Jornal Gazeta do Sul, 11 e 12 jun. 2005, n. 117, p. 24. ....	107
ANEXO I - Matéria do Jornal Gazeta do Sul, 13 jun. 2005, n. 118, p. 10-11. ....	108
ANEXO J - Matéria do Jornal Gazeta do Sul, 13 jun. 2005, n. 118, p. 12-13. ....	110
ANEXO L - Foto-Legenda para Entrevista Oral, 13 jun. 2005, n. 118, p. 12. ....	112

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho propôs realizar um estudo sobre como foi a recepção das notícias veiculadas pelo jornal *Gazeta do Sul* sobre a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul, na editoria Geral, dos dias 10 a 13 de junho de 2005. Foram selecionadas quatro reportagens, correspondentes a este período, pois além de cobrirem o auge do empreendimento e o fim de uma polêmica em torno do dia da inauguração, que já havia sido adiada diversas vezes, há toda uma expectativa por parte da comunidade santa-cruzensense. A construção do autódromo internacional ganhou destaque no referido jornal, desde o anúncio da sua construção, em 2002, até a data da sua inauguração em 12 de junho de 2005.

O primeiro capítulo traça a linha temporal entre o surgimento da comunicação nos primórdios, a sua gradativa evolução, passando pela transformação ocorrida durante a Revolução Industrial com o surgimento das impressoras, e seu conseqüente aumento na importância das relações humanas.

Com este aprimoramento na transmissão da informação, o público pôde ter maior acesso às notícias, desenvolvendo o senso crítico e a capacidade de analisar e perceber os fatos como um complexo todo, e não de forma isolada. A comunicação como ciência, passou a se preocupar com o estudo de como as informações estão sendo recepcionadas pelos leitores, e não somente em como tecnizar e uniformizar a elaboração dos textos jornalísticos.

No segundo capítulo foi dado enfoque justamente à teoria da recepção, como foi tratada pelos doutrinadores e sua conceituação. Também foi proposta a pesquisa dos conceitos sobre a intertextualidade e sua relação com o discurso jornalístico, sendo esta de vital

importância para o próprio estudo da recepção, porque o leitor carrega consigo uma bagagem cultural pré-existente. Sob o ponto de vista de diferentes autores, a teoria que fundamenta o trabalho sustenta a comprovação da pesquisa qualitativa aplicada junto aos moradores de Santa Cruz do Sul.

O jornalismo visa atender às expectativas e interesses do público, dos meios e das organizações formais e informais, e possui como função mediar o que o público receptor quer saber e o que o meio jornalístico quer dizer. A notícia, que é a matéria-prima do jornalismo, deve descrever a realidade o mais próximo possível, pois a versão do fato narrado mostra como o profissional observou, coletou e capturou as informações.

Para a realização do trabalho de campo, a amostra escolhida compreendeu o público santa-cruzense, residentes no centro e nos bairros da cidade, pertencentes às classes: A, B e C, com idade entre variável entre 18 e 65 anos. Para as respostas, os entrevistados/leitores receberam as mensagens emitidas nas notícias veiculadas sobre a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz, no jornal *Gazeta do Sul*, na edição que antecedeu à inauguração da obra, na do dia do evento e na subsequente ao acontecimento.

O terceiro capítulo abrange a metodologia da pesquisa em comunicação e sua integração no campo de outras áreas do saber. Utilizando a teoria como base relatou-se como a pesquisa de campo foi realizada, qual foi o perfil dos entrevistados/leitores. Após foi descrita a história do veículo de comunicação que publicou as matérias analisadas, que confunde-se com a própria evolução histórica dos meios de comunicação impressa em Santa Cruz do Sul, ambientando o jornal *Gazeta do Sul* no contexto social em que está inserido.

A meta desta pesquisa qualitativa desenvolvida neste trabalho foi constatar, também, o que levou as pessoas a lerem as quatro reportagens sobre a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul, no jornal *Gazeta do Sul*, se a forma como elas foram apresentadas ao público leitor, pelo veículo de comunicação impressa, influenciou no entendimento das mensagens e na opinião das pessoas. Inclusive, observar se o público continuou lendo as notícias após a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul.

No quarto capítulo a partir da estruturação metodológica da pesquisa, aplicada ao objeto deste estudo, considerando-se o resultado da pesquisa de campo, as informações colhidas no veículo de comunicação impressa, e relacionando-as ao material bibliográfico, foi realizada uma comparação entre o que o veículo quis dizer e o que o leitor entendeu, assim como se as orientações teóricas na elaboração de um texto foram aplicadas às matérias.

Na busca de mais argumentos fáticos, foram realizadas duas visitas ao jornal *Gazeta do Sul*, respectivamente nos dias 11 de maio e 01 de junho de 2006, para melhor compreender a posição do veículo, através de seus repórteres e editores, de um relato da rotina produtiva, qual foi o valor-notícia empregado pela política editorial na cobertura da inauguração do Autódromo de Santa Cruz do Sul, assim como quais foram as orientações dos editores-chefes para os repórteres.

A análise da maneira como a população santa-cruzensense recebeu as notícias divulgadas pelo Jornal *Gazeta do Sul* sobre a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul foi realizada no quarto capítulo. Assim como, o estudo realizado sobre a recepção permitiu constatar se as pessoas receberam as notícias de forma diferenciada, interpretaram as mensagens de maneira distinta, de acordo com o contexto social, cultural, histórico e nível socioeconômico. Da mesma forma, se a referência a outro fato acontecido anteriormente influenciou no entendimento, percepção e recepção das notícias.

A proposta final foi a de estabelecer um panorama do que realmente aconteceu durante o intervalo temporal entre, a reunião de pauta, a captura das informações (pelos jornalistas), a redação das reportagens, a publicação e qual a leitura realizada pelo público, observando-se então, se o papel jornalístico está sendo cumprido, abrangendo todas as classes sociais representadas nesta pesquisa qualitativa, pelos leitores/entrevistados. O estudo da recepção permitiu verificar se o leitor conseguiu entender as notícias divulgadas pelo jornal santa-cruzensense, esclarecendo ao próprio meio, ao profissional, a importância de se ter um texto claro, objetivo, bem construído, com boa articulação, tanto textual e gramatical e que resulte num entendimento correto da mensagem emitida.

# 1 FUNÇÃO E EVOLUÇÃO DO JORNALISMO IMPRESSO E DA COMUNICAÇÃO

## 1.1 Comunicação

O conhecimento da situação em que ocorre a comunicação leva as pessoas a adotarem uma posição mais crítica e exigente, não aceitando passivamente o que é imposto, discutindo, debatendo, opinando em relação ao que deveria ser a sua comunicação na sociedade. Segundo Bordenave (1994), os meios de comunicação de massa exercem grande poder de manipulação. Mas é, também através da comunicação, que as pessoas não vivem isoladas, pois compartilham idéias, experiências e sentimentos.

Desde a pré-história, o homem já se comunicava, utilizava vários métodos para expressar seus pensamentos como, por exemplo, o uso dos gritos e de desenhos nas cavernas. Com o passar do tempo, a criação do alfabeto tornou-se necessária para a uniformização da comunicação. Antes, porém, surgiram os signos que abrangem todo um significado e que possibilitam o entendimento não só do escrito como também do visual.

Para existir comunicação é necessária uma linguagem comum entre grupos de indivíduos. A língua é um sistema de signos que serve de meio de comunicação entre os membros de uma comunidade lingüística. Os signos de uma língua substituem os objetos que os representam. O signo é composto de *significante* e de *significado*. Dessa combinação tem-se a significação. “A língua, portanto, é um verdadeiro código social, enriquecido com o passar do tempo e à disposição dos indivíduos para que o usem adequadamente”. (CADORE, 1996, p.10).

Utilizando a linguagem verbal, através de palavras faladas ou escritas, e a linguagem não-verbal, através de gestos, expressões faciais e corporais, as pessoas se comunicam. A linguagem possibilita a comunicação entre os seres humanos. É considerada uma criação cultural porque é uma invenção humana, transmitida de geração a geração.

Numa situação comunicativa, em que se emprega a linguagem, não se pode deixar de levar em conta a realidade ou situação em que se realiza a comunicação, os interlocutores, os conteúdos transmitidos, enfim, todos os elementos envolvidos no referido ato. Para que haja comunicação, é preciso o reconhecimento dos elementos que a possibilitam: o emissor, o receptor, a mensagem, o canal, o referente, e o código. A comunicação é necessária ao homem para viver em sociedade (BORDENAVE, 1994).

Quando se trata de comunicação, a primeira idéia a que o termo remete está vinculada aos veículos de comunicação de massa. “Como cidadão do século XXI, estamos acostumados a receber a cada momento muitas informações por diferentes meios: tevê, rádio, internet, livros...” (PEREIRA e PECHALIN, 2004, p. 363). Os *mass media* são importantes para as pessoas conviverem em sociedade e terem acesso à informação. Além disso, são usados como agentes formadores de opinião.

## **1.2 Evolução dos Meios Impressos**

O homem sempre sentiu necessidade de se comunicar, de transmitir informações, seja por pinturas em cavernas, seja por gestos, olhares e ruídos. A necessidade de participar de algo, de deixar marcas de sua existência, demarcar território e de contar sua história parece ser inerente da natureza humana desde o início da sua existência. Com a evolução da espécie e a posterior reunião do homem em sociedade, o que acontecia no seu meio era de suma importância, aprimorou-se assim o diálogo, com ênfase na forma oral (LAGE, 1993).

Na Idade Média foram utilizados decretos, proclamações, exortações, sermões e até trovadores com suas cantigas para a propagação de informações à população. Ainda para Lage (1993), o clero e os burgueses dominavam essa época, que ficou conhecida como a “era das trevas”, porque o controle da informação, leia-se censura, reduzia a formação de opinião. Os *avvisi*, como eram conhecidos os avisos, cuidavam apenas de comunicar descobertas,

informar sobre a safra e, principalmente, sobre o comércio, que tenderia a ditar por muito tempo o que deveria ser lido.

No século XV e consolidada no século XVI, com a crescente expansão marítima, comercial, artesanal e uma maior alfabetização, a figura do letrado foi dispensada e os *avvisi* foram sendo substituídos por uma forma de comunicação com frequência pré-definida: os almanaques:

[...] Segundo Alejandro Quintero, o mais antigo calendário/almanaque impresso data de 1455. Os mais famosos foram o *Kalendarium de Regiomantano*, impresso em Nuremberg no ano de 1473, e o *Lê Grand Calendrier composts dés bergers*, impresso na França em 1491 [...]. (PENA, 2005, p. 37).

Após um longo período de submissão do homem ao que era imposto pela Igreja, iniciou-se um novo ciclo histórico denominado *humanismo*, que atingiu o ápice nas três primeiras décadas do século XVI, em havia a participação mais efetiva de outros segmentos da sociedade, como por exemplo cientistas e pensadores.

Uma *nova ideologia - antropocêntrica e racionalista* - afirmava a importância do humano, da experiência concreta, dos prazeres mundanos, e a superioridade da razão sobre o mito e a magia. Uma impressão de domínio absoluto sobre a natureza - advinda do progresso tecnológico e da expansão geográfico-econômica - invadia a consciência dos criadores e dos pensadores da época. A Europa tornava-se o centro do mundo. Seus padrões de existência passavam a ter validade universal. (GONZAGA, 1997, p. 12).

Já na fase do Iluminismo, com suas primeiras manifestações no século XVII até a segunda metade do século XVIII, a informação não se restringiu apenas a cópias manuscritas, surgiram as enciclopédias, prevalecendo a razão sobre a emoção, com a perda da hegemonia do clero e, conseqüentemente, seu poder de persuasão. É a enciclopédia que registra, pela primeira vez, a ciência de comunicar. O homem buscou uma explicação mais lógica dos acontecimentos, consolidando a ciência como uma fonte de saber.

[...] É dentro desse quadro que se desenvolve o Iluminismo europeu, transformando o século XVIII no “Século das Luzes”, que resulta no despotismo esclarecido, governo forte dando segurança ao capitalismo mercantil da burguesia e preparando terreno para a revolução francesa. (NICOLA, 1990, p. 52).

A imprensa periódica surgiu, no século XVII, em 1609, na cidade alemã de Estrasburgo, com a publicação semanal *Ordinari* Avisa pelo livreiro Johan Carolus. Na Espanha, o primeiro folheto semanal é a *Gaceta de Madrid*, em 1661, e em Portugal, a

*Gazeta*, impressa na oficina de Lourenço de Anveres em 1641. As primeiras tiragens semanais italianas só aparecem no ano de 1636, em Florença. A imprensa diária demorou um pouco mais: chegou em 1650 à Alemanha; em 1702, à Inglaterra; e, em 1777, à França (PENA, 2005).

Com a derrocada da censura pelo advento da Revolução Industrial, a informação chegava mais rápida e atual, e, principalmente, para maior número de pessoas devido ao aumento da alfabetização entre os trabalhadores, decorrente das exigências da indústria.

O século XIX europeu mudou radicalmente as condições em que se exercia o jornalismo. Com a Revolução Industrial, o público leitor ampliou-se rapidamente. A crise do modo de produção feudal destruído entre outros fatores, pela concorrência dos produtos vindos de regiões recém-colonizadas da América, África e Ásia - deslocou importantes contingentes de população para as cidades. O surgimento de instalações fabris concentrou, em condições sociais particularmente difíceis, os operários cujos antepassados, os artífices, trabalhavam em suas próprias aldeias (na origem, a palavra fábrica quer dizer “a casa do operário”). A organização do trabalho e a expansão do comércio exigiam grande número de administradores, capatazes e técnicos, necessariamente alfabetizados. (LAGE, 2003, p. 12-13).

Contribuiu, também, para a propagação do jornal, a mecanização da imprensa. Em 1814, com a impressora Koenig, e, após pela rotativa Marinoni em 1886, atingindo o ápice com a linotipo de Mergenthaler em 1886. Assim iniciou-se a era empresarial do jornalismo, a publicidade aumentou sua participação no financiamento dos custos editoriais.

Com a mecanização, o custo de produção dos jornais havia aumentado. Eles já não eram mais financiados pelos seus leitores, como antes: o mercado publicitário nascia e com ele a integração da imprensa com os interesses gerais da economia. Precisavam de anúncios e estes dependiam do número de leitores [...]. (LAGE, 2003, p. 13-14).

Nos séculos XIX e XX, as transformações que o meio impresso sofreu ocorreram de forma gradativa. Muitos fatores foram essenciais para o seu aperfeiçoamento. Pode-se destacar dentre tantos, além da evolução das impressoras (já referido anteriormente), a organização de agências de notícias, que introduziram o conceito de imparcialidade jornalística; o apogeu industrial, que altera a visão do jornal, tornando-o uma empresa que deve ser lucrativa e assim, conseqüentemente, ocasionando a abertura de maior espaço para ciências da comunicação como a publicidade e as relações públicas; e, por último, as duas guerras mundiais, que apresentaram e disseminaram ao mundo novos conceitos como objetividade e precisão (AMARAL, 1996).



É a fase dos cientistas sociais que se caracteriza por uma linha de estudos eminentemente quantitativos. Segundo Melo (1998), enquanto nos períodos anteriores os estudos sobre os fenômenos de comunicação realizavam-se em moldes especulativos, a partir de 1930, passavam a utilizar instrumentos matemáticos e estatísticos incorporando a técnica de observação desenvolvida pelas ciências sociais.

Uma das características comuns a partir do século XIX foi a multiplicidade de significados dos textos que permite e exige inúmeras leituras, também denominado de dialogismo textual, e Júlia Kristeva (1974) fundamentando-se nos seus estudos designa o termo de intertextualidade.

Em paralelo com o desenvolvimento da corrente semiótica de inspiração na obra de Charles Sanders Peirce (1829-1914) nasce, no esteio do Curso de Linguística Geral (1916) de Ferdinand de Saussure, a semiologia como ciência geral dos signos (NÖTH, 1995).

Tal preocupação etimológica visa, além de elucidar o processo diacrônico sofrido pelo termo, abrir espaço para discutir duas grandes correntes do Século XX no campo do estudo dos signos: a semiologia e a semiótica. Embora, ao final dos anos 60, tenha sido adotada a palavra “semiótica como termo geral do território de investigações nas tradições da semiologia e da semiótica geral”. (NÖTH, 1995, p. 26).

A partir da última década do século XX até o início do século XXI, com o avanço da tecnologia, o jornal tornou-se mais dinâmico, atual e globalizado. Segundo Santaella (2001), no período atual, ele possui informações quase que em *tempo real*, acompanhando e se adaptando às novas tendências e à qualidade oferecida pela informática e por seus programas. Com isso, o jornal está sempre em processo de transformação e acompanhar esta evolução é uma conquista diária.

### **1.3 Jornal**

O jornal impresso foi o principal e o mais eficaz meio de comunicação escrita pelo qual as pessoas tiveram acesso à informação. Ele chega aos lares das pessoas desde o século XVII, no ocidente, e, continua presente, levando as informações do dia-a-dia (MELO, 2003). Sem ele, o jornalismo impresso não seria possível.

Para Noblat (2003), o jornal deve, acima de tudo, cumprir o seu papel, não abdicar dos valores, mesmo que isso permita que os jornais colidam com as chamadas leis do mercado, que são oferecer ao leitor apenas o que ele quer ou pensa que quer. Também, os jornais não devem comparar suas idéias com a televisão e nem mesmo pautar seus modelos pelo que ela estabelece.

Eles devem repensar seu conteúdo, de forma a acompanhar as transformações do mundo em que atuam e capturar novos leitores, sem deixar os princípios éticos de lado. Para alguns, uma visão elitista e romântica da missão de um jornal.

Existe para servir antes de tudo ao conjunto de valores mais ou menos consensuais que orientam o aperfeiçoamento de determinada sociedade. Valores como a liberdade, a igualdade social e o respeito aos direitos fundamentais do ser humano. (NOBLAT, 2003, p. 26).

O jornal é um serviço público, além de informação e conhecimento, deve primar por uma linguagem acessível, que possibilite o entendimento dos leitores (NOBLAT, 2003). Ele não consegue viver sem o jornalista e o público. Convém salientar que é preciso distinguir o que interessa ao público do que é de interesse público, principalmente no meio televisivo em que a notícia e o espetáculo se fundem.

Os autores Melo (2003) e Noblat (2003) concordam ao afirmar que o jornal é um serviço que visa atender ao público, contudo Noblat mostra-se mais preocupado com a formação do senso crítico do jornalista, que sofre influências externas como, por exemplo, o perfil do mercado, pois os jornalistas têm que atender uma exigência tanto do público como da empresa jornalística. Ambas as partes devem se entender no contexto da mensagem emitida. É o que vai justificar quando o trabalho for colocado em prática e as mensagens forem emitidas, se realmente existe este contexto de harmonia, este elo. O jornal é um dos meios pelo qual o jornalismo é colocado em prática.

#### **1.4 Jornalismo**

O jornalismo fundamenta-se entre o que o público receptor quer saber e o que o meio jornalístico quer dizer, procurando ser imparcial e, ao mesmo tempo, abordar todos os meios pelos quais a notícia chega ao público. Ele tem como um dos suportes/instrumento o jornal, que representa o meio pelo qual as notícias chegam aos leitores.

Para Noblat (2003), o fato/notícia deve interessar tanto ao jornalista quanto ao público, porque os leitores são responsáveis pelo bom e mau jornalismo. O jornal, da mesma forma, deve atender aos interesses da comunidade local e da região a que pertence. Os cidadãos necessitam estar bem informados e exercer a democracia e o jornal não pode perder a confiança do leitor. Um jornal deve refletir com clareza o pensamento crítico de uma comunidade num determinado tempo.

Por outro lado, para Melo (2003), a reprodução dos valores universais já existentes, que interessam ao senso comum é uma das funções do jornalismo, apesar do curto espaço de tempo entre a notícia e a publicação do jornal. Desta forma, faz-se do jornalismo um processo ágil, contínuo e dinâmico determinado pela atualidade.

O jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universais, culturais ou ideológicas). (MELO, 2003, p. 17).

Para que o jornalismo seja exercido com qualidade, o jornalista tem o compromisso ético com a veracidade da versão dos fatos por ele informados, a sua responsabilidade não pode ser transferida, pois a tarefa de automoderação influencia na abordagem. Ele tem como função informar, mostrar a realidade através da aparência, situar o leitor em um contexto global, formar opinião orientando o leitor a ter uma visão política, direcionar, incitar, e entreter o público leitor. É o meio pelo qual o homem torna-se sociável (BAHIA, 1990). Nesse contexto, a imprensa escrita é mais exigida eticamente do que os demais meios.

No jornalismo é necessário considerar, primeiro, as funções da imprensa como entidade de direito privado (mais uma vez restritivamente para exprimir os meios gráficos de comunicação como jornais e revistas); e em seguida as funções do rádio e televisão como entidades de direito público, desdobradas pelo advento acelerado das novas tecnologias. (BAHIA, 1990, p. 68).

Cita, ainda, como função do jornalismo realizado com qualidade, a combinação da autoridade (exatidão, veracidade, equilíbrio); credibilidade (confiança, conhecimento e moderação); legibilidade (linguagem, arte e estilo); profissionalismo (apresentação clara e não-preconceituosa dos fatos, quaisquer que sejam os valores e as emoções do veículo); e critério (senso de prioridade na escolha das notícias, de modo a que o leitor tenha na primeira página o que é mais importante).

De acordo com Bahia (1990) e Noblat (2003), já afirmado anteriormente, o jornalismo tem por função informar o leitor de uma maneira crítica, situando-o na realidade, no contexto em que ele está inserido. Já para Melo (2003), o leitor é visto como um sujeito permeado pelo senso comum, ao qual interessa a reprodução de informações atuais.

O que é preocupante nos dias atuais é a concentração de meios de comunicação, nas mãos de poucos donos. Conforme Noblat (2003), isto significaria uma séria ameaça ao jornalismo de qualidade e ao pluralismo de opinião. Cabe ao jornal verificar se um fato, que possuiu relevância social, é importante ao grande público a ponto de virar notícia.

## 1.5 A notícia

### 1.5.1 Notícia: o que é?

A notícia nos primeiros tempos, no século XVII, serviu à divulgação para informações mercantis, a burguesia utilizou muito tempo os jornais em benefício próprio, como uma forma de dominação cultural e política, manipulando as informações, com a confecção dos jornais. O jornal era utilizado como forma de levar as pessoas a contribuírem na elaboração dos textos e nos custos, grupos se reuniam e eram responsáveis pela publicação (LAGE, 2003).

Até o período pós-Cromwell e na França pós-Napoleão, constatou-se que:

Por muitos séculos, especialmente séculos XVII e XVIII, o jornalista foi essencialmente um *publicista*, de quem se esperava orientações e interpretação política. Os jornais publicavam, então, fatos de interesse comercial e político, como chegadas e partidas de navios, tempestades, atos de pirataria, de guerra ou revolução; mas isso era visto como atração secundária, já que o que importava mesmo era o *artigo de fundo*, geralmente *editorial*, isto é escrito pelo editor-homem que fazia o jornal praticamente sozinho. (LAGE, 2003, p. 10).

O jornal é um dos meios de comunicação impresso pelo qual a notícia é transmitida. A notícia é a versão de um fato, de interesse comum e apresenta as seguintes características: deve ser atual, nova e objetiva. Antes da notícia ser escrita, ela precisa ser pensada (ERBOLATO, 1991).

A notícia é a matéria-prima do jornalismo. É o relato de deslocamentos, transformações ou enumerações observáveis no mundo, consideradas de interesse para o

público. Para Erbolato (1991), ela é a técnica de relatar um fato. A notícia é a base de tudo quanto é comunicado, da caricatura mais alegre até a mais séria. É o resumo informativo ou a descrição de um fato ou acontecimento em um veículo de comunicação.

É a informação séria, humana, capaz de despertar a atenção e o interesse de grande parte das pessoas e ser, ao mesmo tempo, a versão mais fiel possível do fato relatado. As fases do processo de produção da notícia são: seleção e ordenação de eventos, e denominação correta de cada elemento. Toda notícia deve ser recente, verdadeira e de interesse ao público.

Segundo Noblat (2003), de uma maneira simplificada, notícia é todo fato relevante que desperte interesse público, como ensinam os manuais de jornalismo. E fora dos manuais, notícia na verdade é tudo o que os jornalistas escolhem para oferecer ao público. E, na maioria das vezes, o público valoriza mais as notícias tristes e o mundo que os meios de comunicação retratam parece, muitas vezes, pior do que verdadeiramente é.

Já para Lage (1993, p. 16-21), do ponto de vista da estrutura, no jornalismo moderno, pode-se afirmar que:

a notícia é o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante. [...] Os eventos estarão ordenados não por sua seqüência temporal, mas pelo interesse ou importância decrescente, na perspectiva de quem conta e, sobretudo, na suposta perspectiva de quem ouve. [...] A importância de cada evento será aferida em função do evento principal da série, a descoberta do cadáver. Há três fases do processo de produção de uma notícia: a seleção dos eventos; a ordenação dos eventos e a nomeação de cada elemento da notícia.

Há um consenso entre os autores Erbolato (1991), Noblat (2003) e Melo (1994), sendo que, Melo sintetiza o pensamento de Erbolato e Noblat, ao colocar no mesmo parâmetro tanto a ótica do jornalista quanto o interesse do leitor. Todos colocam que a notícia deve ser a versão mais próxima da realidade e, ao mesmo tempo, despertar o interesse público.

Um ponto de divergência seria que Erbolato (1991) aponta e dá mais ênfase ao que o jornalista considera importante. Já, Noblat (2003) valoriza ao que os leitores demonstram maior interesse, criticando a forma como a notícia é construída e selecionada pelos meios de comunicação.

O jornal deve publicar uma informação sempre que ela for relevante, e somente poderá atribuí-la a alguém se for checada a veracidade da versão dos fatos. Para Melo (1994), o jornalista deve contar o restante de uma notícia, dar uma seqüência ao fato narrado, mesmo que isso implique em contá-la um dia após o ocorrido, primando sempre pela informação objetiva e pela ética. E ele deve ser retratado sob forma de narrativa, ser o mais próximo possível da realidade e responder às questões básicas do *lide*, que compõem a estrutura da notícia.

### **1.5.2 Os caminhos da Notícia**

Até chegar ao público, a notícia passa por vários processos. O primeiro deles é a organização da pauta, que é o que deve ser perguntado ou pesquisado pelo repórter. Com ela pronta, o repórter sai para coletar os dados, sendo através de entrevistas, de pesquisas ou da maneira que for mais adequada para a ocasião. De acordo com Erbolato (1991), a maneira como a notícia é construída demonstra como o repórter ou o jornalista capturou as informações. Dependendo do veículo, vão junto o cinegrafista ou o repórter fotográfico.

Para Noblat (2003), com os dados coletados, o repórter volta ao veículo impresso e a notícia deve ser primeiro redigida e depois editada. Dependendo do tempo ou do espaço, pode haver algumas informações retiradas e/ou diagramadas. Nos jornais, a notícia passa pela fase industrial, incluindo a edição, a diagramação e a impressão, e, posteriormente, pela distribuição. Porém, antes a pauta necessita estar fechada.

#### **1.5.2.1 A Pauta**

Os acontecimentos podem ser transformados em pautas para gerar uma notícia. Ela deve ser clara, concisa, objetivando uma notícia de fácil transmissão e compreensão. Para Erbolato (1991), consiste em toda a ocorrência que pode gerar um fato, um acontecimento. É o que vai ser discutido.

Ainda para Erbolato (1991), a pauta passa por dois momentos diferenciados. Primeiro, a discussão sobre o que será publicado nos jornais, pois chegam diariamente muitas notícias que estão em evidência na sociedade, nas redações e, logo após a discussão sobre a pauta, aborda-se a forma como será realizada e construída a notícia. Quais as fontes a serem ouvidas,

como serão observadas e coletadas as informações, até ser redigida a versão final. Depois de publicada a notícia, o segundo passo é a avaliação, no outro dia, do que e como foi publicado pela chefia, repórteres e jornalistas.

De acordo com Noblat (2003), um assunto constitui pauta depois que passa por uma seleção, pois chegam muitas notícias às redações dos jornais através de *releases*, *e-mails*, telefonemas, assessorias, as próprias empresas têm interesse para que saia algo com o seu nome, e entram no páreo pela progressão. No entanto, para o autor não se pode esquecer que as notícias e as fontes devem ter relevância para a comunidade e, principalmente, à região de cobertura do jornal.

### 1.5.2.2 Fontes

Fontes são pessoas como, por exemplo, as testemunhas do fato, que entendem do assunto. De acordo com Noblat (2003), as fontes devem saber de informações as quais o repórter está buscando, o que ele precisa apurar, observar, coletar e capturar para escrever o texto jornalístico. Portanto, elas podem confirmar o fato principal.

Para Bahia (1990), as fontes devem ser coerentes, idôneas, que tenham credibilidade. São diretas, quando integrantes da notícia como acusados e acusadores; indiretas, geralmente são as terceiras pessoas, não envolvidas diretamente no caso; e, complementares, quando servem para completar uma notícia não sendo de vital importância.

Conforme Lage (2003), a maioria das matérias jornalísticas origina-se da versão das fontes e não da observação direta do jornalista. Para o autor, fontes são instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público, “é tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas”. (2003, p. 48).

No jornalismo atual, se observa uma junção, não uma separação. A notícia nunca esteve tão carregada de opiniões. E um dos motivos é atender ao critério de objetividade que obriga o jornalista a ouvir os dois lados da história (PENA, 2005). Os jornais valorizam mais as declarações do que os próprios fatos.

### 1.5.3 Critérios da Notícia

Os critérios contribuem para que um acontecimento seja ignorado, selecionado ou destacado como notícia. Os principais são: o nível hierárquico dos personagens, impacto e interesse sobre a nação, proximidade, quantidade de atores envolvidos, significância futura (relevância quanto à possibilidade de *suite* – continuação no dia seguinte) e evolução, novidade, recenticidade ou atualidade e interesse do público (WOLF apud MOTTA, 2002).

Pode-se salientar que, tanto para Motta (2002) como para Erbolato (1991), o interesse e a notícia possuem certas semelhanças, pois ambos consideram importantes os seguintes critérios/fatores: divertir e informar, atualidade (a notícia não deve ser antiga, deve estar ou ter acontecido no presente), proximidade, impacto, originalidade, interesse pessoal e humano, utilidade, veracidade (a notícia não deve ser inventada, nem qualquer informação referente a ela, deve ser real), familiaridade com o tema tratado, expectativa ou suspense, descoberta e invenções, repercussão e confidências sendo capaz de prender, capturar o público, deve despertar e manter esse interesse.

Os autores concordam ainda, ao ressaltar, que para a notícia deve haver o respeito e um equilíbrio na linha editorial do jornal, o que permite ao leitor se identificar com a maneira como esta é construída.

Na seleção destes acontecimentos pelos jornalistas pesa muito o atributo “inusitabilidade”. Mas a vida cotidiana é feita de muitos avessos, eles ocorrem diariamente com muitas pessoas, em muitos lugares, podem ser notados por quem está próximo ou não e não se transformam necessariamente em notícia. Só alguns poucos são escolhidos. Assim, na seleção deste tipo de acontecimento conta muito a arbitrariedade da escolha do jornalista. É esta arbitrariedade que introduz então uma terceira variável na conformação da notícia (além dos atributos do fato em si e das exigências da natureza do trabalho jornalístico): a construção que o jornalista faz do real. (MOTTA, 2002, p. 313).

O interesse pessoal deve ser respeitado, pois os jornais não devem deixar de publicar as notícias que afetam diretamente cada um dos que lêem. De acordo com Erbolato (1991), os jornais se preocupam em atingir a massa, abordando assuntos de repercussão geral em grande parte.

O interesse humano justifica-se pela necessidade do repórter ou do jornalista ouvir o maior número de informantes, porque com assuntos corriqueiros, ele pode fazer excelentes



matérias. Ainda para Erbolato (1991), o grau de importância está no critério do editor em avaliar, dentre muitas matérias, qual a de maior destaque e em selecioná-la de acordo com o interesse na época.

Também para Erbolato (1991), a proximidade atrai o leitor. Ele se interessa pela divulgação dos fatos que ocorrem perto e estão a ele ligados. Na realidade, todas as notícias locais possuem estas características. E o próprio meio de comunicação deve dar maior enfoque nas notícias da localidade e da região.

Tais atributos são corroborados por Lage (2001, p. 93) que afirma “no campo das avaliações empíricas, alguns itens são consideráveis: a identificação, a intensidade, o ineditismo, a oportunidade”.

Além de colocar como principal característica a atualidade, por sua vez, Melo (2003) cita também a peridiocidade (quantas vezes o fato aconteceu), e a difusão (a maneira como este fato é transmitido à coletividade, de modo a torná-lo acessível). Para ele, a peridiocidade e a difusão estão intimamente relacionadas.

Destaca, também, a universalidade (se o fato é de interesse do público em geral) e a instantaneidade (se a versão do fato é noticiada, em seguida, ao acontecimento). O autor diz ainda que a atualidade e a universalidade se entrecruzam. A essência do jornalismo está no fluxo de informações que ocorrem nas páginas dos jornais.

A notícia é transmitida ao público através de um texto denominado jornalístico. Este somente será escrito pelo jornalista após o processo de captação da informação – pauta, entrevista, fontes, redação e edição. Poderá ter o acompanhamento das fontes consultadas pelo repórter, sendo respeitado o sigilo profissional e ético. Depois de toda esta etapa concluída, ele chega aos leitores.

## **1.6 Texto Jornalístico**

Os elementos básicos da notícia estão no *lide*: o quê (qual o fato ocorrido na notícia), quem (os envolvidos no caso), quando (o momento em que ocorreu o fato), onde (o local),

como (o modo como aconteceu), por quê (a razão pela qual ocorreu esse fato). Conforme Bahia (1990), eles são imprescindíveis na construção do texto jornalístico.

As características que compõem o texto jornalístico, de acordo com Erbolato (1991), são: o *lide*, a abertura do texto, onde o assunto é apresentado de forma resumida ou destacando o fato essencial, o clímax da história; o *corpo*, parte do texto onde o assunto é apresentado no lide e é desenvolvido; o *pé*, informações complementares que podem ser descartadas por questão de espaço.

Ainda, pode-se citar, os elementos que constituem o texto jornalístico: linha-fina, linha de apoio, chapéu, cartola, nariz de cera, legenda, manchete, bandeira, chamada, caixa, título, intertítulo ou entretítulo, sobretítulo ou antetítulo e box(e).

A *linha-fina*, conforme Lustosa (1996), vem logo abaixo do título resumindo a matéria. É uma frase ou período sem ponto final, servindo para completar seu sentido ou dar informações; *linha de apoio*: as aberturas de páginas com título em duas ou mais colunas devem ter uma linha de apoio sob o título principal; *chapéu*: é uma palavra acima do título principal; *cartola*: é uma frase ou expressão abaixo do título; *nariz de cera*: parágrafo introdutório que retarda a entrada no assunto específico do texto; *legenda*: é a frase apresentada logo abaixo da fotografia; *manchete*: é o título principal de uma edição, com uma finalidade específica; *bandeira*: título sem texto de chamada, para página ou caderno; *chamada*: texto curto na primeira página, resumindo as informações publicadas pelo jornal a respeito de um assunto; *caixa*: é a chamada para reportagens internas no alto da primeira página e das capas dos cadernos do jornal; *título*: é o ponto onde converge o interesse e é através dele que o leitor terá condições de decidir se irá ler a matéria completa; *crédito de foto*: nome do autor ou a fonte das fotos publicadas; *entretítulo* ou *intertítulo*: utilizado para realizar uma quebra em texto mais extenso; *sobretítulo* ou *antetítulo*: é o nome dado à linha-fina quando diagramada acima do título e não abaixo; e, *box(e)*: é um modelo de texto relativamente recente, a sua função é possibilitar uma descrição de um ambiente ou de um personagem, a fim de permitir ao leitor situar os diferentes elementos que interferem na informação principal.

O esquema clássico de organização do texto é o da pirâmide invertida. No começo da matéria estão os fatos mais importantes. Os conteúdos dos parágrafos que seguem o *lide* vão

descrevendo os acontecimentos de maior importância até chegar ao final da sua narração (ERBOLATO, 1991).

Menciona o autor, também, que outra maneira de escrever é de acordo com a ordem em que os fatos aconteceram, reservando o clímax da narrativa para o final. É chamado de pirâmide normal. O texto da pirâmide mista começa com o resumo do aspecto mais importante do assunto, depois de feita, a narrativa segue em ordem cronológica até o ponto final.

Depois que o leitor foi aliciado, o autor interrompe a narrativa e desenvolve seu discurso argumentativo, agora já plenamente motivado para o leitor e, ao final, completa a narrativa com o desfecho do *plot*<sup>1</sup>. [...] Esse processo de composição, em um texto argumentativo principia com uma pequena narrativa, real ou fictícia, é bastante utilizado em reportagens, artigos ou editoriais de jornais e revistas, exatamente como recurso para tornar frio pelo menos o início do texto, com o objetivo de captar o interesse do leitor. (ABREU, 1998, p. 71).

Escrever é organizar um pensamento em texto, de maneira lógica e ordenada (GARCIA, 1999). Estes são alguns aspectos comuns aos textos jornalísticos: clareza, concisão, densidade, simplicidade, naturalidade, exatidão, precisão, coerência, variedade, brevidade, ritmo e objetividade.

Ainda para Garcia (1999), possuir domínio sobre o assunto, amplo vocabulário, discernimento e seqüência de idéias (as palavras e frases devem ser ligadas com harmonia), com termos comuns e familiares do público impondo um tom natural ao texto; evitar o uso de palavras com dupla significação ou sentido amplo, isto é, não usar palavras ambíguas; evitar a monotonia estilística: sucessão adequada, no tempo e no espaço; nunca usar duas palavras quando se pode utilizar apenas uma e narrar o fato sem interferência de valores subjetivos e de opiniões, são sugestões para a elaboração de um bom texto jornalístico.

Sempre que surgir uma dúvida na maneira de construir o texto, o profissional não deve deixar de recorrer ao dicionário ou a manuais de redação. São normas práticas preparadas para orientar os jornalistas. Por outro lado, os jornais procuram se adequar a esta realidade e acompanhar a evolução através dos tempos.

---

<sup>1</sup> *Plot* é uma unidade dramática que se compõe de uma *situação*, uma *complicação* e uma *solução*.

A instituição jornalística adaptou-se ao universo geocultural e sociopolítico do meio ambiente onde estava inserido. A mensagem jornalística vem experimentando mutações significativas, segundo Melo (2003), que determinam as suas formas de expressão, mas sobretudo em função das alterações naturais com que se defronta.

Anteriormente, Véron (1989) já afirmava que quando se trabalha com análise de discursos sociais, noções como *tipo de discurso* e *gênero* permitem definir o conjunto de possibilidades discursivas, as quais se reconstruem no tempo por articulação entre, de um lado as modalidades do discurso e, de outro, as atenções do público.

O que distingue estas formas de expressão do jornalismo - informativo e opinativo - é a maneira como os fatos e suas versões são expressos. No Brasil, conforme Pena (2001), o jornalista Luiz Beltrão foi o pioneiro no estudo do gênero jornalístico opinativo, que preocupou-se mais com a funcionalidade do jornal e, em segundo, o professor José Marques de Melo.

Os gêneros informativo e opinativo definem melhor a práxis jornalística brasileira em detrimento da categoria de jornalismo interpretativo e jornalismo diversional, independente das concepções ideológicas que assumem ou do modo de produção econômica que caracteriza a respectiva sociedade (MELO, 2003).

No caso particular do jornalismo interpretativo, a grande mudança parece ter sido o desenvolvimento da reportagem, com o esforço analítico e documental que procurou situar mais precisamente o cidadão diante dos acontecimentos.

Já, em relação ao jornalismo opinativo, como a própria denominação menciona, a sua principal função é formar opinião. Ela pode ser manifestada através da crítica de alguma obra, em artigos sobre os assuntos do momento, no editorial que retrata o pensamento do veículo, numa crônica sobre uma questão em evidência (MELO, 2003). Para o autor, o leitor reage diante das notícias, difundindo conceitos, sejam as opiniões próprias, sejam as que lêem, ouvem ou vêem.

### **1.6.1 Texto Opinativo**

O jornalismo articula-se, em função de núcleos de interesse, sendo um deles a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa). Para uma melhor compreensão é distribuído em editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura, charges e carta. Pode haver a participação de jornalistas, especialistas, convidados, colaboradores, e a comunidade em geral. E isto é de conhecimento comum.

*O comentário, o artigo e a resenha pressupõem autoria definida e explicitada, pois este é o indicador que orienta a sintonização do receptor; já o editorial não tem autoria, divulgando-se como espaço da opinião institucional (ou seja, a autoria corresponde à instituição jornalística). O comentário e o editorial estruturam-se segundo uma angulação temporal que exige continuidade e imediatismo; isso não ocorre com a resenha e o artigo, pois o primeiro, embora freqüente, descobre os valores de bens culturais diferenciados, e o segundo, embora também contemple fenômenos diferentes, não se caracteriza pela freqüência, aparecendo aleatoriamente [...]. (MELO, 2003, p. 66).*

Classifica-se o jornalismo opinativo, em termos de gênero, no espaço destinado à opinião, que engloba: o comentário, o artigo, a análise e a resenha. E a página editorial, da qual fazem parte: o editorial, a caricatura, a coluna, e a crítica (FRASER BOND apud PENA, 2005).

O texto opinativo possui suas próprias normas, nele o espaço deve ser identificado, levando-se em consideração o que foi escrito, segundo Melo:

*Já no caso dos gêneros que se agrupam na área da opinião, a estrutura da mensagem é co-determinada por variáveis controladas pela instituição jornalística e que assumem duas feições: autoria (quem emite a opinião) e angulação (perspectiva temporal ou espacial que dá sentido a opinião). (2003, p. 65).*

O jornalismo opinativo não desaparece quando surge o jornalismo objetivo. Ele tem o seu espaço reduzido, sua presença, na superfície impressa fica circunscrita às páginas chamadas editoriais. Na realidade, o jornalismo opinativo é tão importante quanto o informativo, pois ele permite o confronto de idéias e, ao mesmo tempo, proporciona ao público uma reflexão maior sobre o tema.

### **1.6.2 Texto Informativo**

A separação dos gêneros jornalísticos iniciou, no século XVIII, no princípio para delimitar os textos que continham opiniões explícitas e os que apenas continham o relato dos acontecimentos de forma imparcial. O texto informativo alcançaria o apogeu como categoria

hegemônica, somente a partir do início século XX, quando a imprensa norte-americana acelera seu ritmo produtivo, assumindo feição industrial e convertendo a informação em mercadoria (MELO, 2003).

A primeira tentativa de classificação dos gêneros foi feita pelo editor inglês Samuel Buckley, no começo do século XVII, ao separar o conteúdo do jornal *Daily Courant* em *news* (notícias) e *comments* (comentários). Esta divisão demorou quase 200 anos para ser efetivamente aplicada pelos jornalistas e, até hoje, causa divergências por não haver um conceito unificado de gênero (PENA, 2005).

O primeiro propósito e responsabilidade do jornalismo é assegurar a informação ao povo. Essa responsabilidade requer uma completa objetividade nas notícias. Ao jornalista cabe discorrer sobre os fatos, os acontecimentos e divulgá-los à sociedade, o núcleo de interesses em que o jornalismo se articula, é a informação (informar/saber o que passa).

O texto informativo almeja pela precisão e pela objetividade do fato narrado. Classifica-se em noticiário e subdivide-se em nota, notícia, reportagem e entrevista.

A distinção entre a *nota*, a *notícia* e a *reportagem* está exatamente na progressão dos acontecimentos, sua captação pela instituição jornalística e a acessibilidade de que goza o público. A *nota* corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais freqüente em rádio e televisão. A *notícia* é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A *reportagem* é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística. Por sua vez, a entrevista é um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade. (MELO, 2003, p. 65).

A notícia é o relato de acontecimentos atuais de interesse de uma comunidade. Sua finalidade é informar; não podendo haver opinião do jornalista a respeito do fato noticiado, sendo indicada a imparcialidade do profissional sobre a versão da notícia veiculada. Porém, o jornalista constrói o texto jornalístico através de critérios subjetivos (PENA, 2005).

Por sua vez, a reportagem é a notícia mais detalhada sobre um determinado assunto. Nesse tipo de texto, o jornalista pode dar opiniões e fazer interpretações dos acontecimentos. A reportagem é mais extensa que a notícia e aparece, em geral, dividida em partes, mais ampla, englobando várias nuances, como intertítulos.

Tanto a notícia como a reportagem devem informar o fato, com quem, onde, quando, como, e por que razão aconteceu. A manchete é a chamada principal da reportagem/notícia e tem como objetivo capturar os leitores (PENA, 2005). Desta forma, atrai o leitor e dá uma idéia do que será descrito a seguir.

Já para Lage (2005), a diferença entre notícia e reportagem começa pela pauta. As pautas de notícias normalmente consistem em indicação de suítes (continuação da matéria); sugestões de coberturas sazonais; fatos de interesse público, descobertos a partir de observações pessoais; repetição local de notícias produzidas em outras cidades ou países com bons resultados editoriais; eventos inesperados que chegam à redação por denúncias, pela apuração de rotina pelo telefone ou pelo computador.

Constata-se que as reportagens exigem interpretações, porque as pautas são mais completas, isto é, reúnem todas as informações possíveis sobre o tema ou evento e sugestões editoriais. Também fornecem sugestões quanto à sua abordagem, visando custos e prazo de produção.

Inclusive, as pautas permitem a elaboração de pesquisas prévias e de um pré-roteiro estabelecido com base nelas. Segundo o Manual de Redação da Folha de São Paulo (2001), as notícias não devem ter assinaturas, porém as reportagens devem ser sempre assinadas.

Outro critério importante de diferenciação é a questão do imediatismo na notícia, o que na reportagem é menos importante. Notícias podem gerar reportagens, mas não significa que toda reportagem decorra de uma notícia. Algumas das mais conhecidas reportagens foram produzidas tempo depois dos fatos a que remetem (LAGE, 2005).

Na prosa informativa moderna, levando-se em consideração a maneira como se estruturam, os textos seguem dois modelos: o *expositivo*, nos relatórios, ensaios e na maioria das reportagens; e o *narrativo*, em relatos testemunhais, documentários e na ficção, particularmente, a cinematográfica.

Lage (2005) menciona que, no *texto expositivo*, o primeiro conceito que se deve ter é o de tópico. “Esse é o nome que se dá a qualquer parte do discurso destacada das demais sem

vantagem para o significado, mas correspondendo às intenções do emissor, às suas estratégias discursivas e ao contexto: é o que se chama de recurso *pragmático*”. (LAGE, 2005, p. 40).

Dentre as várias formas de expressões, os conceitos de entrevista e de reportagem foram aprofundados, pois, enquadram-se melhor no objeto de pesquisa. Já que os textos a serem analisados têm como característica principal o relato de um acontecimento, que apresenta uma continuidade de fatos, apoiada em fontes, o que comprovam estes estilos jornalísticos.

A entrevista integrará o estudo deste trabalho, pois em nenhum momento estará desvinculada das reportagens selecionadas. Da mesma maneira, farão parte da pesquisa qualitativa, na primeira parte, quando será aplicada uma entrevista oral junto aos leitores do jornal *Gazeta do Sul* na comunidade santa-cruzense.

#### **1.6.2.1 A Entrevista**

Uma das formas da notícia ser apresentada ao público é através da entrevista. Ela é uma forma de interação social, servindo para pluralizar vozes e esclarecer dúvidas. Toda entrevista serve de interação entre a fonte, o público e o próprio entrevistado. Para Noblat (2003), ela é a arte de ouvir, perguntar, conversar, descobrir. Envolve autenticidade e ética, devendo ser utilizadas perguntas-chave e que atinjam um interesse comum, com questões breves e claras.

Para Erbolato (1991), entrevista, em linguagem jornalística, significa encontro do jornalista ou repórter com a fonte, a fim de interrogá-la sobre seus atos ou idéias, podendo-se publicá-la com autorização da fonte. Uma entrevista pode tratar de um assunto específico ou de vários ao mesmo tempo, dependendo do seu objetivo.

Para o autor, as entrevistas classificam-se em: De *rotina* - é a realizada diariamente. Nesta entrevista, o jornalista busca dados com pessoas que têm maior intimidade e confiança. São as fontes que auxiliam o jornalista com informações rápidas e preciosas e estão dispostas a contar algo novo; *Coletiva* - neste tipo de entrevista, há um entrevistado com vários repórteres. Cada repórter faz uma ou mais perguntas dependendo do tempo disponível.



Na de *grupo* - há um jornalista que questiona várias pessoas sobre um determinado assunto; na *exclusiva* - um determinado sujeito é ouvido por um determinado veículo. Somente um repórter ou um veículo sabe da informação passada pela fonte, que não concede entrevista a outra pessoa; na *individual* - um jornalista ou uma pessoa a realiza, sem ter a necessidade de exclusividade. O outro veículo já pode ter a informação que foi repassada.

A *Pool* – é a coletiva normal, há um pequeno grupo de jornalistas, sendo um repórter o porta-voz, quando as informações são repassadas ao grupo de jornalistas. Acontece durante algum fato importante ou evento, quando existem vários interessados em realizar a entrevista.

O jornalista, na hora de redigir e produzir uma reportagem, utiliza-se das respostas obtidas pelos entrevistados que irão confirmar o fato narrado ao público e, ao mesmo tempo, dar a credibilidade e o respaldo à matéria. As entrevistas são importantes fontes de consulta e sustentação do texto no momento da elaboração de uma reportagem.

### **1.6.2.2 A Reportagem**

A primeira definição teórica de reportagem foi elaborada por Jean Chalaby, em 1836, citado pelo português Nelson Traquina. Ele classifica o repórter como: “uma espécie de empregado que vê como seu dever tomar notas do desenvolvimento dos eventos e que tem o estranho hábito de considerar os fatos como fatos”. (PENA, 2005, p.76).

A reportagem é a exposição que combina interesse do assunto com o maior número possível de dados, formando um todo compreensível e abrangente, segundo o professor Nilson Lage, citado por Pena (2005). O autor apresenta as dificuldades de propor uma definição, mas afirma que:

compreende desde a simples complementação de uma notícia - uma expansão que situa o fato em suas relações mais óbvias com outros fatos antecedentes, conseqüentes ou correlatos - até o ensaio capaz de revelar, a partir da prática histórica, conteúdos de interesse permanente. (LAGE, 2001, p. 115).

Também, a reportagem é classificada sob três pontos de vista. Para Coimbra (1993) ela é expositiva, quando se limita a narração simples e objetiva do fato; interpretativa, quando descreve um acontecimento e inclui outros esclarecimentos que proporcionem melhor

compreensão do assunto; e opinativa, quando orienta ou procura dirigir a opinião do leitor, interpretando o fato.

Já para o professor João de Deus, citado por Pena (2005, p. 76): “a reportagem é um relato jornalístico temático, focal, envolvente e de interesse atual, que aprofunda a investigação sobre fatos e seus agentes”.

O texto da reportagem lida com assuntos sobre fatos, trabalhando do enfoque geral, que é o tema para o particular, que são os acontecimentos. Focaliza a repetição, abrangendo vários aspectos de um tema. Converte também fatos em assunto, traz a repercussão, o desdobramento aprofundado com uma pauta mais complexa, ao apontar causas, contextos, conseqüências e novas fontes.

Possui, ainda, a intenção de transmitir uma visão interpretativa (JOÃO DE DEUS, citado por PENA, 2005). A criatividade na elaboração do texto e a imagem, utilizada através da fotografia, são formas de seduzir e capturar o receptor, instigando-o à leitura dos textos.

#### **1.6.2.2.1 A Fotografia**

A fotografia é inventada no século XIX, produto da revolução industrial, e desempenha função especial nos veículos impressos. Conforme Santaella (2001), ela é tão importante como a internet, que é uma invenção do final do século XX, fruto da revolução cibernética, digital e teleinformática. Apesar de o uso de fotos ser prática antiga, softwares, como o *Adobe Photoshop*, melhorias no hardware, a câmara digital e o implemento de impressoras coloridas agilizaram e permitiram sua maior utilização nos jornais.

Muito antes de haver câmaras digitais, já existia a tecnologia digital da câmara escura. O *Adobe Photoshop* e o *Letraset ColorStudio* surgiram em 1989, mas mesmo antes disso havia um programa de edição de imagem em preto-e-branco chamado *Digital Darkroom*, da *Silicon Beach Software*. (ROSE, 1998, p. 13).

Serve para ilustrar e complementar a mensagem da reportagem. Ao mesmo tempo que instiga a leitura, ela deve ser clara, pois chama a atenção para o texto referido. A fotografia é uma extensão da capacidade de olhar, e se constitui em uma técnica de representação da realidade que, pelo seu rigor e particularismo, se expressa através de uma linguagem própria e inconfundível (GURAN, 1992).

No caso do fotojornalismo, o conteúdo da foto é o fato jornalístico (a notícia), sua função é a de ilustrar a realidade, transmitir visualmente, emocionar, provocar reações no leitor e limitar a abstração. A foto reduz e conduz o receptor a uma interpretação objetiva, não fugindo da imagem retratada (ROSE, 1998). A forma de fotografar que interessa é aquela que resulta em maior eficiência na transmissão desta informação.

Véron (1989) afirma que cabe à fotografia, dentro da ideologia da profissão do jornalista, refletir o real que estava presente no momento em que a foto foi tirada e, nesse sentido, a de imprensa seria a figura mais representativa da objetividade da informação. Porém, a visão da fotografia como reflexos dos acontecimentos excluiria a enunciação e, afirma ainda o autor, que o discurso existe porque são realizadas escolhas para se produzir um enunciado, as quais são feitas a partir de inúmeras possibilidades discursivas.

O ato de fotografar se realiza em uma fração mínima de tempo, e essa característica marca toda a sua complexidade e a sua singularidade. Na simples e precisa definição do fotógrafo francês Frank Horvat, citado por Guran (1992), “a fotografia é a escolha de um enquadramento no espaço e de um instante no tempo” (1992, p.17). O que a coloca como a única técnica de representação da realidade que, utilizando a luz, trabalha com um único momento selecionado.

No fotojornalismo, mais do que em qualquer outro campo do fazer fotográfico, a escolha do momento é fundamental para a otimização do resultado (GURAN, 1992). Fotografar é um ato pessoal e intransferível, resultante da imprescindível interação entre o fotógrafo e o conteúdo da cena abordada.

Também para Véron (1989), as imagens fotográficas, que aparecem no interior de um discurso, não podem ser analisadas ou interpretadas isoladamente, mas dentro de um contexto que emana da estratégia global do veículo. Assim, as regras de estratégia que definem que para cada título de imprensa possuem um *contrato de leitura*, sendo o leitor assíduo aquele receptor que aceita a proposta do contrato. A fotografia, também, materializa a jogada fundamental da manchete para conservar seus leitores.

Para Guran (1992), é importante considerar que a linguagem fotográfica é eminentemente sensorial e sensitiva, embora exista uma certa racionalidade no seu processo de construção, leitura e absorção. Talvez por isso mesmo, a fotografia mais do que o discurso escrito, seja rápida ao induzir o leitor a uma associação de idéias (percepções) ou sentimentos recorrentes à informação apresentada.

As fotografias compõem uma interface dos textos analisados nesta pesquisa. O próximo capítulo trata sobre a influência da intertextualidade, na assimilação das informações (através das fotografias e dos textos jornalísticos), relacionado-a com os estudos ' percepção.

## 2 ESTUDOS DA INTERTEXTUALIDADE E A RECEPÇÃO DA COMUNICAÇÃO

### 2.1 A Intertextualidade

A percepção de um leitor está intrinsecamente vinculada a um conhecimento prévio, que ele já traz consigo, e a sua capacidade de fazer referências e realizar comparações. É inerente à condição de seres racionais tanto modificar suas opiniões, quanto de sofrer influências externas, na formação destas. A possibilidade deste diálogo estabelecido entre um saber já existente e um saber que pode ser descoberto pelo público é a característica principal de um recurso intertextual.

Para Platão e Fiorin (1998, p.13), “nenhum texto é uma peça isolada, nem uma manifestação da individualidade de quem o produziu”. De uma forma ou de outra, constrói-se um texto para através dele, marcar uma posição ou participar de um debate de escala mais ampla que está sendo travado na sociedade. Até mesmo uma simples notícia jornalística, a aparência de neutralidade, tem sempre alguma intenção por trás. Qualquer texto, por mais objetivo e neutro que pareça manifesta sempre um posicionamento frente a uma questão qualquer posta em debate.

[...] convém enfatizar que toda leitura, para não ser equivocada, deve necessariamente levar em conta o contexto que envolve a passagem que está sendo lida, lembrando que esse contexto pode vir manifestado explicitamente por palavras ou pode estar implícito na situação concreta em que é produzido. (PLATÃO e FIORIN, 1998, p. 13).

A intertextualidade constrói o sentido, pois os textos não permitem uma leitura ingênua, estimulam um olhar crítico. Eles ocasionam uma transformação em quem lê, acrescentando dados que ainda não haviam sido assimilados pelos indivíduos, e

influenciando-os de tal maneira, que, por mais superficial e descompromissada seja a leitura, após tê-la feito, eles não serão mais os mesmos.

A intertextualidade designa não uma soma confusa e misteriosa de influências, mas o trabalho de transformação e assimilação de vários textos, operado por um texto centralizador, que detém o comando do sentido. (JENNY apud CARVALHAL, 1986, p. 14).

Portanto, este diálogo entre um texto e outro escrito anteriormente, segundo Beaugrande e Dressler, citado por Frasson (1991), que acontece quando o leitor, ao ler um determinado assunto (no caso em questão, uma reportagem), identifica/retoma fatos, acontecimentos, personagens, lugares descritos, entre outras informações já mencionadas, denomina-se intertextualidade.

Em textos jornalísticos informativos, denominado de reportagem, é comum ao jornalista, através de citações dar voz às fontes, para poder descrever o que aconteceu. Ao capturar impressões pelas palavras de pessoas que possuem uma percepção diferenciada do jornalista, que serve de argumentação/sustentação às suas idéias, configura-se assim a polifonia.

A reportagem é um relato sobre uma dada realidade, que ao ser elaborado, trabalha-se com uma linguagem/expressões que reproduzam as idéias de seu tempo e da sociedade em que vive. Uma sociedade é dividida pelos interesses antagônicos dos diferentes grupos sociais, e estes grupos produzem idéias contrárias entre si. Esta discordância é natural e permite diversos pronunciamentos com relação aos mesmos dados, não se produzindo apenas uma única forma de ver a realidade.

Conforme Platão e Fiorin (1998, p. 37), pode-se imaginar que o texto admite três planos distintos na sua estrutura:

1) uma estrutura superficial, onde afloram os significados mais concretos e diversificados. É nesse nível que se instalam no texto o narrador, os personagens, os cenários, o tempo e as ações concretas. 2) uma estrutura intermediária, estrutura narrativa, onde se definem basicamente os valores com que os diferentes sujeitos entram em acordo ou desacordo. 3) uma estrutura profunda, onde ocorrem os significados mais abstratos e mais simples. É nesse nível que se pode postular dois significados abstratos que se opõem entre si e garantem a unidade do texto inteiro.

Os textos apresentam possibilidades de inúmeras associações/interpretações, que mexem com a realidade e as percepções. Cabe ao leitor percebê-las ou não, dependendo da sua bagagem de informação, conhecimento, cultura, educação, e a visão de mundo modificasse. O próximo item do capítulo 2 estuda a recepção, que é principal objetivo desta pesquisa de campo. Sendo descrito a sua evolução e o estágio atual.

## 2.2 A Recepção da Comunicação

A recepção não pode ser vista apenas como uma etapa do processo de comunicação. O seu papel é fundamental e bem maior, pois permite uma interrelação entre as áreas do saber. Para Martín-Barbero, citado por Escosteguy e Jacks (2005), ela é um lugar novo de onde devem ser repensados os estudos e a pesquisa em comunicação.

Realmente, o processo da Comunicação, como processo social básico está inserido no objeto de todas as ciências sociais. Assim, por exemplo, a Psicologia estuda as intenções do comunicador, ou o comportamento do receptor, a Sociologia estuda os hábitos do receptor ou a credibilidade dos canais; o Direito analisa a estrutura normativa do comunicador institucionalizado; a Antropologia estuda os padrões culturais difundidos nas mensagens, etc. [...] Da mesma maneira, para realizar tais estudos, as referidas ciências sociais vão buscar reforço nas Ciências da Informação. (MELO, 1998, p. 63).

Deve-se levar em conta as diferenças culturais, étnicas, geográficas de uma população que irão determinar as diferenças resultantes na recepção da mensagem. A questão básica é refletir sobre o porquê das pessoas receberem a informação, mas não compartilharem da mesma forma de receber a mensagem.

A informação é unidirecional, favorece a um grupo hegemônico, no entanto a mensagem veiculada não é recebida e interpretada mesma forma, as pessoas compartilham de visões de mundo diferenciadas.

Não era no local de trabalho, não era em outros lugares de recepção. Jesús Martín-Barbero fala em lugares de recepção - fica claro que não podemos desvincular o receptor de seu espaço social de recepção e que esse espaço social é diferenciado e institui sociabilidades e modalidades diferenciadas de recepção. (LEAL, 1995, p. 119).

Os estudos de recepção iniciaram-se nas últimas décadas do século XX. Na segunda metade dos anos 80, Delia, citado por Santaella (2001), afirma que antes do reconhecimento da comunicação, como uma área de conhecimento que ocorreu nos Estados Unidos, na década

de 40, e continuando depois disso, uma das características da pesquisa em comunicação sempre foi a sua fragmentação como uma preocupação tópica que atravessa todas as áreas das ciências sociais e humanas.

No Brasil, os estudos sobre recepção, no meio acadêmico, tiveram início nos anos 70, porque nesta época foram implantados os primeiros cursos de pós-graduação, aumentando a produção científica. Esta também foi utilizada para designar práticas de recepção midiática e para indicar o interesse pelos receptores de um modo geral, pois a expressão é pertinente para abarcar uma diversidade de experiências (ESCOSTEGUY E JACKS, 2005).

A apresentação da trajetória brasileira assume um caráter de narrativa sobre o seu desenvolvimento, em especial dos anos 70 aos 90, devido à escassez de bibliografia que dê conta do estado da arte de pesquisa que toma como foco central práticas de recepção midiática no contexto acadêmico nacional (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p. 79).

A comunicação tem diversas interfaces na constituição da sociedade atual, interessando a vários setores como um meio de inserção social. Nesta perspectiva, a recepção é algo multidisciplinar que ultrapassa os interesses da comunicação em si, atingindo outros campos do saber (RÜDIGER apud ESCOSTEGUY; JACKS, 2005).

O indivíduo na era moderna se encontra em uma sociedade que o manipula. Para Eco (1993), ele torna-se um mero receptor dos bens culturais, de acordo com a Teoria Crítica, abordada pelos estudiosos da Escola de Frankfurt (visão apocalíptica).

Seria, portanto, o indivíduo, um sujeito paciente, que recebe alienadamente o que a mídia veicula. Para os adeptos dessa teoria, a grande expansão dos meios de comunicação serviu para atrofiar e detonar a formação de opinião própria, ao considerar que a grande massa atomizada perderia a sua capacidade crítica, tornando-se incapaz de reagir diante do que lhe é imposto, sendo meros receptores da informação, do saber, do que a mídia anuncia e propaga.

Visão abertamente pessimista, pois tais estudiosos da escola européia propagam a perda da identidade e da capacidade de raciocínio, diante da sociedade de massa, que feita em larga escala, padroniza e estandardiza as informações.



Estas concepções são contestáveis, pois as relações interpessoais e as experiências vividas e armazenadas são relevantes. Ao não considerar que o meio ambiente do indivíduo reflete na percepção, pois nem todas as pessoas recebem a informação, da mesma forma, minimizam a subjetividade envolvida em qualquer situação.

Nesse sentido, podemos dizer que o repertório varia de indivíduo para indivíduo e, no mesmo indivíduo, de momento a momento. De fato, o repertório de uma pessoa nunca é o mesmo do de outra pessoa, mesmo que sejam irmãos e se tenham dedicado, por exemplo, a uma mesma profissão. Há diferenças bem maiores entre repertórios, como a que existe entre pessoas de culturas diferentes. Um irlandês e um gaúcho típico do Rio Grande do Sul, terão repertórios fatalmente muito diferentes. (ABREU, 1998, p. 68).

Por outro lado, há outra visão, mais ufanista (Integrados da escola americana) , ambas dadas na obra “Apocalípticos e Integrados” de Umberto Eco, que revela e ressalta a importância que desempenham os meios de comunicação na sociedade. Ou seja, o papel que exercem os meios de comunicação na formação dos indivíduos. Os próprios meios de comunicação de massa são vistos como um suporte, uma ferramenta, que auxiliam os indivíduos a terem acesso a uma mesma informação igualitária.

Para Fausto Neto (1995), a noção de sujeito passivo não é aceita, uma vez que ele é chamado a efetuar caminhadas, percursos, no interior do campo discursivo, a partir de seus próprios saberes, sobre as suposições de que o campo da emissão faz ao estruturar o discurso, de que o receptor já sabe acerca daquilo que lhe é dito. A leitura do texto possibilita perceber que o meio de comunicação constrói a mensagem para um receptor que ele mesmo julga conhecer. Na realidade, as mensagens veiculadas reforçam a ideologia dominante.

Ondina Fachel Leal (1995, p. 115), afirma que o receptor está vivo, ele vivencia as informações que recebe:

Não só acho que ele está vivo, mas que ele é segmentado. Não corresponde à idéia “clássica”, à idéia da cartilha que repetíamos sem questionamentos, à idéia de homogeneização, de massificação. O que eu queria mostrar era exatamente o oposto: há leituras possíveis de uma mesma mensagem, há grupos diferenciados.

Não é feita uma pesquisa qualitativa para que se verifique a necessidade de informação do grupo, da comunidade e, principalmente, de como as pessoas querem ver os assuntos tratados pela mídia. A função do jornalista é informar o que o leitor quer saber

(FAUSTO NETO, 1995). No exemplo dos programas de televisão ou de rádio, o jornalista é encarregado de fazer a pergunta que o telespectador ou ouvinte quer saber.

Ainda para Fausto Neto (1995), há muitos tipos de texto para vários públicos: uma determinada manchete, por exemplo, explica quase tudo para o leitor, supõe-se que o receptor chegue a uma interpretação precisa. Os meios de comunicação deixam de complementar informações para que o leitor chegue a uma determinada conclusão pré-disposta, construindo ou reconstruindo uma rede simbólica de significados, conforme sua visão e percepção de mundo.

Segundo Barros Filho (1995), há correntes de pensamentos divergentes. Ele afirma que há quem receba as informações sem emitir senso crítico sobre elas. Estas pessoas não colocam subjetividade sobre os temas abordados e são caracterizadas como mongólicas, cuja principal característica é a falta de filtro às mensagens recebidas.

Outros sujeitos se comportam como autistas, alheios à realidade, sendo incapazes de reconstruir a mensagem recebida (BARROS FILHO, 1995). Mas, existem também os receptores ativos que interagem com as mensagens recebidas e são capazes de analisar os fatos, a sua veracidade e aquilo que é exagerado ou invertido mediante a realidade.

Ainda para Barros Filho (1995), o meio tem a capacidade de formar a opinião através da exposição seletiva, pois o sujeito receptor vai absorver o que mais lhe interessa e, conseqüentemente, não irá memorizar o que não lhe interessa. Os meios influenciam as pessoas, pois elas sentem a necessidade de tomar uma atitude. Há, nas pessoas, uma tendência à influência das informações. Elas selecionam os assuntos que lhes interessam no contexto da vida como política, vestibular, compra de um carro.

A exposição e a atenção seletivas consistem no grau de interesse do que as pessoas escolhem para ler ou ouvir. Alguns fatores que condicionam a exposição seletiva são: a utilidade da informação para o receptor, a intencionalidade seletiva com conseqüência de características da personalidade do receptor, a familiaridade ou o envolvimento decorrente da utilização da recepção de certos produtos midiáticos e o conseqüente acordo prévio, que existe entre informação e expectativa de informação, as causas e conseqüências que esta

informação vai gerar (BARROS FILHO, 1995). Todos se fundamentam na idéia de que a exposição envolve uma escolha, uma preferência.

Os autores Fausto Neto (1995), Barros Filho (1995), Leal (1996) e Eco (1993) concordam que o grau de entendimento de uma mensagem está diretamente ligado ao contexto em que o receptor está inserido. A visão de mundo do receptor, sua percepção, seus valores, nível cultural e socioeconômico contribuem para a decodificação das mensagens veiculadas pela mídia, pela sua retenção ou não. Convém, ainda, salientar que Eco (1993) aborda a função e a influência que os meios de comunicação exercem na vida dos receptores.

Já para Moran (1991), a leitura crítica é um processo esclarecedor que irá influenciar diretamente na recepção dos produtos veiculados pelos meios, cada sujeito apresenta um grau de percepção diferente das mensagens divulgadas pelos órgãos de comunicação. O autor afirma que ler é perceber, julgar.

Para o autor, o histórico pessoal, a experiência de vida, o meio em que o sujeito vive, as relações que mantém com as outras pessoas, os valores, a educação, a família, determinam fundamentalmente a compreensão da mensagem e, posteriormente, a sua percepção.

A leitura que Moran (1991) sugere que se faça é a consciente, observadora, de não aceitar como verdade absoluta o que é veiculado pelos meios de comunicação, julgando o que serve. Perceber da maneira como é feito, como algo pronto, e sem necessidade de interpretação do que é informado. O importante é ter uma reflexão crítica sobre o que os meios de comunicação colocam à frente a cada instante e entender o conteúdo das mensagens transmitidas, ir além do que os meios divulgam ao público.

Com uma visão mais ampla da relação existente entre o emissor e o receptor, Santaella (2001) considera que há uma interação, onde estes dois sujeitos unem-se e transformam-se. Esta influência do meio de comunicação no meio social, volta modificando o próprio emissor (que acaba se adaptando para atingir certo público), e o receptor, gerando desse modo um círculo, sem começo nem fim.

O contexto tem, pelo menos, quatro dimensões: física, cultural, sócio-psicológica e temporal. A dimensão física refere-se ao ambiente tangível e concreto no qual a comunicação ocorre, exercendo alguma influência sobre o conteúdo do que é

comunicado. A cultural se refere às regras e normas dos comunicadores, crenças e atitudes que são transmitidas de uma geração a outra. A sócio-psicológica inclui os papéis sociais desempenhados pelas pessoas, a formalidade, informalidade, seriedade ou humor da situação, etc. A temporal inclui desde o momento do dia em que a comunicação se dá até o modo como ela se insere na seqüência temporal de eventos comunicativos. (SANTAELLA, 2001, p. 84).

Ao transmitir mensagens, o emissor vale-se de mecanismos que dão suporte e facilitam a recepção. Então, realiza-se uma interface entre o território do emissor, como sujeito da mensagem, e o território da recepção (SANTAELLA, 2001). Confirma a autora que

Essa interface é bastante complexa, especialmente quando os processos comunicativos são considerados à luz dos modelos circulares da comunicação, segundo os quais, através de processos de *feedback* e *feedforward*, os papéis do emissor e receptor não são fixos, mas intercambiáveis. (SANTAELLA, 2001, p. 97).

Ainda a autora afirma que, na interface do território da mensagem com o da recepção das mensagens, situam-se as pesquisas referentes a perfil de público: a que classe este público pertence; faixas repertoriais: o grau de percepção que cada sujeito traz consigo; nível de audiência: campo de abrangência em relação à quantidade de leitores envolvidos; a eficácia comunicativa e persuasiva; manipulação ideológica; mudanças de atitude e formação de opinião frente às mensagens recebidas; os mecanismos de condicionamento que as mesmas produzem no receptor.

O nosso repertório varia, também, com disse, de momento a momento. Uma pessoa, aos 45 anos, não tem, nessa idade o mesmo repertório da sua adolescência. Nesse sentido, a famosa sabedoria do mais velhos seria nada mais nada menos do que a sabedoria de alguém que, por ter mais anos de vida, acumulou um repertório mais rico de experiências. (ABREU, 1996, p. 69).

Santaella (2001) defende a idéia de que há uma troca e uma co-relação entre o emissor e o receptor. Escosteguy & Jacks (2005) concordam com Santaella (2001) no que diz respeito à integração entre a comunicação de massa e às demais práticas da vida social. Assim como possuem diversas interfaces com diversos ramos do conhecimento (psicologia, psicanálise, antropologia, sociologia, filosofia, entre outros).

É nessa interface que se situam tanto os estudos sobre o modo como diferentes audiências interpretam a mesma mensagem de maneira diferenciada, quanto os estudos sobre os efeitos afetivos, psicomotores, cognitivos das mensagens sobre os receptores. (SANTAELLA, 2001, p. 95).

No território da mensagem e dos códigos pesquisa-se os discursos, as técnicas de persuasão, assim como as regras de produção textuais. Santaella (2001) ao realizar um

mapeamento da área da comunicação, divide-o em territórios, limitados pelos elementos do processo comunicativo. Inserem-se neste contexto todas as teorias e as ciências que estudam as linguagens, os diferenciados tipos de signos, a significação, a informação e os sistemas.

No território dos meios e modos de produção das mensagens, Santaella (2001) concorda que a sociedade é uma fonte importante para a produção de mensagens e merece ser estudada.

Para pesquisar sobre essas questões relativas ao modo de produção das mensagens é necessário levar em consideração o desenvolvimento das forças produtivas sociais, pois é da sua história que advêm os suportes, canais, meios físicos e tecnológicos para a produção das mensagens. As linguagens, sejam elas quais forem, são materialmente produzidas de acordo com suportes, instrumentos, meios e técnicas que são tão históricas quanto as próprias linguagens e as instituições que as abrigam. (SANTAELLA, 2001, p. 87).

No território que analisa o emissor ou fonte da comunicação, questiona em que ambiente o emissor está inserido, seja em organismos, sistemas, instituições ou corporações. Se este sujeito sofre ou não certo constrangimento econômico, ideológico, mercadológico e qual a relação existente entre a comunicação e estes fatores externos (SANTAELLA, 2001). Neste campo, a autora considera o ponto de vista do emissor como produtor da mensagem.

No território do destino ou recepção da mensagem é observada a influência das organizações, porém sob a ótica não só do modo como a mensagem circula mas, também, a forma como reflete no receptor, que a autora considera possuir caráter organizacional (SANTAELLA, 2001). Novamente, levanta a hipótese da interferência do receptor na mensagem que recebe.

No campo (5.4)<sup>2</sup> do sujeito ou emissor da mensagem e suas interfaces, situam-se a psicologia, a psicanálise, a antropologia, as ciências cognitivas nos seus aspectos voltados especificamente para a mente e cognição. Nas interfaces, situam-se as teorias das organizações e as teorias do marketing aplicado à comunicação. (SANTAELLA, 2001, p. 100)

A diferença existente entre a visão do público e os objetivos das organizações, são elementos importantes na construção da mensagem. Apesar de um interferir diretamente no

---

<sup>2</sup> No campo (5.4), situa-se o território do emissor ou fonte da comunicação.

outro, eles mantêm-se estruturalmente distantes, o que ficará comprovado na análise realizada no próximo subitem.

### **2.2.1 Público e Organização**

O conceito de público classifica-se em interno e externo. Neste trabalho o público interno foi composto pelos repórteres e editores que atuaram diretamente na confecção das matérias analisadas pelo público externo, que por sua vez foi formado por indivíduos de classes sociais, escolaridade idades diferentes, divididos entre homens e mulheres. Desenvolvendo-se assim, uma pesquisa qualitativa.

No âmbito mercadológico da comunicação de massa, público é sinônimo de consumidor, geralmente limitado à base de pesquisas de opinião, amostras, sondagens, enquetes. Neste contexto não há um público, mas dados estatísticos, identificando-se mais com a massa e a audiência do que com própria participação ativa do receptor.

Para Fortes (2003), a classificação dos públicos não se confunde com a sua formação, pois ela decorre dos níveis de influência do relacionamento empresa/grupo e grupo/empresa. O grau de aproximação entre o público e a organização é maior ou menor quanto for sua dependência financeira, social, jurídica, e o seu comprometimento pessoal no sucesso dos grupos e nos destinos da organização.

Para este estudo considera-se a organização formal, pois o Grupo Gazeta de Comunicações, que publicou as reportagens analisadas, é uma organização baseada em uma divisão do trabalho racional que especializa órgãos em determinadas atividades. Onde a função de cada um dos envolvidos é pré-definida, na qual as pessoas interagem entre si para alcançar objetivos específicos.

Com relação ao segmento do jornal impresso, percebe-se a existência da divisão da organização, em nível departamental com nuances de divisão de tarefas e operações entre os seus colaboradores (CADERNOS MARE DA REFORMA DO ESTADO, 1998). Que ocorrem de forma fixa, trocando de posição dentro de uma mesma hierarquia

A metodologia utilizada nesta pesquisa busca descrever a relação entre o jornal *Gazeta do Sul* que é uma organização, seu público interno e o seu público externo. Apresentando a história do veículo e sua história, para poder ambientar melhor seu espaço e sua importância junto à sociedade.

### **3 METODOLOGIA DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO APLICADA AO OBJETO DE ESTUDO E A APRESENTAÇÃO E HISTÓRIA DO VEÍCULO QUE GEROU AS REPORTAGENS**

#### **3.1 Metodologia de Pesquisa em Comunicação Aplicada ao Objeto de Estudo**

A pesquisa em comunicação compreende o estudo científico dos elementos que integram o processo comunicativo, a análise de todos os fenômenos relacionados ou gerados pela transmissão de informações, sejam dirigidas a uma única pessoa, a um grupo ou a um vasto público.

A pesquisa em comunicação assume a natureza do campo interdisciplinar de estudos, envolvendo não apenas as investigações lingüísticas, educacionais, jornalísticas, cibernéticas, as pesquisas próprias da ciência da informação, mas englobando também as iniciativas em outras áreas das ciências humanas, sociológicas, psicológicas, históricas, antropológicas, entre outras.

Ao estudar a mensagem e o canal, descrevendo seu conteúdo, sua forma, sua simbologia, suas técnicas de difusão, e relacionando com o estudo do receptor, suas motivações, suas referências, suas reações, compreende-se o seu comportamento perceptivo. As referências pré-existentes, as reações externalizadas, geram fontes, que sistematizadas recuperam as informações e os efeitos produzidos pela mensagem junto ao receptor.

As técnicas e os métodos utilizados na pesquisa que tem maior emprego são os métodos da observação. Segundo Melo (1998), através da técnica entrevista oral, questionário



escrito, da observação participante ou não, do registro mecânico, o método experimental e o método comparativo.

[...] Pesquisar, assim, é sempre dialogar, no sentido específico de produzir conhecimento do outro para si, e de si para o outro, dentro de contexto comunicativo nunca de todo devassável e que sempre pode ir a pique. Pesquisa passa a ser, ao mesmo tempo, método de comunicação, pois é mister construir de modo conveniente a comunicação cabível e adequada, e conteúdo da comunicação, se for produtiva. Quem pesquisa tem o que comunicar. Quem não pesquisa apenas reproduz ou apenas escuta. Quem pesquisa é capaz de produzir instrumentos e procedimentos de comunicação. Quem não pesquisa assiste à comunicação dos outros. (DEMO, 1997, p. 39).

A pesquisa deve ser integrada, utilizando um referencial muito maior para que se possa entender, que não considere apenas um processo comunicativo, mas se verifiquem os processos que são alheios à comunicação, entre áreas do saber, interligando-as várias áreas do conhecimento. Na realidade, a pesquisa em comunicação abrange várias áreas do conhecimento humano e compreende outros segmentos culturais.

Uma pesquisa didática, compilatória, se organiza através de dados já existentes, e uma pesquisa científica verifica e descobre dados novos ou confirma teorias antigas. As duas pesquisas são fundamentadas em cima de realidade como, por exemplo, no trabalho de campo, onde observa-se dados empíricos, concretos ou através de material de consulta, pesquisa bibliográfica (ECO, 1993).

A partir da relação entre teoria e prática, obtém-se informações concretas que permitirão a realização de uma pesquisa qualitativa ou quantitativa. A pesquisa quantitativa fornece os números, dados estatísticos. E a pesquisa qualitativa fornece a opinião pessoal de cada entrevistado. Os dois métodos podem ser usados, segundo Eco (1983), na pesquisa compilatória e na produção cultural.

O objetivo deste trabalho foi fazer um estudo sobre a recepção de notícias veiculadas a respeito da inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul, no período de 10 a 13 de junho de 2005, na editoria Geral, pelo jornal *Gazeta do Sul*, de Santa Cruz do Sul. A escolha do veículo foi por ser o meio de comunicação de maior abrangência na cidade e na região e por ter divulgado as quatro reportagens que foram o objeto de estudo desta pesquisa. Não se optou por trabalhar as competições do automobilismo e os bastidores das corridas, no

evento, porém as notícias que dizem respeito à importância da obra ao município e à comunidade santa-cruzensense.

Também, justifica-se esta escolha, devido ao interesse despertado na população desde o anúncio da construção do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul, em 2002, até a sua inauguração em 2005. Conforme Romero<sup>3</sup> (2006), o próprio jornal veiculou nas páginas de opinião uma polêmica em torno do assunto, onde havia grupos favoráveis à construção da obra e outros não.

Convém salientar que, conforme especialistas, cada exemplar do jornal *Gazeta do Sul*, em circulação, é lido por quatro pessoas. Este fator foi decisivo na escolha deste órgão de comunicação impressa para realizar esta pesquisa sobre a recepção junto à comunidade santa-cruzensense.

O método empregado no trabalho foi a pesquisa qualitativa, com a técnica de entrevista oral empregando-se, também, o questionário escrito. Cada entrevistado assinou um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (ANEXO A), em duas vias, que garantia que a sua identificação não seria revelada e, na discussão das respostas obtidas, haveria sigilo.

Na primeira parte foi executada a entrevista oral. Na segunda parte, cada leitor respondeu por escrito as questões referentes às reportagens escolhidas. Uma semana após, voltou-se à casa de cada leitor para recolher o questionário escrito e, em seguida, aplicou-se a segunda parte da entrevista oral.

Foram realizados dois testes-pilotos, cronometrados, para avaliar o tempo mínimo necessário de cada entrevistado para responder às questões propostas, na parte escrita. Verificou-se que, no primeiro teste-piloto, o entrevistado não havia lido nenhuma das notícias e demorou duas horas para responder às questões relativas as quatro reportagens selecionadas. Já, no segundo teste-piloto, o entrevistado/leitor havia lido as notícias e demorou uma hora para responder as questões propostas.

---

<sup>3</sup> Maria Roselane Zoch Romero - Chefe de Redação do jornal *Gazeta do Sul* - funcionária desde 1989 do *Grupo Gazeta de Comunicações*.

As entrevistas orais e os questionários escritos foram realizadas no período de 02 a 15 de maio de 2006, com 11 pessoas da comunidade. A faixa etária compreendeu a idade entre 18 a 65 anos, pois era importante ter a participação na pesquisa de um público que envolvesse todas as diferentes faixas etárias. As pessoas são residentes no centro e nos bairros Avenida, Goiás e Santo Inácio, do município. Pertencentes às classes: A, B e C. Como objeto da pesquisa e material para consulta dos entrevistados, utilizou-se as notícias do jornal *Gazeta do Sul*, veiculadas na editoria Geral, referentes à inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul.

Entrevistou-se cinco homens e seis mulheres que possuíam o ensino médio completo e/ou recém-ingressos na universidade e os mesmos responderam às questões pertinentes ao questionário escrito. E, para a realização deste trabalho, optou-se pela pesquisa qualitativa junto ao público santa-cruzense. Os entrevistados/leitores pertencem a diferentes classes sociais. Para a concretização da mesma, quatro reportagens foram selecionadas: uma (1) do dia 10 de junho de 2006, um (1) dia anterior à inauguração do evento; dos dias 11 e 12 de junho de 2006, também uma matéria de cada dia, porque foi o dia 12 de junho de 2006 a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul; e do dia 13 de junho de 2006, duas (2) matérias, pois foi o dia posterior à inauguração da obra.

As matérias deste período retratam o ponto máximo do assunto nas páginas do jornal *Gazeta do Sul*. De acordo com Appel Júnior<sup>4</sup> (2006), o jornal desde 2002, época do anúncio oficial da construção do autódromo pelo ex-prefeito, Sérgio Ivan Moraes, trata do tema em suas páginas. O veículo de comunicação intensificou mais as notícias quando faltava meio ano para sua inauguração. Desta forma, procurou informar ao máximo o leitor santa-cruzense em torno do assunto.

Dentre as principais perguntas realizadas, na primeira parte da entrevista oral, estavam as questões sobre a identificação do entrevistado, contendo informações sobre sexo, onde reside: centro ou arredores, escolaridade, profissão, se assinante ou não-assinante do jornal *Gazeta do Sul*, se leu o jornal pesquisado, se leu as notícias no período destacado,

---

<sup>4</sup> Jansle Appel Júnior – Repórter do jornal *Gazeta do Sul* desde dezembro de 2003.

correspondendo às questões de número 1 a 17 (ANEXO B). Já, na parte do questionário escrito, foram realizadas as questões referentes às reportagens selecionadas, abrangendo o número 1 ao 11 (ANEXO C).

Na segunda parte da entrevista oral, realizada no dia do questionário escrito, com o mesmo entrevistado, foram realizadas as perguntas correspondentes às questões de número 18 a 20 (ANEXO B). Também foi observado se os leitores haviam respondido a todas as questões do questionário escrito.

Pôde-se perceber que o evento, a inauguração do *Autódromo* Internacional de Santa Cruz do Sul, gerou notícias e modificações no jornal *Gazeta do Sul*, nas editorias Geral e Esportes. E voltou ao público despertando mais interesse, uma ampliação do espaço dentro da editoria de Esportes da *Gazeta do Sul*, com a divulgação de possíveis provas que pudessem vir a ser disputadas na cidade. Um espaço fixo foi criado com a coluna *Bandeirada*. Conforme Loewe (2006), “Esta visa divulgar as notícias sobre as competições, bastidores, toda e qualquer atividade no lugar. Inclusive as benfeitorias no Autódromo, pois, a obra não foi toda finalizada e a sua conclusão pode acontecer em alguns anos”.

A cada disputa, o espaço destinado à divulgação do evento é ampliado a fim de retratar a febre pelo automobilismo. Segundo Stülp<sup>5</sup> (2006), por exemplo, ganham maiores espaços a *Stock Car* e outras competições que trazem o interesse de outros centros do país para Santa Cruz do Sul.

Quanto ao automobilismo, conforme Stülp (2006), a *Gazeta do Sul* abriu espaço para o esporte nas suas páginas, a partir da década de 70, com Émerson Fitipaldi, quando houve o *boom* do esporte em nível mundial. A *Fórmula 1* teve um maior destaque, no final da década de 80 e início da década de 90, com as sucessivas vitórias de Néelson Piquet e Ayrton Senna.

Ainda, Stülp (2006) afirma que a *Gazeta do Sul* via-se na obrigação de manter os leitores informados a respeito da categoria mais forte do automobilismo mundial, porque entre

---

<sup>5</sup> Jacson Miguel Stülp - Repórter do jornal *Gazeta do Sul* desde 1993.

os principais pilotos da categoria estavam os brasileiros. Ao mesmo tempo, nesta época se acompanhavam as façanhas dos pilotos locais nas mais variadas categorias, fossem de carros ou motos. Apesar disso, não era uma cobertura sistemática e, sim, esporádica, quando existia a conquista de vitórias ou bons resultados, ou quando da apresentação do carro e equipe antes do início de cada temporada.

O item 3.2 apresenta e retoma a história do veículo *Gazeta do Sul*, o órgão de comunicação social pelo qual as reportagens selecionados, que fazem parte do estudo deste trabalho, chegaram o público.

### **3.2 O jornal Gazeta do Sul**

O jornal *Gazeta do Sul* é o maior jornal da cidade de Santa Cruz do Sul e abrange toda a região do Vale do Rio Pardo e Taquari, além de municípios dos estados de Santa Catarina e Paraná. Segundo Goulart<sup>6</sup> (2006), o primeiro site do Grupo, não apenas do jornal, entrou no ar em 1995. Entre o fim de 2000 e começo de 2001 foi feito um novo projeto para o jornal apresentando, em destaque, as notícias atualizadas durante o dia. Em 2003, a empresa Casa Interativa de Porto Alegre refez todas as páginas da internet do grupo. Além das notícias, inseridas durante o dia, a edição do jornal passou a ser colocada integralmente na rede, em formato html e em Adobe PDF. Esse sistema perdura até o momento.

A *Gazeta On-line*<sup>7</sup> é acessada pelos internautas no mundo inteiro a partir de 2003. A tiragem do jornal impresso chega a 18.000 exemplares de segundas às sextas-feiras e 20.000 exemplares aos sábados, quando também o jornal é maior, em termos de circulação.

O site do jornal *Gazeta do Sul* entrou no ar, versão *on-line*, no dia 18 de setembro de 2003. Possui 9330 leitores cadastrados e é acessada em 43 países no mundo inteiro. Por semana, cerca de 4,2 mil pessoas acessam as páginas, na *Web*, interagindo com esta nova interface do jornal. As notícias mais lidas são as da editoria da Polícia seguida pela coluna

---

<sup>6</sup> Maurício Goulart - Sub-chefe de Redação do jornal *Gazeta do Sul* desde 1991.

<sup>7</sup> Expressão utilizada dessa forma pelo veículo.

social. Também, 94% dos cadastrados do site residem no Brasil. A maioria dos cadastros é do Rio Grande do Sul, seguido por São Paulo, Santa Catarina e Distrito Federal. E os 6% restantes residem fora do país (GAZETA DO SUL, 2005).

A empresa calcula que atinge um público aproximado de 60 mil pessoas diariamente. Para Minuzzi (2002), das 18 mil assinaturas, 12 mil estão localizadas em Santa Cruz do Sul. Com isto, pode-se afirmar que o jornal concentra 66,6% de seu público no município-sede, caracterizando-se, também, como um veículo de circulação regional, sobretudo nos municípios que compõem o Vale do Rio Pardo.

Uma pesquisa realizada pelo NUPES (Núcleo de Pesquisa Social) da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), em 2001, encomendada pelo jornal, permite concluir que o hábito de leitura da população santa-cruzense é um aspecto relevante. Entre a população pesquisada, 89,9% mantêm o hábito de leitura e, entre esses, 95,8% indicou a *Gazeta do Sul* como jornal que costuma ler. Ainda para Minuzzi (2002), esses dados revelam que no imaginário coletivo da população de santa-cruzense há o estabelecimento de uma relação de confiança para com as informações veiculadas, o que colabora para um nível elevado de credibilidade do jornal.

Conforme Neumann<sup>8</sup>, citado por Minuzzi (2002), o fator principal do sucesso editorial e o grau de confiabilidade dos leitores deve-se ao fato de que, ao longo de sua história, a *Gazeta do Sul* procurou ser *o mais imparcial possível*, sem ter mantido vinculação com correntes ideológicas ou partidárias. Soma-se a este fator, a priorização que o jornal dá aos noticiários locais e regionais e engajando-se em campanhas da comunidade. O jornal abraça uma campanha, “incorporando o papel de ajudar nas causas que julga ser de interesse comum à comunidade” (MINUZZI, 2002, p. 142).

Destaca-se que no dia 11 de maio de 2006, visitou-se o jornal *Gazeta do Sul* e entrevistou-se e se ouviu depoimentos da chefe de redação (ANEXO D), do repórter/editor de esportes (ANEXO E), e repórteres (ANEXO F), durante a tarde e algumas horas da noite. Pessoas que exercem um papel fundamental na análise e na coleta dos dados

---

<sup>8</sup> Romeu Inácio Neumann – Diretor-Secretário do jornal *Gazeta do Sul*

pertinentes à produção das reportagens divulgadas e peças-chave no desenvolvimento desta pesquisa.

Ainda visitou-se a gráfica do jornal, situada no mesmo prédio, em que ele é produzido. No dia 01 de junho de 2006, acompanhou-se, durante a tarde e a noite, o processo de escolha e produção de notícias deste meio de comunicação impressa. Acompanhou-se desde o início, da reunião de pauta até o fechamento da edição do dia posterior no jornal.

Observou-se cada setor e editoria. Empregando-se a técnica de observação não participante, verificou-se a reação e o comportamento de toda equipe envolvida neste dia. Para Lakatos (2001), a observação participante consiste no real convívio do pesquisador com o grupo em análise. Cita, por exemplo, o antropólogo que, come, dorme, vivência o dia-a-dia, tornando-se parte integrante, confundindo-se e transformando-se em algo o mais próximo do grupo em estudo. Na observação não-participante, esta fusão não ocorre, o pesquisador estabelece um contato distante, é um mero expectador do cotidiano da comunidade ou grupo, ele presencia o fato, mas não participa nem integra o mesmo.

O próximo item deste capítulo discorre sobre a história do jornal *Gazeta do Sul*, quando surgiu, os avanços e como acompanha as evoluções tecnológicas da atualidade.

### **3.2.1 A história do jornal Gazeta do Sul**

Sobre a história do veículo *Gazeta do Sul - Jornal Gazeta do Sul*, segundo o arquivo do *Grupo Gazeta de Comunicações*, o exemplar número 1 da *Gazeta de Santa Cruz do Sul* data de 26 de janeiro de 1945. Os sócios-fundadores foram Arthur Carlos Kliemann, Rolph Bartholomay, Erny Ludwig, Bruno Agnes, Ricardo Scherer, José Frantz, Leopoldo Morsch e Willy Carlos Fröhlich.

De propriedade da *Editora Santa Cruz*, o jornal era impresso na tipografia de Aloísio Rech durante os primeiros dez anos, pois não tinha oficina própria. O jornal circulou inicialmente às sextas-feiras, tendo como diretor, Arthur Carlos Kliemann e, como redator, Rolph Bartholomay. Em dezembro de 1945, no mesmo ano, já houve duas edições semanais: terças e sextas-feiras.

Segundo Minuzzi (2002), a *Gazeta do Sul* surgiu neste período para preencher o espaço deixado pelo *Kolonie* - jornal redigido em língua alemã - que circulou entre 1890 e 1941. O *Kolonie* encerrou suas atividades em função da *campanha de nacionalização* feita durante o Estado Novo, no governo Vargas. A campanha previa a proibição de publicações em língua estrangeira a partir de 31 de agosto de 1941.

A composição do jornal *Gazeta do Sul*, no início de suas atividades, era manual, com toda equipe de tipógrafos empenhada no trabalho de garimpo dos pequenos tipos gráficos, que depois iam para uma impressora “Koenig & Bauer”, máquina alemã do século passado. A partir de 1950, a editora começou a adquirir seu próprio equipamento de linotipos e foi montando sua oficina no prédio onde até hoje funciona a empresa, à Rua Ramiro Barcelos, 1206. Em julho de 1950, assumiu como diretor do jornal, Francisco José Frantz. O jornal tomou novo impulso e, em 1953, passou a circular três vezes por semana: terças e quintas-feiras e sábados, iniciando-se a época de expansão com a idéia de transformar o jornal local em regional.

Em 1956, para suportar os custos de implantação do equipamento adquirido no ano anterior (uma impressora *Goss Cox-O-Type*, que deixava o jornal devidamente dobrado e encartado), foi aberta subscrição de capital, transformando-se em sociedade anônima, numa assembléia em julho, com a participação de 163 acionistas, a sociedade passou a chamar-se *Gazeta do Sul S.A.*

No dia 3 de janeiro de 1957, o jornal trocou o nome de *Gazeta de Santa Cruz* para *Gazeta do Sul* e passou a circular cinco vezes por semana: de terças-feiras a sábados, o que perdurou até maio de 1959, quando voltou a ser editado três vezes por semana: terças e quintas-feiras e sábados.

A *Gazeta do Sul* teve como diretores, de início, Francisco José Frantz e Willy Carlos Fröhlich, até janeiro de 1960. Em janeiro de 1969, Francisco José Frantz e Adalberto Felipe Dreher constam como diretores e a partir de setembro de 1973, Francisco José Frantz passa a ser o Diretor-Presidente até 1981, ano em que faleceu, assumindo como Diretora-Presidente Nelly Emma Frantz.



Nas três últimas décadas do século XX, o jornal passou por consideráveis transformações. Em 1972, foi introduzido o formato tablóide, e duas folhas menores, para facilitar o manuseio, formato este que caracteriza a Gazeta até hoje. No ano de 1979 foi adquirida uma máquina rotativa *offset*, de 4 unidades, com capacidade para 32 páginas a uma velocidade de 16.500 jornais/hora.

Já em 1987, os linotipos foram substituídos por duas fotocompositoras MCS8400 ligadas a sete terminais de vídeo, agilizando assim a elaboração do jornal e marcando o ingresso do jornal na era informatizada. E, em 1988, o jornal passou a circular com edição diária, de terças-feiras a sábados.

A informatização total ocorreu no ano de 1995. Após quatro anos de estudos e pesquisas na busca de soluções, que atendessem a realidade de Santa Cruz do Sul e da região, a empresa optou pela tecnologia *Apple Macintosh*. Foi instalada uma rede com 30 computadores *Macintosh*, sendo dois servidores *Power 8.150* de última geração, sete *Macpower PC 7300/200* para arte-final e publicidade; *imagesetter Agfa Acuset 1000* com *RIP Harlequin* rodando em *MAC 9600/233*. Com isso, todo o jornal, incluindo redação, publicidade e produção de arte final, é feito eletronicamente. Foram instalados equipamentos para recepção de notícias via satélite.

Em 1996, a *Gazeta do Sul* acrescentou a edição de segunda-feira, completando a circulação em seis dias da semana. Também neste ano foi inaugurada a era virtual, sendo incorporado ao grupo o provedor *VIAVALE.NET*. Em 1997, a *Gazeta do Sul* começa a ter impressão colorida, com a implantação de uma torre rotativa e reforma geral na impressora já existente. A partir de setembro, o jornal passou a rodar diariamente a cores. O projeto gráfico também foi renovado, conferindo à *Gazeta* qualidade gráfica equivalente aos maiores jornais brasileiros. No ano de 2002, o jornal ultrapassou fronteiras com o oferecimento do jornal *Gazeta do Sul On-line*.

Da atual diretoria fazem parte: Nelly Emma Frantz - Diretora-Presidente; André Luís Jungblut - Diretor-Superintendente; Jones Alei da Silva - Diretor-Administrativo; Paulo Roberto Treib - Diretor-Industrial; Romeu Inácio Neumann - Diretor-Secretário e Raul José Dreyer - Diretor-Comercial.

Esse veículo de comunicação jornalística impressa dispõe de repórteres específicos para cada área. E é dividido em editorias. Dentre as principais tem-se: Geral, Política, Polícia, Economia, Educação, Regional, Mix (Variedades, Horóscopo, Social, Televisão, Caderno Q), Esportes, Rural, Social, Panorama Geral, Opinião. Diariamente, das 13h30 min às 14h, há reunião com a Editora-Chefe, Maria Roselane Zoch Romero, e com o Diretor-Secretário, Romeu Neumann, para num primeiro momento avaliar a edição do dia e, num segundo momento, definir as pautas do outro dia.

O jornal *Gazeta do Sul* circula de segunda a sexta-feira e possui uma edição de final de semana publicada aos sábados. Conforme Minuzzi (2002), a *Gazeta do Sul* ocupa o 5º lugar na ordem, no mercado editorial gaúcho, com exceção dos jornais da capital, o jornal aparece atrás do NH (Novo Hamburgo), Pioneiro (Caxias do Sul), Diário Popular (Pelotas) e VS (São Leopoldo).

Após traçar um perfil do veículo de comunicação, que proporcionou reconhecer a política editorial, foi realizada uma comparação com os resultados obtidos na pesquisa de campo definindo qual é a imagem que o leitor possui do jornal e perante o mesmo.

## **4 DESCRIÇÃO DAS RESPOSTAS OBTIDAS NAS ENTREVISTAS ORAIS E QUESTIONÁRIOS ESCRITOS, DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E A RELAÇÃO ENTRE TEORIA E PRÁTICA A PARTIR DAS REPORTAGENS ANALISADAS**

### **4.1 Descrição das Respostas Obtidas na Entrevista Oral pelos Entrevistados**

No primeiro momento, deste capítulo, descreve-se as respostas referentes ao questionário oral. As questões numeradas de 1 a 6 são de cunho pessoal, e não serão descritas para manter o sigilo dos entrevistados, respeitando o termo de consentimento livre e esclarecido, assinado em duas vias pelos entrevistados, pela pesquisadora e pelo orientador. Teve-se a noção do perfil dos entrevistados, o que disseram a respeito das reportagens, que foram o objeto de estudo deste trabalho, e qual o contato que tiveram com as mesmas.

Para manter o anonimato dos entrevistados, estes foram identificados com letras, em ordem alfabética, compreendendo *A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, L*. Foi realizada a descrição do grupo de entrevistados totalizando 11 pessoas, com ensino médio completo ou recém-ingressos na universidade, pertencentes às classes A, B e C.

A questão número sete, procurou saber quantos entrevistados eram assinantes do jornal *Gazeta do Sul*, obtendo-se como resultado seis, *A, B, C, D, G* e *J* não-assinantes, e cinco, *E, F, H, I* e *L* são assinantes.

A questão número oito, *Costuma ler os jornais santa-cruzenses? Sim ou não? No caso afirmativo, desde quando lê?*, foi respondida da seguinte maneira pelos entrevistados: *A*, afirmou ler nas segundas e nas terças-feiras, com ênfase no horóscopo. *B* respondeu sim, desde os quatorze anos; *C* e *L* responderam sim, desde a adolescência; *D* lê os jornais desde

que veio morar em Santa Cruz do Sul, não precisando a data; *E* costuma ler os jornais há mais ou menos dez anos; *F* lê há cinco anos, desde os dezesseis anos; *G* afirmou que começou a ler quando começou a trabalhar na Escola Municipal de Ensino Fundamental José Leopoldo Rauber, pois quando trabalhava na indústria do fumo não lia; já *H* acompanha o jornal *Gazeta* desde 1965; *I* lê há uns doze anos; *J* admitiu que não lê, apenas olha a primeira e a última página do jornal.

Na questão número nove, *Quais os jornais santa-cruzenses que costuma ler?*, dez entrevistados, *A, B, C, D, E, F, G, H, I* e *L* afirmaram ler o jornal *Gazeta do Sul*, *C* respondeu que além deste, lê o *Riovale Jornal*, e *J* admitiu não ler.

A questão número dez indagava *Como tem acesso à leitura do jornal Gazeta do Sul?*, *E, F, H, I* e *L* que são assinantes lêem em casa. *A* lê na biblioteca da Unisc, *B* quando vai na casa de alguém que possui exemplar ou adquire um na banca, *C* também adquire o seu na banca, *D* tem acesso no *Café Preto* no *Shopping da Avenida dos Imigrantes* que disponibiliza exemplar para clientes ou no seu local de trabalho, *G* lê no local de trabalho e *J* afirma que não lê.

A questão número onze, *Quantos e quais os dias da semana que costuma ler o jornal Gazeta do Sul?*, seis entrevistados, *C, D, E, H, I*, e *L* responderam todos os dias. *A* afirmou que lê somente nas segundas e nas terças-feiras; *B* respondeu que acompanha nos finais de semana e nas terças e quintas-feiras, quando estão encartados os classificados; *F* e *G* responderam que lêem três a quatro vezes por semana e *J* não lê. *H* afirmou ainda que lê de forma dinâmica e geral o que interessa, pois não tem tempo para aprofundar-se nas notícias.

Já a questão doze, *Quais as seções de maior interesse no jornal Gazeta do Sul?*, diversas foram as respostas, sendo que *A* se interessa por horóscopo e magazine, *B* pelos classificados e notícias em geral, *C* por panorama geral, economia, social, esportes, assuntos gerais e policial, assim como *D* pelo panorama geral, economia, social, esportes, assuntos gerais e policial; *E* demonstra interesse pela página geral, classificados, jornal do Ike, depois a página policial e esportes.

Para *F* o que mais lhe desperta atenção são os esportes e a social; para *G* destacam-se as páginas de opinião e policial, e *H*, apesar de centrar-se mais na economia, lê também as

demais matérias; *I* se interessa pela parte geral com enfoque na cidade de Santa Cruz do Sul; *J* não lê, limitando-se a pesquisar na *Gazeta On-line* alguns assuntos do seu interesse; e, *L* lê a respeito de economia, esporte, polícia, geral e magazine.

Na questão treze, *Na época em que foi inaugurado o Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul, leu as matérias publicadas no jornal Gazeta do Sul?*, oito, *A, B, D, E, F, H, I* e *L* responderam que leram as matérias; *C* e *G* leram somente as manchetes, completando *G* que a matéria referente ao dia da inauguração foi a única que lhe despertou curiosidade e *J* não leu, acompanhando os acontecimentos através da televisão.

Na questão catorze, que é um desdobramento da questão anterior, perguntou-se: *Em caso afirmativo, o que lembra da leitura das matérias do jornal Gazeta do Sul?* *A* afirmou que recorda-se da edição de sexta-feira sobre a inauguração do autódromo; já *B* lembra da notícia de que este seria um dos melhores autódromos do Brasil; *C* e *J* não leram; *D* citou a preocupação que havia a respeito da conclusão das obras, que estavam em atraso.

O entrevistado *E* recordou que teria competições de *Fórmula Truck* e *Stock Car* entre outras; *F* lembrou dos eventos e competições que iriam ter no autódromo; *G* como afirmou anteriormente, limitou-se às manchetes; *H* e *L* ressaltaram que na época a inauguração figurava como um marco para o turismo de Santa Cruz do Sul e para a geração de receitas e empregos e para *I*, o que marcou foi a polêmica criada entre a aceitação (sim) e a recusa (não) à construção do autódromo.

Na questão quinze, *O que chamou a atenção nas matérias lidas sobre a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul?*, *A* ressaltou a inauguração do autódromo, *B* que era algo diferente na região e um atrativo para pessoas que possuem melhores condições financeiras e podem se deslocar para um lugar mais distante, *C* e *J* não responderam, pois não haviam lido; *D, E, G, H* e *L* afirmaram que o que mais lhes chamou a atenção foi o fato de que o autódromo iria divulgar o nome do município, reafirmando o turismo como grande beneficiário; *F* citou a realidade e a contemporaneidade das notícias porque os fatos narrados haviam ocorrido ou estavam prestes a ocorrer; já *I* levantou novamente a polêmica sobre os prós e contras da obra.

Na questão dezesseis, *Por que leu estas matérias do jornal Gazeta do Sul?*, *A* respondeu que leu porque estava fazendo um curso, viu a *Gazeta* e ali é que tomou conhecimento das informações; *B*, *F* e *L* leram porque gostam de automobilismo; *C* e *J* não leram; *D* demonstrou interesse porque atua na área comercial, diretamente com o público e achou necessário estar bem informado para poder repassar aos clientes/turistas em caso de dúvidas.

O interesse comercial foi ressaltado por *E*, pois havia possibilidade de instalar um ponto de venda de lanches no local; *G* e *I* expressaram o mesmo motivo para justificar a leitura das reportagens, primeiro por curiosidade e, segundo, porque afinal o autódromo era algo “nosso”; e já *H* se interessou em ler porque era um assunto em voga naquele momento, não gostaria de estar desatualizado.

Na questão dezessete, *O que sentiu ao ler as matérias do jornal Gazeta do Sul?* *A* afirmou que gostou; *B* sentiu certa realização, pois sempre quis assistir a um campeonato brasileiro mas não podia, pois as competições eram em outras cidades; *C* e *J* não leram; *D* demonstrou contentamento, mas também um sentimento de preocupação, pois segundo ele deveria ter havido maior divulgação, o próprio calendário das provas deveria ser divulgado com antecedência.

O entrevistado *E* também se mostrou satisfeito, principalmente porque iria aumentar o movimento de seus negócios; *F* partilhou da mesma opinião de *E*, demonstrando que a inauguração do autódromo representaria mais oportunidades de trabalho para ele e para as outras pessoas; para *G*, que não se interessa por automobilismo, ao ler as matérias afirmou que se sentiu feliz pelo retorno turístico do empreendimento; para *H*, que teve uma visão mais crítica:

não há as expectativas geradas foram super-dimensionadas. Os políticos para dar a importância ao fato, transformaram o negócio em algo fantástico, para justificar o investimento de R\$ 8.000.000. Havia necessidade de justificar o investimento feito, gerando essa falsa expectativa. Todo e qualquer investimento que venha ao município é válido. Só que este foi alto demais. Há quanto tempo não há corrida importante no local.

Afirmou I que:

a opinião do povo é pouco observada, devia ser feito uma enquete na cidade. Ver em que é empregado o dinheiro público. Achava que tinha prioridades antes disso como, por exemplo, a radioterapia do Hospital Ana Nery: a saúde é prioridade, as pessoas têm que sair daqui para consultar em Porto Alegre. Talvez a turma do sim fosse ganhar.

A questão dezoito, *Como interpreta a foto maior divulgada, na página 12 do jornal Gazeta do Sul, no dia 13 de junho de 2005?*, teve como resposta do entrevistado *A* que a imagem representava o evento lotado, porém, comentou que aparentemente o local estava com muito barro e muitos buracos; *B*, *E*, *F*, *H*, e *L* concordaram com relação à lotação considerando o evento um sucesso de público; *C*, *I* e *J* observaram a falta de organização; *I* visualizou a falta de lugar para sentar, de um cordão isolando as áreas/espacos, interpretando a foto como a imagem de um “*tumulto*”.

A desorganização para *J*, era visível pela ausência de locais cobertos para o caso de chuva. O entrevistado *D* declarou que, na sua interpretação, a foto mostrou “uma multidão, um monte de arquibancadas, sem o autódromo e a pista. Esta foto não foi tirada no autódromo”. Para *G*, a foto demonstra o que o título da matéria referiu, uma multidão “para lá e para cá” caminhando.

Na questão dezenove, *Como é possível interpretar esta legenda “Público, aos poucos, foi lotando as arquibancadas e procurando lugar no retão” veiculada, na página 12 do jornal Gazeta do Sul, no dia 13 de junho de 2005?*, *A* interpretou que a legenda fazia menção a ansiedade do público em assistir às provas e, por isso, chegaram antes para pegar o melhor lugar.

Já *B*, *D*, *E*, *F* e *G* mencionaram que público foi chegando devagar e lotou os espaços disponíveis; *C* afirmou que o termo “retão” não parecia dizer respeito à pista do autódromo porque ela não aparecia na foto à que a legenda se referia; *H* e *L* declararam que a legenda expressara à procura do melhor espaço para ter uma visão privilegiada da pista onde havia os pontos de possíveis “pegas”; *I* questionou “o que é o retão aqui? É uma parte reta, onde não tinha curvas”; e, *J* entendeu que o público que chegava estava mais concentrado em um local específico, no caso o retão. Convém salientar, ainda, que para *F*, o público foi chegando no autódromo, nos lugares ao redor.

Para encerrar esta fase da entrevista oral, foi solicitado na vigésima questão *Como interpreta a foto e legenda juntas?*, obtendo-se as seguintes respostas: de *A*, “a legenda não condiz com a foto. A legenda onde as pessoas estão, não aparece o retão.” Não conhece o lugar, nunca viu e nem pretende, este comentário é compartilhado por *D*, *E*, *G* e *J* que questionam o fato do retão não ter sido fotografado. Para *G*, “não aparece a pista, como dizem ainda que não tem mais lugar”; *J* afirmou ainda que, “As arquibancadas são quase todas na saída. Na realidade, o pessoal queria um lugar na arquibancada para ver o retão. Automaticamente, já estão no lugar do retão”.

Na visão de *B*, a foto representava “que alguns estavam chegando e procurando um melhor lugar para ficar, enquanto outros aguardavam o seu lugar”; *C* afirmou que ao analisar as duas juntas, concluiu que elas têm referência; *F* concordou com *C*, acrescentando que representavam um evento interessante; *H* considerou que a legenda resume o que está representado pela foto; *I* não analisou a foto com relação à legenda, comentando apenas a respeito da desorganização; e, para *L*, a foto e a legenda combinam. A foto, para este entrevistado, “destaca bem o texto, a frase escrita abaixo. A arquibancada lotada e as pessoas procurando um lugar com melhor visibilidade”.

O próximo item trata sobre a descrição das respostas obtidas no questionário escrito pelo público santa-cruzense, constituindo-se como elemento essencial para a realização da pesquisa qualitativa.

#### **4.1.1 Descrição das Respostas Obtidas no Questionário Escrito pelos Leitores**

No segundo momento, foi realizada uma descrição das respostas obtidas no questionário escrito, referentes às 11 questões propostas. Também foram feitas as observações quanto às semelhanças e às diferenças dos resultados obtidos.

Na primeira questão, *A inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul gerou muitas matérias. Das que recebeu, qual lhe chamou mais atenção? Cite o título. Por quê?*, a matéria mais citada, por quatro pessoas, correspondendo aos leitores *D*, *E*, *F*, *L*, (36,34%), foi a de que *Renault Speed Show lota os hotéis*, por causa do retorno financeiro ao município. O leitor *I* respondeu que não tinha interesse em ler as matérias, mas que a primeira matéria lhe parecia bem posicionada (*Renault Speed Show lota os hotéis*). *J* citou uma matéria



que não havia sido selecionada para a pesquisa, porém que ocupou o espaço no jornal por muito tempo, que foi o atraso nas obras, que já havia adiado a inauguração por duas vezes.

Para *A*, a matéria que mais lhe chamou a atenção foi “*Engarrafamento na estrada para Capão da Cruz*” pois, segundo suas palavras, “[...] engarrafamento para mim é coisa de cidade grande, centro urbano, como é possível no Capão da Cruz. Que apesar de morar por mais de oito anos aqui na cidade, nunca ouvi falar e nem sei onde fica, deve ser muito no interior”. Para *H*, o título que chamou atenção foi “*Um histórico e emocionante Domingo*” porque relatou os sentimentos das pessoas que estavam presentes, autoridades convidadas, pessoas que trabalharam na obra e entusiastas de automobilismo, competidores e o público em geral na solenidade da inauguração do autódromo.

O leitor *G* destacou “*O vaivém de 20 mil cabeças*” porque, segundo ele, “o público lotou o parque de eventos como nunca antes em outros eventos”. Já o leitor *C* mencionou “*Sem noção*”, pois o que lhe chamou atenção foi o ato de vandalismo de algumas pessoas que danificaram duas placas de sinalização, que indicavam como ir até o autódromo. Para ele, “um evento tão importante para Santa Cruz do Sul deve ser incentivado por todos e de todas as formas. Um ato assim só prova que existem muitas pessoas que não valorizam nada”. O título “*Pole Position na Gazeta*” foi lembrado pelo entrevistado *B*, por haver entre as candidatas uma amiga, o que representa a identificação do leitor com a matéria, despertando assim seu interesse.

Na segunda questão, *Como é possível interpretar estes títulos de matérias: “Renault Speed Show lota os hotéis”; “Prefeitura sem plano B para o caso de chuva” veiculados, no jornal Gazeta do Sul, respectivamente nos dias 10, 11 e 12 de junho de 2005?*, constatou-se que o primeiro título citado, a respeito da lotação dos hotéis, foi compreendido por cinco pessoas - *A, B, F, H, L* (45,46%) - como um fator decorrente do turismo que na época da inauguração teve um aumento significativo.

Na segunda parte da questão, o título foi analisado era sobre o *Plano B*, houve um empate a respeito das percepções dos leitores, onde três pessoas - *A, J, L* (27,28%) - concluíram que faltava estrutura para comportar este evento no caso de chuva e outros três leitores - *B, H, F* (27,28%) - responderam que a corrida sairia independentemente das

condições climáticas. Para *G*, “Esta matéria afasta o turista, dando a impressão que está mal organizado”.

O leitor *I* afirmou que, para responder esta questão, deveria possuir conhecimento anterior, sendo que se fosse da área (comunicação/jornalismo) teria interesse, mas como não é, a sua intenção ao ler foi apenas ter uma noção do que foi informado. Já *C* considerou que “Acho que os dois títulos não ficaram bem elaborados. Para um evento tão grande, deveriam haver títulos mais atrativos, para chamar mais a atenção”.

Na terceira questão, *Os títulos da questão anterior condizem com o conteúdo das matérias? Sim? Não? Se a resposta for afirmativa, como identifica a presença do título na matéria?*, a respeito do título *Renault Speed Show lota os hotéis*, nove pessoas - *A, B, C, E, F, H, I, J e L* (81,82%) - consideraram o título coerente com a matéria e dois leitores - *D, G*, (18,19%) - questionaram o fato do mesmo não ser condizente com o gráfico situado na matéria, que informava a situação dos hotéis no dia anterior, sendo que alguns não estavam lotados.

Sobre o segundo título, que versa sobre a falta de *Plano B* para o caso de chuva, obteve-se resultado semelhante ao anterior, sendo que dez - *A, B, C, D, E, F, G, I, J e L* (90,91%) - leitores concordaram com o conteúdo e um *H*, (9,09%), não concordou pois, para ele, “Esta reportagem se ocupa mais em publicar os serviços disponíveis para a data”.

Na quarta questão, *Como entendeu a frase: “Na pista, o som agudo dos motores dos carros passando a mais de 200 quilômetros por hora na frente dos boxes” publicada, na página 12 do Jornal Gazeta do Sul, no dia 13 de junho de 2005?*, para os leitores - *D, F, H e L* (36,37%) - o som alto gerava emoção e adrenalina para o público, em uma integração. Percebeu-se que, neste ponto, os leitores não foram objetivos. O leitor *J* (9,09%) respondeu que o som alto representava uma integração da prova com o público e para os leitores - *E e I* (18,19%) - representava só barulho, e para o leitor *C* (9,09%), pela estruturação da frase, compreendia-se que o barulho na verdade atrapalhava ao público.

Para dois leitores - *B e G* (18,19%) - o som alto representava velocidade e para outro leitor *A* (9,09%) a frase estava clara e correta. Nesta questão, percebe-se que os leitores trouxeram para a resposta o que vivenciaram no dia do evento, interligaram os fatos,

interpretando sob a ótica de um espectador e não de um leitor. Para *A*, “a frase é clara e se entende apenas como um comentário que caracteriza o evento que ocorreu. É uma frase clara que não necessita nada além da leitura.”.

Na questão cinco, *As perguntas-chave de um texto jornalístico, que são: o quê, quem, quando, onde, como, e por quê. Nos textos lidos conseguiu achar as respostas para estas perguntas? Em quais matérias encontrou todas as respostas? Em quais encontrou de forma parcial? Destaque-as no texto. Em quais não encontrou as respostas? Cite-as*, houve dificuldade em respondê-la. A maioria não se ateve a mais detalhes, considerando as perguntas-chave de difícil compreensão e localização nas reportagens, não despertando interesse aos leitores que preferem ler as matérias de forma superficial e dinâmica, indo direto ao assunto, apenas para ter uma noção básica do assunto tratado e que, tal aprofundamento levaria muito tempo e seria algo para estudantes ou profissionais ligados à área de comunicação social.

O leitor *H* encontrou as respostas de forma parcial em todos os textos. No seu entendimento as reportagens foram realizadas de forma passional, num quadro de entusiasmo. Notou-se divergências de respostas, sendo que os leitores *C* e *E* localizaram as perguntas do lide na matéria *Renault Speed Show lota os hotéis*, e *G*, não. Para *I*, à pessoa leiga, esse questionamento não possui valor algum. Já, para *A*:

De forma geral, as perguntas são respondidas em todos os textos. “O quê”, o evento, “Quem”, quem está envolvido e patrocinando, “Quando”, as datas de ocorrências, “Onde”, a localização, “Como”, o que estará envolvido nas condições de realização, “Por quê”, quais os objetivos. Estas respostas foram dadas na minha opinião pelas matérias em relação às respectivas informações.

Na questão seis, *Os textos lidos sobre a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul apresentam precisão e clareza? Sim? Não? Selecione situações dos textos que demonstrem a sua opção*, nove dos leitores - *A, B, C, E, F, H, I* e *L*, (81,82%)- consideraram claras as matérias, e *D* e *G* (18,19%) não. Entre os nove leitores, três deles - *A, B* e *E* - destacaram a reportagem do dia 13 de junho de 2005, com o título “*Um histórico e emocionante Domingo*”, *G* mencionou a notícia sob título “*Bota de peão, a primeira peça do museu*”, do mesmo dia, três - *F, I* e *L*, (36,37%) - afirmaram que o importante é entender o conteúdo da mensagem.

Já *H* afirmou que os textos possuem clareza, apesar de não haver maior aprofundamento do assunto, são superficiais, não citando títulos. Para *D* e *G*, o título “*Renault Speed Show lota os hotéis*” não condiz com a matéria porque o gráfico, inserido nela, demonstra que há vagas em alguns estabelecimentos, embora todo o texto confirme a situação dos hotéis.

Na questão sete, *Em que textos estão as palavras: emoção, macadame e adrenalina? Dê o seu significado a partir do contexto*, três pessoas - *A*, *B* e *D* (36,37%) - encontraram todas as palavras. Quatro leitores - *C*, *E*, *G* e *L* (36,37%) - acharam duas palavras (*adrenalina* e *emoção*), interpretando o seu conteúdo conforme o texto, e um - *J* (9,09%) - encontrou uma palavra, mas não se deteve em maiores interpretações.

Para *F*, a questão foi de difícil interpretação, abstendo-se de responder e *I* afirmou que a referida questão não interessa para leigos e não procurou o significado das palavras. *H* considerou que “a característica da emoção e do entusiasmo ou seja o super dimensionamento da obra e do evento são marcantes em todos os textos”.

Na questão oito, *Qual a idéia presente na foto maior divulgada, na página 10 do Jornal Gazeta do Sul, no dia 13 de junho de 2005?*, dois dos leitores - *B* e *J* (18,19%) - captaram pela foto a emoção de ver o autódromo pronto e sendo utilizado pela primeira vez e, seis - *C*, *D*, *E*, *F*, *H* e *I*, (54,55%) - vislumbraram a disputa ocorrida naquele dia. A interpretação realizada por *A* foi de que Santa Cruz do Sul contava com um autódromo amplo e com uma bela pista, em suas palavras “de primeiro mundo”.

Para *L*, a foto representava a inclusão da cidade no cenário automobilístico nacional. O leitor *G* observou que a foto não condiz com a legenda, pois nela aparece a imagem do *Safety-Car* na pista, o que representa que a corrida ou está interrompida ou ainda não iniciou.

Na questão nove, *E a legenda: “Carros da Copa Clio foram os primeiros a correr na pista e puseram fim a um trabalho iniciado há 18 meses” publicada, na página 10 do Jornal Gazeta do Sul, no dia 13 de junho de 2005, está de acordo com a foto que ilustra? Sim? Não? Por quê?*, de onze entrevistados (100%) obteve-se resposta afirmativa, pois todos concordaram que a foto estava de acordo com a legenda.

Quanto ao desdobramento da questão, no que diz respeito à explicação, sete leitores - *A, B, C, D, E, F e I* (63,64%) - responderam que os carros na pista significavam que as obras estavam concluídas; *J* respondeu que não conseguiu identificar se os carros eram ou não da *Fórmula Clio*. Para *H*, “sim, para as pessoas que tinham alguma informação sobre o evento e conhecimento do esporte automobilístico. Não sendo aficionado do automobilismo, não interligo a foto com o evento. Não relaciono os carros da imagem com a competição *Copa Clio*”; *D* definiu que, apesar das críticas, a imagem deixava claro que as obras continuavam.

Na questão dez, *A partir das matérias lidas no jornal Gazeta do Sul, o que você diria para quem construiu o Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul?*, cinco leitores - *A, B, F, J e L* (45,46%) - dariam parabéns para os construtores/idealizadores do projeto, três - *C, D, e E* (27,28%) - ressaltaram o espírito empreendedor dos políticos envolvidos com a realização e finalização das obras, já para *C* é admirável a persistência das pessoas em realizar algo tão grandioso, pois para ele “não é para qualquer um”.

O leitor *G* mostrou-se admirado pela coragem do ex-prefeito Sérgio Ivan Moraes em levar o projeto adiante; dois - *H e I* (18,19%) - criticaram a realização do autódromo, considerando que havia outras prioridades na cidade e que as obras, apesar de serem realizadas com o dinheiro público, ficaram muito vinculadas à imagem dos políticos prefeito e ex-prefeito.

Na questão onze, *Nos textos lidos sobre a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul, encontrou alguma dificuldade de entendimento com relação a termos, expressões e frases utilizadas? Caso a resposta seja afirmativa. Mencione*, dez leitores - *A, B, D, E, F, G, H, I, J e L* (90,91%) - responderam que não encontraram dificuldades de compreensão e *C* (9,09%) afirmou que o entendimento do conteúdo das notícias não foi claro, pois considerava que o tema deveria ser melhor explorado, com manchetes mais atrativas e diretas. Para *D*, “os termos estão bem colocados e as expressões e frases estão bem feitas”. Já, *L* ressaltou a importância dos detalhes no texto e aprovou o conteúdo das matérias.

Essas respostas descritas, neste item 4.1.1, serão importantes componentes da discussão abordada, no próximo item, entre a relação teoria e prática a partir das quatro reportagens analisadas no presente trabalho.

## 4.2 Discussão dos Resultados das Respostas Obtidas nas Entrevistas/Questionários pelos Entrevistados/Leitores

Nesta etapa realizou-se também a comparação entre as percepções dos leitores com o estudo de recepção, que compreende o item 2.2. O cruzamento da teoria organizou-se com as respostas do questionário escrito e as falas dos entrevistados. Destacou-se, também, a técnica de observação não-participante efetuada na realização da entrevista oral e, da mesma forma, prestou-se atenção no preenchimento das questões relativas ao questionário escrito.

Nas respostas da primeira pergunta do questionário escrito, o interesse pessoal superou o interesse de manter-se informado. Notou-se referência a matérias que possuíam alguma ligação com o cotidiano dos entrevistados. Por exemplo, o entrevistado *B* citou a matéria *Pole Position* na Gazeta, pois uma amiga fazia parte do grupo das candidatas.

Constatou-se, ainda, que reportagens impactantes (que causam curiosidade e espanto) como o engarrafamento em uma estrada do interior, chamou a atenção de alguns leitores. Confirma-se, assim, o pensamento de Barros Filho (1995) ao afirmar que o sujeito receptor absorve o que mais lhe interessa. Estão presentes também, conforme as percepções dos entrevistados, os critérios da formação da notícia, quais sejam, a proximidade, a atualidade, a identificação, a intensidade, o ineditismo, a oportunidade (LAGE, 2001).

A respeito da interpretação dos títulos, as respostas relacionaram a realidade dos acontecimentos observados naquele momento com os títulos empregados, citando-se a falta de estrutura e a evolução do turismo na cidade. Ao comparar as interpretações dos leitores com a teoria, observa-se que a pauta estava bem direcionada, pois a ocorrência dos assuntos justificaram e reafirmaram a importância que o próprio veículo, jornal *Gazeta do Sul*, deu ao evento desde a manchete na página principal até a construção da matéria e seus respectivos títulos, confirmando o Capítulo 1, item 1.6, do presente trabalho no que diz respeito ao texto jornalístico informativo. Comprova-se desta forma, com a maioria das repostas, que o público lê somente os títulos e não se preocupa com o conteúdo das matérias.

A semelhança, nas respostas da terceira questão, demonstra certa coerência entre os títulos com as matérias. Porém, ao utilizar-se de fontes (neste caso, as ligações para os hotéis e os depoimentos dos gerentes – utilizados para sustentar o fato principal) para a elaboração

das chamadas, o jornalista corre um risco, e isto foi evidenciado por dois leitores - *D* e *G* - que observaram a divergência entre o título e o gráfico situado, que informava a situação dos hotéis, no dia anterior.

Muitos entrevistados não compartilharam a mesma opinião dos anteriormente citados, não aprofundaram a análise dos títulos com as matérias, demonstrando com isso, que a preocupação maior do leitor é possuir uma noção a respeito do assunto noticiado, suficiente para não estar desinformado.

Para comparar as percepções dos leitores, na quarta questão, deve-se possuir uma visão de espectador. Percebe-se nas respostas certo grau de envolvimento, havendo uma fusão e uma troca de posições, entre os dois sujeitos (o repórter e o leitor), integrando-se ao evento e à reportagem.

O emissor utiliza mecanismos que dão suporte e facilitam a recepção. Efetua-se, desta maneira, uma interface entre o território do emissor, como sujeito da mensagem, e o da recepção (SANTAELLA, 2001). O receptor devolve as informações ao meio e influencia nas próximas decisões do próprio meio em função da ação e reação do leitor.

A dificuldade da quinta questão está no fato de que os leitores primam pelas notícias rápidas, dinâmicas e por uma leitura desta forma. Interrogações sobre o *lide* (o quê, quem, quando, onde, como e por quê) ficam em segundo plano. Neste caso, observou-se que as transformações tecnológicas ocorridas no final do século XX e início do século XXI (SANTAELLA, 2001), condicionam esta necessidade de rapidez na leitura pela quantidade de informações que são repassadas ao público atualmente.

Com estas novas tendências, o leitor busca, muitas vezes, somente nas imagens as informações, não indo (dependendo do assunto) para o texto. O próprio papel do jornal justifica essa atitude. Segundo Noblat (2003), a função do jornal é informar de forma clara e precisa, possuindo uma linguagem acessível, que desperte o interesse e seja de fácil entendimento.

Na sexta questão, foi solicitado aos leitores que observassem a precisão e a clareza dos textos lidos. A maioria considerou as matérias claras, de fácil entendimento. As críticas

surgiram no fato das notícias não terem sido aprofundadas. Estas observações ocorreram justamente pelo fato dos entrevistados terem sido estimulados a ler com mais atenção, pois a função deste tipo de texto jornalístico, voltado às massas, possui esta característica de informar o máximo, em mínimo espaço, sem possibilidades tanto físicas (espaço pré-determinado nas páginas de diagramação) quanto de interesse em se prolongar em detalhes.

A forma de redação das notícias, os termos empregados pelos jornalistas dever seguir certos parâmetros, como por exemplo, objetividade, exatidão, coerência e simplicidade. O envolvimento dos repórteres com os textos redigidos nas quatro reportagens escolhidas, principalmente na utilização das palavras “*emoção e adrenalina*”, fica evidente, visto que expressam sua opinião pessoal nos mesmos.

O termo “*macadame*” é técnico, por isso houve a necessidade de uma explicação do repórter para que fosse compreendido pelo público, na maioria, composto de leigos, que não tem um grau maior de conhecimento dentro desta área. Os leitores, ao tentar responder a sétima questão, foram objetivos, não demonstrando a abstração. A interpretação foi relacionada a outros termos da própria reportagem e não considerações íntimas. O leitor *H* colocou ainda que “a pergunta mais clássica que é uma interpretação de textos é a número sete, mostra claramente a colocação do entrevistado como aluno”.

Para *G*, com relação ao termo *macadame*, afirmou que “não encontrei quando li os textos. Não gosto de corridas. Por isso, não voltei a ler novamente, para ver se a palavra consta nas matérias”. Tais depoimentos corroboram a necessidade/dever que os jornalistas/repórteres possuem em adequar sua redação à grande maioria dos leitores, utilizando para isso termos utilizados no lugar-comum (exemplos como o *chavão* e o *clichê*), para prender a atenção do público sobre o que foi escrito a respeito da inauguração do autódromo, de forma clara e objetiva.

O valor do fotojornalismo foi indagado na oitava questão. A transmissão de informação não ocorre somente pelas palavras, é apreendida também pela visualização de imagens. Ao analisar a idéia transmitida pela foto da página 10 do jornal *Gazeta do Sul*, do dia 13 de junho de 2005, os entrevistados deveriam responder de forma objetiva, sem maiores interpretações (o que foi solicitado na questão dezoito da entrevista oral).



Para a maioria dos leitores, a foto representava a realidade dos fatos ocorridos, de forma que não deixava dúvidas a respeito da realização das provas automobilísticas. De acordo com Rose (1998), a função da fotografia jornalística é ilustrar a realidade, transmitir visualmente, emocionar, provocar reações no leitor e limitar a abstração. A foto, conforme a autora, reduz e conduz o receptor a uma interpretação objetiva, não fugindo da imagem retratada.

Quanto à nona questão, houve unanimidade dos entrevistados ao afirmar que a legenda estava em sintonia com a foto. Apenas o entrevistado *G*, mencionou que essa foto não foi tirada no momento em que havia uma disputa, seria a foto da volta de apresentação porque o carro do fiscal estava na pista.

O cuidado ao relacionar a foto com a legenda justifica-se, pois ela é uma forma de seduzir e capturar a atenção do receptor, e também é uma forma de resumir o que contém o texto, contar parte dos fatos e emocionar ao leitor através da imagem do que aconteceu em determinado momento.

A aprovação da maioria dos leitores à Construção do Autódromo através de respostas positivas e de estímulo aos construtores confirma a amplitude da cobertura jornalística que este evento mereceu. A imprensa não poderia tê-lo ignorado, muito menos tratar o assunto em poucas páginas. O apelo público da notícia, influenciou o meio de comunicação, no caso do jornal *Gazeta do Sul*, a destinar maior esforço para conseguir um material que suprisse o interesse do leitor em saber as últimas informações.

Nota-se que as reportagens produzidas, também, influenciaram o leitor, que formou sua opinião através dos textos lidos, pois se não fossem as matérias, muitos não saberiam da real dimensão, da transformação da vida da sociedade, que uma obra de cimento e concreto possui.

O turismo, a economia, os empregos gerados pelo Autódromo foram notícias diversas vezes, assim também com em alguns casos as críticas sobre a destinação de verbas, que para muitos deveriam ir para outros setores e a questão política. Todo esse conjunto de informação foi assimilado e acrescentado ao conhecimento individual de cada leitor, possibilitando democraticamente a formação de um senso crítico.

Na questão onze, em relação ao entendimento dos textos, a maioria dos leitores não encontrou nenhuma dificuldade de entender quanto ao conteúdo e a termos utilizados nas reportagens. Foram receptores ativos, interagindo com as matérias e analisando os fatos. A falta de interesse foi percebida apenas no entrevistado *C* que, alheio à realidade, respondeu de forma superficial. A fácil compreensão dos textos é um dos objetivos do texto jornalístico. A clareza, a precisão foram solicitados aos repórteres justamente para tornar atraente a leitura até mesmo para pessoas que não possuíam interesse.

A cultura de ler certas editoriais em detrimento de outras, torna o jornal mais extenso, em um jornal pequeno, mínimo. Ao despertar, com linguagem simples, um público para esse tipo de evento, amplia-se a leitura de outros segmentos do jornal, tornando-o mais completo.

Na parte da entrevista oral, o preenchimento das respostas foi realizado pela pesquisadora. Observou-se o comportamento e a reação de cada um dos entrevistados. Já, quanto ao questionário escrito, com exceção do entrevistado/leitor *A*, que respondeu todas as questões, praticamente, sozinho, os leitores somente o concluíram na presença da mesma.

Empregando-se a técnica da observação não participante, observou-se que os entrevistados/leitores reagiram diante das questões conforme seu grau de interesse sobre o assunto, na parte oral. O comportamento demonstrado reflete também a importância que o Autódromo tem na realidade social de cada um, por exemplo, o entrevistado *D* estava eufórico, porque trabalha na área comercial da cidade, assim como *F*, que é piloto de manobras radicais com motos.

A maioria dos leitores, que responderam ao questionário escrito, consideraram que a recepção das mensagens contidas nos textos jornalísticos interessa mais aos acadêmicos de comunicação e não ao leitor. Este está mais preocupado em apenas estar informado o mais rápido possível, para poder conviver em uma sociedade com relações mais ágeis onde a informação é fundamental, definindo o lugar e a imagem do indivíduo dentro da própria sociedade.

Esta afirmação é comprovada pela forma que alguns leitores responderam, até mesmo com rispidez, agressividade, com respostas como *I* que disse “para pessoa leiga, a pergunta não tem valor nenhum”.

O próximo item aborda, para se entender esta avaliação, o cruzamento da teoria com a prática a partir dos textos trabalhados. Para se compreender melhor esta avaliação é importante fazer o cruzamento do retorno obtido por parte dos receptores componentes do grupo de pesquisa.

#### **4.3 A Relação Teoria e Prática a partir das Reportagens Analisadas, Análise das Respostas retornadas dos Entrevistados/Leitores, Conceito dos Teóricos, a Visão do Veículo e a Leitura Construída no Conjunto**

Percebe-se que um outro jornal, por exemplo, a *Folha de São Paulo*, influencia a construção de notícias e a importância com a qual é veiculada por outro meio de comunicação impressa. Estas informações de outros veículos são muitas vezes utilizadas como fontes, atingindo assim um público maior do que o inicialmente previsto e, também, visando conquistar a fidelidade do seu leitor.

Ele pode ler nas suas páginas o que está escrito em outros jornais, como algo a mais, transmitindo credibilidade ao utilizar-se de outros jornais de grande circulação para servir de base de suas próprias matérias. Conforme Neumann (2006):

nós temos sempre a convicção, os pés no chão, que não é isso que vai fazer o diferencial da Gazeta em relação aos outros veículos. Mas nós achamos que se nós pudermos dar ao leitor o noticiário mais completo em cima daquilo que ele quer saber, de forma que ele não precise recorrer a outros veículos ou outros jornais concorrentes, por exemplo, é isso que a gente tenta fazer. Então resumindo, não perdendo o foco na nossa comunidade, na nossa região, mas acrescentando tudo aquilo na área de economia, de política, do que acontece no cenário internacional para que o leitor tenha uma visão do todo. Eu acho que esse é o nosso desafio do dia-a-dia. Para isso a gente, a maior parte da nossa equipe da redação focada na cobertura local e regional, mas não abrimos mão, por exemplo, de assinaturas de agência de notícias nacionais e internacionais para estarmos sempre atualizados. O desafio justamente das pessoas que trabalham na editoração dessas páginas é selecionar, em meio a um universo de 150 notícias diárias, aquelas que são realmente de maior interesse do leitor. E a gente faz este comparativo todos os dias em relação aos jornais de circulação estadual para ver se está em cima do foco. E, felizmente, a gente tem tido um índice muito bom, positivo.

A preocupação com o fator humano da notícia foi destacada, por Romero (2006), quando afirmou que a prioridade jornalística era também a participação do público nas matérias. Ainda conforme Romero, nas suas palavras, as orientações aos repórteres foram:

cobrir tanto o lado esportivo, os pilotos, as equipes, quem trabalha, quem estava envolvido, quanto o público. A gente tem uma grande preocupação de ouvir o próprio leitor, que era a pessoa que iria estar lá nas arquibancadas assistindo, e essa foi, se tu olhar as páginas tu vai ver, que tem tanto o lado de quem corre, de quem está envolvido na corrida, como tem o lado da pessoa que está assistindo. Ele se manifesta bastante nas matérias. A gente sempre procura colocar, aquilo que a gente chama de as pessoas comuns, o nosso leitor, não só o corredor, a pessoa famosa, não é essa idéia do jornal.

Esta política editorial do jornal *Gazeta do Sul* está tendo um resultado positivo, atingindo os objetivos propostos, pois nas respostas da questão número sete, onde foi solicitado interpretar a expressão *adrenalina*, alguns leitores a associaram a um casal de namorados, alvo da reportagem, e não à competição.

Na reunião de pauta é decidido/discutido as fontes que serão utilizadas, quais os fatos que serão dados maior relevância, a divisão dos enfoques das editoriais, entre outros assuntos. É nesta fase que a técnica jornalística mostra suas facetas, pois dependendo desta reunião é definido o corpo do jornal que será publicado.

A paixão, o envolvimento do jornalista nos textos, observados nas respostas dos questionários do público leitor, e combatido pelos teóricos, que defendem a imparcialidade do profissional da comunicação, pôde ser transmitido justamente por uma decisão da chefe-de-redação, que em uma reunião de pauta incentivou a criatividade. Segundo Appel Júnior:

[...] como se tratava de uma matéria esportiva e até festiva, por ser inauguração, a gente automaticamente tenta construir um texto com linguagem não digo mais informal, mas menos séria, tentando aproximar o público, para tentar ambientar como foi esse evento, geralmente é assim, em matéria de evento, não se trabalha com aquele lide tão seco. Justamente para se criar um ambiente, e construir um cenário do evento.

A notoriedade de determinado fato impõe ao jornal a relevância que irá merecer nas suas páginas (Segundo WOLF, citado por MOTTA, 2002). Ao ser questionada sobre a intenção do jornal no momento em que trabalha dando mais espaço para a área do automobilismo, Maria Roselane Zoch Romero (2006), chefe-de-redação do jornal *Gazeta do Sul*, respondeu que:

a intenção foi de refletir, até então não existia isso em Santa Cruz (autódromo), o automobilismo foi uma tradição para santa-cruzenses décadas atrás e agora se tem o autódromo. Qual era a intenção do jornal dar mais espaço ao automobilismo, não tem como não dar com o autódromo desse porte aqui, seria um absurdo se a gente ignorasse isso.

Geralmente a *Gazeta do Sul* conta com 32 páginas diárias, distribuídas nas diversas editorias, no período anterior à inauguração, no dia, e após houve momentos em que o espaço dedicado foi de 3 a 10 páginas, que foram divididas em duas editorias: Geral e Esportes, devido a importância do fato à comunidade.

O que poderia ser destinado apenas à editoria esportiva, ocupou também a editoria geral e, no final de semana da inauguração, foi elaborado um caderno especial sobre a história do automobilismo santa-cruzensense, informações sobre o autódromo e a polêmica que envolveu a construção da obra. Também, Romero (2006) afirmou que:

a questão do autódromo foi dividida em duas editorias, a parte específica das provas, do calendário do ano no autódromo que cuidava era a editoria de esportes, e a parte de obras, de recursos, do andamento isso tudo era editoria do geral. Isso era sempre discutido nas reuniões de pauta, a gente tinha, eu não consigo precisar, matérias sobre o autódromo toda semana.

Além do espaço, foi destinado também o material humano, com repórteres, fotógrafos, diagramadores voltados exclusivamente para o evento. Ao ser questionada a respeito dos cuidados observados na parte editorial e gráfica em função da importância do evento, Maria Roselane Zoch Romero, afirmou que a ordem era “tentar cobrir todos os lados possíveis da notícia, na parte gráfica tentar fazer páginas atraentes, dentro dos recursos que a gente tem aqui, era essa a preocupação”.

O meio de comunicação constrói a mensagem para um receptor específico (FAUSTO NETO, 1995), considerando previamente conhecê-lo. O jornal *Gazeta do Sul* elabora o seu discurso tendo em vista as necessidades/interesses da visão do seu leitor, desta forma percebe-se que o receptor atua ativamente do processo de formação da informação.

Apesar de não ser realizada uma pesquisa qualitativa na prática, o jornal reconhece o meio em que está inserido e trabalha para ele, verificando a necessidade de informação do grupo, da comunidade e, principalmente, como as pessoas querem ver os assuntos tratados pela mídia. A função do jornalista que atua, em um jornal também com características regionais, é de informar o que é de interesse do leitor.

Segundo Cobra (1996), a pesquisa voltada a uma instituição, amplia o assunto não limitado ao espaço acadêmico, levando-o a outro campo de abrangência e integração com outras áreas, como a do mercado por ela atendido.

A pesquisa realizada envolvendo as diferentes classes sociais, e abrangendo setores como o comércio, indústria, entre outros, mostra-se interessante para determinar qual o perfil e o repertório do público leitor.

Estabelecer qual é o nicho de mercado que ele abrange, torna-se necessário interessante para medir a evolução social e também para perceber se a o jornal como produto, está satisfazendo a expectativa dos sujeitos consumidores. Conforme Minuzzi (2002), a pesquisa mais recente, encomendada pelo jornal *Gazeta do Sul*, foi em 2001.

A figura do *ombudsman* que é o profissional encarregado de realizar uma avaliação das matérias publicadas, de forma objetiva, fria, foi no jornal *Gazeta do Sul* substituído por um repórter, que antes da reunião de pauta, relata as suas impressões.

Segundo Romero (2006), falta do *ombudsman* é suprida pela iniciativa do leitor, que se interessa e sente-se à vontade (até mesmo pela abertura que a *Gazeta do Sul* oferece) para expressar a sua opinião ou sua sugestão através de e-mails, telefonemas e contatos diretos com os profissionais da área. O jornal mantém, portanto, um vínculo com o público.

Para Neumann (2006), “nós podemos dar ao leitor o noticiário mais completo em cima daquilo que ele quer saber.” Ele reafirma esta visão regional, com algumas referências às notícias nacionais/internacionais, do veículo quando fala no modo de seleção dos assuntos a serem publicados, com o uso, inclusive de agências como fonte de informação. Novamente percebe-se que o interesse do leitor é levado em consideração (ERBOLATO, 1991), juntamente com a importância do fato.

É possível identificar nesta pesquisa a interface do emissor, como sujeito da mensagem, e o território da recepção, uma interação nos moldes de que fala Santaella (2001), pois visualiza-se o círculo por onde a informação é transmitida. A influência do meio de comunicação volta modificando o próprio emissor e o meio de comunicação acabam se adaptando para atingir o público. Neumann (2006) afirma que:

hoje em dia o universo de interesse do leitor se abriu mais em função da televisão, da internet, das novas mídias, o mundo ficou menor, ficou uma aldeia, obviamente dentro da meta de fazer um jornal mais completo, nós também abrimos gradativamente mais espaço para noticiário de âmbito estadual, nacional e inclusive internacional. E nem tão raras vezes, hoje dependendo do momento, da circunstância até se for necessário até manchete de capa a gente dá para um fato internacional porque ele está dentro dos lares de todo mundo. Por exemplo, a morte do Papa foi sucessivamente manchete de capa, os atentados de 11 de setembro nos Estados Unidos, a invasão do Iraque. Estes assuntos em que a televisão transmite em tempo real praticamente, estão presentes na vida no dia a dia dos leitores.

O curto espaço de tempo entre o fato, a notícia gerada por este fato e o envio do jornal para as impressoras demonstra o imediatismo exigido por uma sociedade que produz e que consome informação (ERBOLATO, 1991).

Ao desenvolver uma matéria o jornalista deve observar vários referenciais teóricos, toda a técnica é posta em cheque frente à rapidez com que deve elaborar seu texto jornalístico, quando isso não é possível as informações muitas vezes são repassadas de forma superficial e resumida, deixando o leitor sedento de mais detalhes. Com relação à cobertura da inauguração do Autódromo, apesar da ordem de que esta deveria ser mais completa, temas utilizados como os títulos das matérias “*Renault Speed Show lota os hotéis*” e “*Prefeitura sem plano B para caso de chuva*”, presentes na segunda questão, geram dúvidas sobre qual o sentido a que remetem.

Os títulos citados foram questionados exatamente pelo emprego de uma linguagem figurada, a metonímia, no caso a marca pelo todo, que são as pessoas. Pois quem lotou os hotéis foram as pessoas envolvidas na competição (pilotos, assistentes, mecânicos, engenheiros, entre outros), e no caso do *Plano B*, não é a prefeitura como órgão que deveria ter um plano, mas sim os funcionários públicos envolvidos diretamente no evento.

Outra interrogação foi a respeito da real mensagem transmitida, muitos entenderam como sendo algo que afastaria os turistas, ou ainda no caso da lotação dos hotéis não condizia ao gráfico existente no texto. O tempo utilizado para a elaboração das matérias foi descrito pelo repórter Nero Setúbal (2006), também, como sendo o mesmo destinado a todas as matérias factuais no jornal diário:

geralmente se começa pela parte da manhã, no caso quando não se tem como fazer na parte da manhã se começa pela parte da tarde, e se segue até, o final da tarde, início da noite, o horário de fechamento do jornal que geralmente é lá por 21:00, 22:00, às vezes passa um pouco. No caso dessa matéria de sexta- feira “*Renault*

*Speed Show lota os hotéis*” que saiu nas páginas 18 e 19, as duas foram feitas na tarde de quinta-feira. Se começou depois da reunião de pauta, teve reunião de pauta no começo da tarde pela 13:30, como de costume, onde se definiu a pauta que se daria, a cobertura que se daria para edição do dia seguinte, sobre a inauguração do autódromo, que aspecto se abordaria, e depois se foi atrás, como de qualquer outra matéria, levou-se uma tarde, um pouco mais, umas horas.

O trabalho do jornalista é bem mais complexo, a notícia não vem até ele de forma pronta e acabada, é necessário sair em busca dos fatos, procurar todos os ângulos possíveis e também os pormenores que irão compor o texto. O entrevistado L, por exemplo, elogiou justamente os detalhes nas reportagens, e o seu acabamento. Nero Setúbal<sup>9</sup>(2006), foi o repórter que assinou duas matérias e meia das que foram analisadas, descreveu como ocorreu o processo de captação, produção e elaboração da notícia:

primeiro se saiu, foi até os locais, onde estão o pessoal que foi entrevistado (páginas 18 e 19 do jornal), nos hotéis, se ligou para todos os hotéis que estão aqui, são 12 hotéis, se ligou e para os que não se ligou foi até lá, no caso da empreiteira *Conterra* foi feito um contato direto com a empreiteira e com o prefeito, no acampamento, churrascaria se foi até o local para falar com as pessoas, no caso das gurias do *Pole Position Beauty*, estavam na redação e se aproveitou isso, não estava na pauta, mas como elas apareceram no meio da tarde se encaixou junto na matéria. Se pegou alguma coisa que saiu na internet, nos olhos do Brasil, se procurou o que estava aparecendo, e também se procurou ver a questão do acesso, como a prefeitura estava trabalhando a indicação para o local.

Este relato foi específico a respeito das matérias envolvendo o autódromo. Mas, Setúbal(2006) menciona que diariamente o trabalho do repórter se estende para outros setores, além de simplesmente a elaboração do texto, atuando em conjunto com a diagramação, em suas palavras:

é de hábito no jornal o repórter acompanhar até o que dá, até o limite máximo, às vezes não tem como conciliar algum outro horário com a pauta que vai cobrir à noite, ou tem um outro compromisso pessoal e não tem como ficar até o final, mas de hábito se fica até o final, a diagramação toda é acompanhada, o texto. O repórter mesmo faz uma segunda uma terceira revisão do texto antes dele ser revisado de novo, dos títulos, legenda, de tudo.

A diagramação de uma página é determinante, pois o jornal além de um veículo de informação, é também um veículo comercial, servindo de janela para a exposição de produtos.

---

<sup>9</sup> Nero Setúbal – Repórter do jornal *Gazeta do Sul* desde 2003.



A propaganda apesar de auxiliar na sua manutenção econômica, ocupa um espaço que poderia ser destinado à notícia.

Essa divisão do espaço entre o texto jornalístico e a área comercial é de responsabilidade do diagramador, que recebe por sua vez, orientações sobre qual deverá ser o tamanho físico da notícia. Conforme Stülp (2006), “[...] em função muitas vezes do comercial, a gente teve que editar certas matérias, de forma um pouco diferente, cortar, reduzir o tamanho de certas matérias em função do comercial, de entrar anúncio ‘A’, ‘B’ ou ‘C’”.

A fotografia desempenha uma função de atrair, situar o leitor e exemplificar com uma imagem o que deve estar descrito no texto. As questões referentes às fotos publicadas e a legenda visaram exatamente isso, definir através da percepção dos entrevistados a sua mensagem. Foi exigido que se detivessem nas fotos, analisando-as separadamente do texto, para que através de um trabalho de abstração e interpretação pudessem concluir se o fotojornalismo presente nas matérias estava claro e condizente com os fatos. Segundo Nero Setúbal (2006), dependendo do evento a foto a ser publicada passa pelo crivo de três pessoas até a sua inclusão no jornal. A escolha da melhor imagem é realizada da seguinte maneira:

foto de capa é o repórter que faz uma pré-seleção, por exemplo se eu faço uma matéria, como essa de segunda-feira da inauguração, deixo umas duas/três fotos. Se tu tiver mais opções, deixa para o editor chefe escolher, agora se tem poucas fotos deixa uma, e geralmente é essa que vai, dificilmente não sai uma foto que é selecionada pelo repórter, até porque o repórter é que estava, presenciou, viu, e, nesse caso do autódromo, da inauguração, até os fotógrafos que fizeram as fotos ajudaram a selecionar. Primeiro o fotógrafo fez uma pré-seleção, que em eventos grandes, geralmente, os fotógrafos fazem uma pré-seleção antes, tem uma agência contratada. A Gazeta trabalha com uma agência de fotógrafos, não tem fotógrafos do jornal e na agência, em eventos grandes, ou não precisa ser grande assim de porte, mas em eventos importantes, geralmente rende um número maior de fotos, já é feito uma pré-seleção, vamos dizer que se façam 100, chegam aqui no jornal com 20, com as melhores no olhar do fotógrafo. Daí o repórter faz mais uma peneiragem ali, que sobra umas duas ou três, e dessas duas ou três uma vai para a capa, mas isso não só no autódromo, geralmente é o que acontece no dia a dia.

Outra característica importante é a visão regional do jornal que, por sua proximidade com o meio em que vivem seus leitores, acaba fazendo deles sua principal fonte de matérias. Assuntos que influenciam a sociedade e o seu modo de vida interessam ao leitor, e o veículo se esforça em ouvir a opinião deste público justamente no intuito de ao informar estimular o senso crítico, prestando um serviço para o crescimento do indivíduo como cidadão (MOTTA, 2002).

Ao se elaborar um texto, toda uma técnica deve ser respeitada. O *lide* nas matérias em análise, aparece na forma da pirâmide normal, o que dificultou de certa forma o entendimento por parte dos leitores em relação à questão número cinco, onde foi solicitado que encontrassem nos textos respostas para as perguntas *o que, quem, quando, onde, como e por quê*. Para situar melhor o leitor, a pirâmide invertida seria a mais indicada, pois no primeiro parágrafo conteria um resumo, o cerne da reportagem.

A disposição dos intertítulos das notícias que sustentam outras nuances da reportagem e fotos em tamanho grande, em especial nas reportagens de segunda-feira, que compreenderam as páginas 10 a 13 de junho de 2006, ocuparam um espaço precioso que poderia ser utilizado para a complementação das matérias. Esta falta de organização na diagramação, reflete em opiniões negativas dos leitores, pois uma das críticas observadas foi sobre a superficialidade do conteúdo das matérias.

Levando-se em consideração o texto e as fotos que o compõe, observa-se que a matéria da página 10 sob título “Um histórico e emocionante Domingo”, estaria melhor representada pela foto da página 12 com a legenda “público, aos poucos, foi lotando as arquibancadas e procurando um lugar no retão”, pois o texto referido descreve no parágrafo inicial o estado emocional do público e a temperatura, enquanto que a sua foto destaca o carro número 15 do santa-cruzense César Gautério Júnior, que está evidenciado no texto no primeiro parágrafo da página 12. Apesar dessa troca não ter sido percebida pelos leitores, as fotos geraram dúvidas, pois alguns dos termos utilizados nas legendas não condiziam com a imagem.

Colocados em paralelo, a técnica para elaboração das reportagens, a prática que ocorre dentro do jornal *Gazeta do Sul*, e a percepção dos entrevistados e dos leitores que responderam o questionário escrito, percebe-se que a política editorial se sobrepõe à teoria, com critérios próprios para a concepção das reportagens pelos jornalistas.

Esta linha editorial do jornal *Gazeta do Sul* segue o Manual da Folha de São Paulo (2001), que defende uma posição mais objetiva dentro de certa subjetividade natural do jornalista, própria do ser humano. Esta característica é observada pelos leitores, por exemplo *H e L*, que notaram nos textos jornalísticos o envolvimento do profissional que descreveu os fatos.

Constatou-se que as quatro reportagens que fazem parte deste objeto de estudo, englobaram o interesse de toda a comunidade santa-cruzense e toda a região onde opera o jornal *Gazeta do Sul*. Os textos respeitaram os critérios que compõe o valor-notícia, pois encontra-se o principal que é a informação em conjunto com a proximidade, a familiaridade, veracidade, impacto, atualidade, entre outros (MOTTA, 2002).

A recepção da notícia está vinculada a esta forma de criar o texto, pois quanto menos tais características estiverem presentes, menor será o grau de abstração do leitor, e sua percepção do fato como algo que deva se tornar notícia estará prejudicada e o seu interesse conseqüentemente sofrerá um decréscimo.

O estudo da recepção é fundamental para o jornal reconhecer se seus esforços estão alcançando os seus objetivos (capturar o interesse, ser atraente, estimular a leitura). Também, se sua linha editorial, está sendo percebida pelo leitor, o que confirma ou não sua credibilidade legitimando sua aceitação. Desta forma, valorizando sua participação em detrimento de outros meios de comunicação (rádio, tv, internet), e até mesmo diante do próprio meio, na sociedade que está inserido.

Verifica-se a aplicação dos conceitos de intertextualidade nas respostas dos entrevistados, porque em várias ocasiões são citadas outras reportagens que ocorreram anteriormente, como por exemplo, a polêmica política que envolveu a construção do autódromo, demonstrando assim, todo um conhecimento prévio, e a existência de uma opinião já formada.

A própria composição das reportagens permitiu a retomada de um assunto, ao enfatizar a mágoa do ex-prefeito Sérgio Ivan Moraes (reportagem do dia 13 de junho de 2005) por rixas acontecidas no passado, mas que não foram descritas pelo jornalista, por justamente já terem estampado manchetes e, portanto, serem de conhecimento público.

Os textos jornalísticos analisados, dos dias 10 a 13 de junho de 2005, retratam o mesmo tema, a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul, e são interligados pela continuação do assunto, e também se correlacionam com artigos já

anteriormente publicados desde a aquisição do terreno, passando pela polêmica da construção do mesmo e culminando com a inauguração.

Todo este conjunto de informações propiciou ao leitor situar-se na história narrada, pois o local, as instalações, o trajeto da pista, já haviam sido amplamente noticiados, permitindo que, mesmo não estando presente, ele se identificasse com os fatos retratados, facilitando assim a assimilação das notícias e despertando interesse para as outras reportagens que viriam.

## CONCLUSÃO

A forma com que os leitores responderam as questões foi influenciada por fatores pessoais, o que demonstra que apesar a linha editorial do veículo, muitas vezes, observar a teoria para a formação de uma personalidade própria, há leitores que não são atendidos. Na pesquisa de campo, dentre assinantes e não-assinantes do jornal Gazeta do Sul, foram encontrados leitores que não se interessaram em ler as matérias por não se interessarem pelo assunto automobilismo, porém alguns se interessaram muito, por estarem ligados de alguma forma ao comércio, que lucraria muito com a inauguração.

A mensagem foi construída numa linguagem visando possibilitar o entendimento de todos os leitores. Porém, uma parcela deste público, a partir da pesquisa realizada, sentiu dificuldade de interpretar os títulos e não correlacionou com o conteúdo das matérias. Entre a captura das informações e a leitura realizada, houve influências externas de outras reportagens e informações, da própria evolução da percepção dos entrevistados/leitores.

Percebeu-se também que havia uma falta de interesse de aprofundar a leitura das matérias, um reflexo da sociedade atual em que as pessoas recebem muitas informações e não têm tempo para assimilá-las atendo-se a pontos isolados como, no caso da pesquisa, a ler os títulos e a linha de apoio suficientes para mantê-los informados. Desta forma realizando uma espécie de leitura dinâmica, ao escolher algumas palavras-chave que resumiriam a notícia toda.

A política editorial exerce influência em grande parte na elaboração dos textos jornalísticos/reportagens. A organização (empresa) influencia a forma de redação do texto jornalístico, pois o repórter além de ter que seguir a linha editorial, necessita adaptar a matéria

ao espaço que lhe é destinado no jornal, a interferência decorrente do fato de o jornal visar também o lucro sofre a intervenção do departamento comercial que determina o número de anúncios publicitários, que constituirão as páginas.

Ainda com relação à rotina produtiva, no momento em que os editores exigem um texto criativo dos repórteres, determinam qual deverá ser sua postura diante de um assunto, como ele será abordado, e que ênfase determinado aspecto terá. Entre o processo de captura das informações até a elaboração do texto final, sua diagramação e sua publicação no jornal Gazeta do Sul, o repórter participa, porém o seu trabalho não é independente, não é isento. Ele está subordinado a uma hierarquia, devendo seguir orientações.

Apesar do jornal ser considerado algo objetivo há um contraponto, a subjetividade está presente desde o início nas matérias analisadas. Pode-se mencionar, por exemplo, o uso dos títulos e do parágrafo introdutório, denominado nariz de cera, que retardam o início do assunto a ser informado.

Da mesma forma, na reunião de pauta do dia 01 de junho de 2005, a escolha dos assuntos que seriam notícias passaram por critérios subjetivos, pois além de ter sido observado a presença de fatores determinantes do veículo foi, também, considerada a expectativa do público/leitor em saber quais os preparativos finais e como seria a inauguração. O valor-notícia dos repórteres e dos editores ficou em cima do que seria de interesse público. O veículo não faz pesquisa junto à comunidade, no entanto recebeu sugestões, críticas e visitas pessoais que podem interferir na seleção das pautas.

A organização (empresa), ouvindo o público determina o que sai ou não. No jornal Gazeta do Sul, dia 01 de junho de 2006, isso foi percebido pelo depoimento de Neumann, ao referir que houve uma adaptação do veículo quando reservou espaço também para as notícias nacionais e internacionais, devido ao interesse do público que queria, por exemplo, ler no jornal as informações assistidas na televisão.

Concluiu-se que, tecnicamente, os textos analisados não estavam de acordo com o que rege as normas da redação jornalística. Já no início da reportagem havia sinal de prolixidade, não de objetividade, clareza e precisão das características do texto jornalístico informativo.

Quanto ao que compete aos títulos, pode-se observar, houve uma confusão por parte dos repórteres, uma troca de posição, o envolvimento emocional ditou as normas.

O repórter é responsável pela matéria que publica, ele não escreve para si mesmo, deve pensar no todo. Porém, o que, como e sobre o quê escreve não depende só dele. Fatores econômicos, editoriais e o ambiente social em que está inserido, e para o qual o jornal está voltado, influenciam a elaboração do texto jornalístico. Neste panorama, o repórter deve se posicionar da melhor maneira possível para atingir os seus objetivos, seja usando termos de fácil entendimento para os leitores, seja até mesmo desconsiderando a técnica dos manuais para tornar a leitura mais agradável.

A pesquisa sobre recepção foi extremamente válida, pois possibilita a visão de um ângulo diferente, ao compreender qual o caminho seguido pela notícia e a forma como ela é processada pelo leitor. Abre-se uma nova perspectiva do próprio processo de comunicação, processo este que não é unilateral, mas intercambiável, em que o jornalista auxilia na divulgação de fatos, possibilitando ao leitor uma evolução cultural. Desta maneira, o leitor dá retorno para este mesmo jornalista, que vai aprimorando sua forma de escrever para atender este público cada vez mais exigente.





## REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Suárez. *Curso de Redação*. 7. ed. São Paulo: Ática, 1998.

AMARAL, Luiz. *A objetividade jornalística*. Porto Alegre: Sagra - D.C. Luzzatto Editores, 1996. p. 17-43.

APPEL JÚNIOR, Jansle. A produção da notícia. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2006. 1 cassete sonoro (30 min). Entrevista concedida à pesquisa O estudo da recepção de notícias sobre a inauguração do autódromo internacional de Santa Cruz do Sul, na editoria geral, no jornal Gazeta do Sul.

\_\_\_\_\_. O vaivém de 20 mil cabeças. *Gazeta do Sul*, Santa Cruz do Sul, 13 jun. 2005, ano 61, n. 118. Geral, p.12-13.

APPEL JÚNIOR, J.; SETÚBAL, N. Renault Speed Show lota os hotéis. *Gazeta do Sul*, Santa Cruz do Sul, 10 jun. 2005, ano 61, n. 116. Geral, p.18-19.

AZEVEDO, Israel Belo de. *O prazer da produção científica*. 7. ed. Piracicaba: Unimep, 1999.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo*. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.

BARROS FILHO, Clóvis de. *A subjetividade na recepção: o receptor entre o mongolismo e o autismo. Impor sobre o que falar (A hipótese do agenda setting)*. In: \_\_\_\_\_. *Ética na comunicação*. São Paulo: Moderna, 1995. p. 123-163, 169- 207.

BARTHES, Roland (org.). *Análise Estrutural da Narrativa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes Ltda, 1973.

BARTHES, Roland. *O prazer do texto*. Tradução de Maria Margarida Barahoma. Lisboa: Edições 70, 1974.

BATTISTEL, Rose Marigliai. *Plano de Expansão e Participação de Mercado na Empresa ITM - Indústrias Têxteis H. Milagre S.A.* 165 f. Estágio Supervisionado em Diagnóstico Empresarial - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2002.

BATTISTEL, Vilmar. *O desenvolvimento da agricultura familiar no estado do Rio Grande do Sul e a evolução dos investimentos do programa nacional de fortalecimento da agricultura familiar (PRONAF) a partir de 1996*. 109 f. Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2002.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 37-156, 187-365.

BELTRÃO, Luiz. *Teoria geral da comunicação*. 3.ed. Brasília: Thesaurus, 1982.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. *O que é comunicação*. 11.ed. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BRASIL. *Cadernos MARE da reforma do estado*. Brasília, DF: Ministério da Administração e Reforma do Estado/Secretaria do Estado, 1997. v. 2.

BRÄUNIG, Carin Rosane. A família e a escola na vida das crianças. *Gazeta do Sul*, Santa Cruz do Sul, 13 out. 2005, quinta-feira. Opinião, p. 16

BUENO, Silveira. *Minidicionário da língua portuguesa*. São Paulo: FTD, 2001.

CADORE, Luís Agostinho. *Curso Prático de Português*. 4.ed. São Paulo: Ática, 1996.

CALDER, J.; GARRETL, J. *Manual de Fotografia 35 mm*. São Paulo: Melhoramentos, 1979.

CARVALHAL, Tânia Franco. *Literatura Comparada*. São Paulo: Ática, 1986.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em Rede: A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas*. São Paulo: PAZ e TERRA, 2000. p. 353-398.

CLÉMENT, Catherine. *A viagem de Théo*. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

COBRA. *Administração de Marketing*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

COIMBRA, Oswaldo. *O texto da reportagem impressa: um curso sobre a sua estrutura*. Reimpressão 2002. São Paulo: Ática, 1993.

DE NICOLA, José. *Literatura Brasileira das origens aos nossos dias*. São Paulo: Scipione Ltda, 1990.

DEMO, Pedro. *Pesquisa: princípio científico e educativo*. São Paulo: Cortez, 1997.

DUARTE, J.; BARROS, A. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação: a elaboração do projeto de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 32-47.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993.

\_\_\_\_\_. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 1983.

EICK, Daniel Fernando. *A polêmica da construção do autódromo ( O autódromo como fator de impulsão na economia local)*. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2005. 1 cassete sonoro (30 min). Entrevista concedida ao Programa Café Expresso. Tema: O turismo na região.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo: Ática, 1991.

ESCOSTEGUY, A. C.; JACKS, N. *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

ESPORTES. *Solicitação de dados sobre o espaço das competições* [Mensagem Institucional]. Mensagem recebida por <esporte@gazetadosul.com.br> em 07 maio 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. A deflagração do sentido: estratégias de produção e de captura de recepção. In: SOUSA, Mauro Wilson de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 189-222.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Manual de redação: Folha de São Paulo*. São Paulo: Publifolha, 2001.

FORTES, Waldyr Gutierrez. *Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias*. São Paulo: Summus, 2003.

FRASSON, Regina Maria Denardi. *A intertextualidade como recurso da argumentação*. Dissertação de Mestrado em Letras - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 1991. p. 58-129.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia*. 13. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

\_\_\_\_\_. *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

GARCIA, Luiz. *O Globo*. Manual de redação e estilo. São Paulo: Globo, 1999. 246 p.

GAZETA DO SUL. *Arquivo da história do jornal*. Gazeta do Sul. Santa Cruz do Sul, 2002.

\_\_\_\_\_. *Gazeta é lida em 43 países pela web*. Especial 60 anos. Santa Cruz do Sul, jan. 2005. p. 34.

GERALDI, João Wanderley. *Portos de passagem*. Texto e linguagem. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

GLENWRIGHT, Jerry. *Fique por dentro da internet*. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2001.

GOMES, Pedro Gilberto. *A Comunicação em debate*. São Paulo: Paulinas, 1994, p. 29-42.

\_\_\_\_\_. *O jornalista alternativo no projeto popular*. São Paulo: Paulinas, 1990, p. 21-48.

GONZAGA, Sérgio. *Manual de Literatura Brasileira*. 14 ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1997. 272 p.

GOULART, Maurício. *Solicitação de dados sobre o jornal Gazeta do Sul On-line* [Mensagem institucional]. Mensagem recebida por <mauricio@gazetadosul.com.br> em 24 maio 2006.

GUARAN, Milton. *Linguagem Fotográfica*. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1992, p. 9-50.

HELPER, I.; AGNES, C. *Normas para apresentação de trabalhos acadêmicos*. 8. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (orgs.). *Teorias da Comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

\_\_\_\_\_. *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Lisboa: Veja, 1993.

KOCH, I. V.; TRAVAGLIA, L. C. *A coerência textual*. São Paulo: Contexto, 1990.

KOCH, Ingedore Villaça. *A coesão textual*. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 1990.

KOTSCHO, Ricardo. *A prática da reportagem*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.

KRISTEVA, Júlia. *Introdução à semanálise*. São Paulo: Perspectiva, 1974. p. 61-90.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

\_\_\_\_\_. *Estrutura da Notícia*. 3. ed. São Paulo: Ática, 1993.

\_\_\_\_\_. *Ideologia e Técnica da Notícia*. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2001.

\_\_\_\_\_. *Linguagem Jornalística*. 4. ed. São Paulo: Ática, 1993.

\_\_\_\_\_. *Teoria e técnica do texto jornalístico*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos da Metodologia Científica*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LEAL, Ondina Fachel. Etnografia de audiência: uma discussão metodológica. In: SOUSA, Mauro Wilson de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p.113-121.

LETRIA, J. J.; GOULÃO, J. *Noções de Jornalismo*. 2. ed. Lisboa: Livros Horizonte, 1986.

LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência: O Futuro do Pensamento na era da Informática*. 7 Reimpressão/1998. Rio de Janeiro: ed. 34, 1993. p. 28-42, 70-74.

LINS e SILVA, Carlos Eduardo. Introdução; Objetivos e Hipóteses; O senso crítico através de conhecimento dos meios; Conclusão. In: \_\_\_\_\_. *Muito Além do Jardim Botânico*. São Paulo: Summus, 1985. p.19-63, 125-140.

LOEWE, Paola. *A coluna Bandeirada e sua função na página da editoria dos esportes*. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2006. 1 cassete sonoro (30 min). Depoimento concedido à pesquisa O estudo da recepção de notícias sobre a inauguração do autódromo internacional de Santa Cruz do Sul, no jornal Gazeta do Sul, na editoria geral.

LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília: UnB, 1996.

MARTINS, Beatriz Araújo. *Revistando as teorias da comunicação*. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: [s.n.], 1996. p. 54-59.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. Tradução de Décio Pignatari. 10. ed. São Paulo: Cultrix, 1995.

MEDINA, Cremilda de Araújo. *Notícia: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. 2. ed. São Paulo, ALFA-OMEGA, 1978.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994.

\_\_\_\_\_. *Jornalismo Opinativo*. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

\_\_\_\_\_. *Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998. p. 7-84.

MINUZZI, Marcus Vinícius. *O fumo na folha: realidades em construção pela trama do discurso jornalístico - o caso Gazeta do Sul e o complexo agroindustrial fumageiro*. 257 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional - Mestrado e Doutorado) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2002.

MORAN, José Manuel. *Leitura crítica dos meios de comunicação*. In: \_\_\_\_\_. *Como ver televisão*. São Paulo: Edições, 1991.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Teoria da notícia: as relações entre o real e o simbólico. In: PORTO, Sérgio D. (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília, UnB, 2002. p. 305-319.

MULLER, Cristiana Verônica. *Assessoria de Imprensa e a relação com os públicos através de uma análise de recepção da Folha da Afubra*. Santa Cruz do Sul, 2005. 169 f.

NEUMANN, Romeu Inácio. *A produção da notícia*. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2006. 1 cassete sonoro (30 min). Depoimento concedido à pesquisa O estudo da

recepção de notícias sobre a inauguração do autódromo internacional de Santa Cruz do Sul, no jornal Gazeta do Sul, na editoria geral.

NOBLAT, Ricardo. *A arte de fazer um jornal diário*. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2003. 174 p.

NÖTH, Winfried. *A semiótica no século XX*. São Paulo: Arnablume, 1996.

OLIVEIRA, Erlon Albuquerque de. A Terceira Onda e o enfraquecimento do Estado-Nação. *Revista Consulex*. Ano IV, v. I, n. 48, 31 dez. 2000. p. 18-21.

PAIVA, Raquel. *O Espírito Comum: Comunidade, mídia e globalismo*. 5. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 7-124, 142-145.

\_\_\_\_\_. *1000 perguntas*. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 2005. 238 p.

PEREIRA, H. B.; PECHALIN, M. M. *Português: Na trama do texto*. São Paulo: FTD, 2004.

PICCININ, Fabiana. *Do outro lado da tela: apropriações do telejornal pelos fumicultores de Santa Cruz*. 2000. 165 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional - Mestrado e Doutorado) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2000.

PLATÃO SAVIOLI, F.; FIORIN, J. L. *Para entender o texto. Leitura e redação*. São Paulo: Ática, 1998.

PRETTO, Orlando Francisco. *Relação entre pais e filhos*. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2005. 1 cassete sonoro (30 min). Entrevista concedida ao Programa Contraponto. Tema: Adolescência em Família.

RAMALHO, José. *Fotografia digital*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.



ROMERO, Maria Roselane Zoch. *A produção da notícia*. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2006. 1 cassete sonoro (30 min). Entrevista concedida à pesquisa O estudo da recepção de notícias sobre a inauguração do autódromo internacional de Santa Cruz do Sul, no jornal Gazeta do Sul, na editoria geral.

ROSE, Carla. *Aprenda em 14 dias fotografia digital*. Docware Traduções Técnicas, Edson Fumankiewicz. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SALOMON, Délcio Vieira. *Como fazer uma monografia*. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado: mapeamento da área de comunicação*. São Paulo: Hacker Editores, 2001. p.75-100.

\_\_\_\_\_. *O que é Semiótica?* Coleção 103. Primeiros Passos. São Paulo: Brasilense, 1993.

SARMENTO, Leila Lauer. *Gramática em textos*. São Paulo: Moderna, 2000.

SCHURAMM, Wilbur. *Comunicação de massa e desenvolvimento*. O papel da informação nos países em crescimento. Rio de Janeiro: Unesco, 1970.

SETÚBAL, Nero. *A produção da notícia*. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2006. 1 cassete sonoro (30 min). Entrevista concedida à pesquisa O estudo da recepção de notícias sobre a inauguração do autódromo internacional de Santa Cruz do Sul, no jornal Gazeta do Sul, na editoria geral.

\_\_\_\_\_. Prefeitura sem plano B para o caso de chuva. *Gazeta do Sul*, Santa Cruz do Sul, 11-12 jun. 2005, ano 61, n. 117. Geral, p. 24.

\_\_\_\_\_. Um histórico e emocionante domingo. *Gazeta do Sul*, Santa Cruz do Sul, 13 jun. 2005, ano 61, n. 118. Geral, p. 10-11.

STÜLP, Jacson Miguel. *A produção da notícia*. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2006. 1 cassete sonoro (30 min). Entrevista concedida à pesquisa O estudo da recepção

de notícias sobre a inauguração do autódromo internacional de Santa Cruz do Sul, no jornal Gazeta do Sul, na editoria geral.

TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. A morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 1990.

TRAQUINA, Nélon. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora, Unisinos, 2001.

VALSI, Tatiana. *O fantástico mundo da informática*. São Paulo: Panda, 2003. p. 75-100.

VÉRON, Eliséo. *Que voit-on du monde? Images dans le discours de l'information*. Tradução de Eugênia Maria da Rocha Barrichello. Recherche Photographique - Histoire - Esthétique. Num. Especial, 7, 1989. Éditions Hazana.

VÉRON, Eliséo. Quand: lire c' est faire l' Enunciaron dans le discours de la presse écrite. In: *Sémiotique II*. Tradução Eugênia Maria da Rocha Barrichello. Paris: IREP, 1983.

WENZEL, José Alberto. *A polêmica da construção do autódromo (O autódromo como fator de impulsão na economia local)*. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2005. 1 cassete sonoro (30 min). Entrevista concedida ao Programa Café Expresso. Tema: O turismo na região.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 4. ed. Lisboa: Presença, 1995.

ZACARIAS, Alba. *Limites*. Entrevistadora: C. R. Bräunig. Santa Cruz do Sul, 2005. 1 cassete sonoro (30 min). Entrevista concedida ao Programa Contraponto. Tema: Entrevista em debate.

## ANEXO A - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Tema da Pesquisa: \_\_\_\_\_

Pesquisador: \_\_\_\_\_

Orientador: \_\_\_\_\_

A pesquisa que ora se apresenta tem uma etapa de coleta de dados, a partir da aplicação de dois tipos de instrumentos: entrevista oral e questionário escrito.

Atesto, para os devidos fins, de que fui comunicado dos objetivos da pesquisa e da finalidade de seus resultados na universidade.

Será garantido o sigilo quanto à identificação dos entrevistados/leitores, bem como será assegurado que os nomes não sejam revelados na discussão dos resultados da pesquisa.

Este documento é por mim assinado em duas vias, bem como do avisador também signatário, referendado por seu orientador.

Santa Cruz do Sul, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_.

---

Entrevistado

---

Pesquisador

---

Orientador

## ANEXO B - Entrevista Oral

Pesquisa Qualitativa a ser Aplicada com os Moradores de Santa Cruz do Sul

Esta pesquisa é referente ao estudo de notícias divulgadas sobre a inauguração do *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul*, na editoria Geral, no período de 10 a 13 de junho de 2005, no Jornal *Gazeta do Sul*.

1. Sexo

( ) Feminino      ( ) Masculino

2. Bairro \_\_\_\_\_

3. Idade \_\_\_\_\_

( ) 16-25 anos; ( ) 26-35 anos; ( ) 36-45anos; ( ) 46-60anos; ( ) mais de 60 anos.

4. Telefone(s) \_\_\_\_\_ E.mail: \_\_\_\_\_

5. Escolaridade

( ) Ensino Fundamental incompleto      ( ) Ensino Fundamental completo

( ) Ensino Médio incompleto      ( ) Ensino Médio completo

( ) Ensino Superior incompleto      ( ) Ensino Superior completo

6. Profissão

( ) Estudante      ( ) Professor      ( ) Aposentado      ( ) Comerciarío

( ) Prof. Liberal      ( ) Dona de casa      ( ) Desempregado      ( ) Outros

Qual? \_\_\_\_\_

7. ( ) Assinante do jornal *Gazeta do Sul*

( ) Não assinante do jornal *Gazeta do Sul*

8. Costuma ler os jornais santa-cruzenses? Sim ou não? No caso afirmativo, desde quando costuma ler?

9. Quais os jornais santa-cruzenses que costuma ler?
10. Como tem acesso à leitura do jornal *Gazeta do Sul*?
11. Quantos e quais os dias da semana que costuma ler o jornal *Gazeta do Sul*?
12. Quais as seções de maior interesse no jornal *Gazeta do Sul*?
13. Na época em que foi inaugurado o *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul*, leu as matérias publicadas no jornal *Gazeta do Sul*?
14. Em caso afirmativo, o que lembra da leitura das matérias do jornal *Gazeta do Sul*?
15. O que chamou a atenção nas matérias lidas sobre a inauguração do *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul*?
16. Por que leu estas matérias do jornal *Gazeta do Sul*?
17. O que sentiu ao ler as matérias do jornal *Gazeta do Sul*?
18. Como interpreta a foto maior divulgada, na página 12 do jornal *Gazeta do Sul*, no dia 13 de junho de 2005?
19. Como é possível interpretar esta legenda “*Público, aos poucos, foi lotando as arquibancadas e procurando um lugar no retão*” veiculada, na página 12 do jornal *Gazeta do Sul*, no dia 13 de junho de 2005?
20. Como interpreta a foto e a legenda juntas?

## ANEXO C - Questionário Escrito

## Pesquisa Qualitativa a ser Aplicada com os Moradores de Santa Cruz do Sul

Esta pesquisa é referente ao estudo de notícias divulgadas sobre a inauguração do *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul*, na editoria Geral, no período de 10 a 13 de junho de 2005, no jornal *Gazeta do Sul*.

1. A inauguração do *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul* gerou muitas matérias. Das que recebeu, qual mais lhe chamou atenção? Cite o título. Por quê?
2. Como é possível interpretar estes títulos de matérias: “*Renault Speed Show lota os hotéis*”; “*Prefeitura sem plano B para o caso de chuva*” veiculados, no jornal *Gazeta do Sul*, respectivamente dos dias 10, 11 e 12 de junho de 2005?
3. Os títulos da questão anterior condizem com o conteúdo das matérias? Sim (    )  
Não (    ) Se a resposta for afirmativa, como identifica a presença do título na matéria?
4. Como entendeu a frase: “Na pista, o som agudo dos motores dos carros passando a mais de 200 quilômetros por hora na frente dos boxes” publicada , na página 12 do jornal *Gazeta do Sul*, no dia 13 de junho de 2005?
5. As perguntas chaves de um texto jornalístico são *o quê, quem, quando, onde, como, e por quê*. Nos textos lidos, conseguiu achar as respostas para estas perguntas? Em quais matérias encontrou todas as respostas? Em quais encontrou de forma parcial? Destaque-as no texto. Em quais não encontrou as respostas? Cite-as.
6. Os textos lidos sobre a inauguração do *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul* apresentam precisão e clareza? Sim (    ) Não (    ) Selecione situações dos textos que demonstrem a sua opção.
7. Em que textos estão as palavras: *emoção, macadame e adrenalina*? Dê o seu significado a partir do contexto.

8. Qual a idéia presente na foto maior divulgada, na página 10 do jornal *Gazeta do Sul*, no dia 13 de junho de 2005?
9. E a legenda: “*Carros da Copa Clio foram os primeiros a correr na pista e puseram fim a um trabalho iniciado há 18 meses*” publicada, na página 10 do jornal *Gazeta do Sul*, no dia 13 de junho de 2005, está de acordo com a foto que ilustra? Sim (  ) Não (  ) Por quê?
10. A partir das matérias lidas no jornal *Gazeta do Sul*, o que você diria para quem construiu o *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul*?
11. Nos textos lidos sobre a inauguração do *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul*, encontrou alguma dificuldade de entendimento com relação a termos, expressões e frases utilizadas? Caso a resposta seja afirmativa. Mencione.

## ANEXO D - Questionário Chefe de Redação

Perguntas à Maria Roselane Zoch Romero - Chefe de Redação do Jornal *Gazeta do Sul*. Realizadas no dia 11 de maio de 2005.

1. Desde quando o jornal *Gazeta do Sul* tratou da inauguração do autódromo?
2. A partir de que momento trabalharam a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul?
3. E o que trabalharam a partir do momento em que houve o anúncio da inauguração?
4. A inauguração do autódromo foi cancelada, havia sido prevista para abril e só aconteceu em junho. Nesse meio tempo, o que fizeram de matérias e quais foram as pautas?
5. Com relação aos aspectos que trabalharam na inauguração. Como foi planejada a cobertura?
6. Qual a proposta?
7. Também foi fornecer a informação quente, atualizada, da forma como ela foi consolidada? Principalmente, nas edições do dia anterior, na do dia e na do dia posterior à inauguração do evento?
8. Que cuidados foram observados na parte editorial e gráfica, por exemplo, em função da importância do evento?
9. Qual a intenção do jornal no momento em que trabalha dando mais espaço para a área do automobilismo?
10. Quais as orientações que foram repassadas, ao grupo de redação, para fazer a cobertura do evento e, posteriormente, apresentar as notícias da forma como ela chegou ao público?



11. Desde quando tratam do assunto automobilismo nas páginas da Gazeta do Sul?
12. Quais as orientações que foram repassadas, ao grupo de redação, para fazer a cobertura do evento e, posteriormente, apresentar as notícias da forma como chegou ao público?
13. Qual a intenção do jornal no momento em que trabalha dando mais espaço para a área do automobilismo?
14. Desde quando tratam do assunto automobilismo nas páginas da Gazeta do Sul?

## ANEXO E - Questionário Repórter/Editor de Esportes

Perguntas a Jacson Miguel Stülp - Repórter e Editor de Esportes do Jornal *Gazeta do Sul*. Realizadas no dia 11 de maio de 2005.

1. Antes da inauguração do *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul* já eram noticiadas matérias sobre o automobilismo brasileiro?
2. Já há tradição do veículo neste esporte?
3. Qual o destaque dado às matérias sobre a *Stock Car* e as outras fórmulas como a *Renault* e a *Clio*? Essas notícias tinham destaques maiores?
4. O que fez a *Gazeta do Sul* dar mais importância aos esportes?
5. Os torneios de várzea não geraram mais informação?
6. No início, as informações sobre o automobilismo falavam sobre competidores de Santa Cruz do Sul e região? Ou falavam de tudo no âmbito nacional?

## ANEXO F - Questionário Repórteres

Perguntas a Jansle Appel Júnior e Nero Setúbal - Repórteres do Jornal *Gazeta do Sul*

1. Qual o tempo que tinham para fazer as notícias referentes à inauguração do *Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul*?
2. Como foi o processo de construção das notícias, desde o planejamento da pauta até a edição da matéria? Que tempo levaram (agilidade)?
3. Acompanhou a edição da notícia até o final?
4. Principalmente, fez alguma intervenção nas manchetes e fotos escolhidas para a capa?
5. Qual foi a intervenção de quem editou as matérias?
6. Vocês tiveram uma orientação para construir o texto da forma como fizeram, ou seja, da forma como foi apresentado ao público? E não da forma diária como de um jornal, em que o *lide* é apresentado de maneira seca?

ANEXO G - Matéria do Jornal Gazeta do Sul, 10 jun. 2005, n. 116, p. 18-19



ANEXO H - Matéria do Jornal Gazeta do Sul, 11 e 12 jun. 2005, n. 117, p. 24

ANEXO I - Matéria do Jornal Gazeta do Sul, 13 jun. 2005, n. 118, p. 10-11





ANEXO J - Matéria do Jornal Gazeta do Sul, 13 jun. 2005, n. 118, p. 12-13



ANEXO L - Foto-Legenda para Entrevista Oral, 13 jun. 2005, n. 118, p. 12

CASA CHEIA

# Renault Speed Show lota os hotéis

Nero Setúbal  
Jansle Appel Junior



A dois dias das provas de inauguração do autódromo, alguns locais, como o Fazenda Pinus Parque e Vila Flôr, já estão com capacidade esgotada para o fim de semana

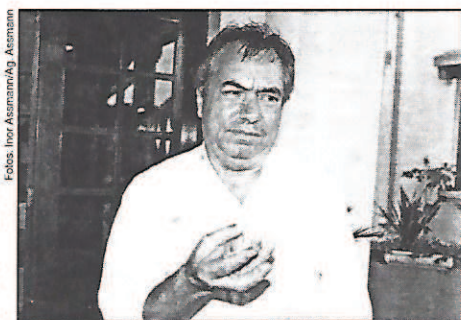
Os turistas que vierem ao município neste final de semana para conferir as provas de inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz sem ter reserva na rede hoteleira correm o risco de não ter onde dormir. Ontem, a maior parte dos principais estabelecimentos do município já estava com suas lotações praticamente esgotadas (ver quadro).

Alguns, como o Fazenda Pinus Parque, que fica no quilômetro 103 da RST-287, nem aceitavam mais reservas. "Cerca de 60% das nossas 19 cabanas estão locadas só para o pessoal que vai acompanhar as corridas", afirma o proprietário do Pinus, Marco Baumhardt.

Já os que ainda têm boa parte de sua capacidade disponível, caso do Turis Hotel, que também fica na 287 (quilômetro 134), apostam em ter 100% de suas vagas preenchidas até a manhã de sábado.

"Hoje (ontem) 50% dos 42 quartos que temos estão ocupados por turistas que vieram participar da inauguração ou por quem está trabalhando na organização", explica o gerente Evandro Schirmer.

A situação registrada no estabelecimento onde ele trabalha não é muito diferente do que acontece no Aquarius Flat Residence (Avenida João Pessoa, 144), onde 70 dos 129 apartamentos já estão sendo usados



Português: investimento já começa a dar retorno

pelos equipes do Renault Speed Show. "Nossa ideia é a de ir liberando outros leitos de acordo com a saída dos demais clientes que já estão aqui", salienta Sidnei Oliveira Lopes, gerente-geral da casa.

É, mas também há aqueles que ainda não acreditam em grandes alterações na rotina. É o caso do Soder Hotel (Marechal Floriano, 1.019), onde no final da tarde de ontem a ocupação era de apenas 10%. "Não acredito que isso vai mudar muito até sábado", diz Sidnei Soder, dono do estabelecimento.

Bem diferente dele pensa o proprietário do Vila Flôr, Valdemiro Fernando Teixeira, o Português, que decidiu construir seu hotel por causa do Autódromo Internacional de Santa Cruz. A aposta deu certo. Ontem ele era o outro empresário do setor que comemorava a lotação máxima.

"Temos 36 apartamentos e não há vaga para nenhum. E acredito que depois do próximo domingo vai ficar ainda melhor", comemora Português. A rede hoteleira de Santa Cruz tem 1,3 mil quartos.



Schirmer: quartos liberados só com desocupação

## A situação dos hotéis ontem

Aquarius Flat Residence (Av. João Pessoa, 144)	60%
Antonio's (Senador Pinheiro Machado, 998)	85%
Águas Claras - (Capitão Pedro Werlang, 420)	80%
Charrua (Marechal Floriano, 230)	90%
Cithos (Fernando Abbott, 77)	80%
Pinus Parque (RST-287, quilômetro 103)	100%
Santa Cruz (Ramiro Barcelos, 1.122)	80%
Soder (Marechal Floriano, 1019)	10%
Turis (RST-287, quilômetro 134)	50%
Tobaccos Palace (Travessa Érico Veríssimo, 430)	75%
Vila Flôr - (Rua Felipe Jacobus, 4)	100%
Churrascaria e hotel do Gringo - (Distr. Industrial)	35%



## Pole Position na Gazeta

A redação da *Gazeta do Sul* ficou bem mais bela na tarde de ontem. Na verdade, 24 vezes mais, com a visita feita pelas candidatas do Pole Position Beauty (foto). A presença das concorrentes no jornal fez parte da agenda prevista no concurso que apontará duas das três vencedoras da etapa santa-cruzense na noite de hoje na Speed Party, a festa oficial do Renault Speed Show. Não dá para ficar de fora. O agito será na casa noturna Electra (BR-471, junto à Academia Inside).

## Nos olhos do Brasil

O País tem de olhar Santa Cruz como uma das maiores incentivadoras do automobilismo nacional. A afirmação foi feita pelo diretor da Confederação Brasileira de Automobilismo (CBA) e presidente da Federação Gaúcha, Nestor Valduga, em entrevista concedida ao site oficial do Renault Speed Show ([www.speedshow.com.br](http://www.speedshow.com.br)) na tarde de ontem. A prova de que ele está ou não certo será dada no domingo, quando cerca de 40 mil pessoas são esperadas para a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz. Esse, para Valduga, será um dos melhores centros de automobilismo do Brasil com todas as obras de infraestrutura prontas.

## No caminho certo

Os turistas não terão mais problemas para achar o Parque de Eventos. Durante a tarde de ontem, equipes da Secretaria de Transportes e Serviços Públicos trabalharam na colocação de pelo menos dez placas de sinalização no trecho da RST-287 e da BR-471 que fica entre os bonecos Fritz e Frida e a fábrica da Souza Cruz.

Conforme o secretário responsável pela pasta, Ari Schwerz, o serviço já havia sido feito na segunda-feira. Porém, uma falha de comunicação entre a Prefeitura e a Santa Cruz Rodovias - concessionária responsável pela conservação e segurança da estrada - resultou na retirada do material. "Eles achavam que o Daer não nos havia autorizado a fazer isso".

A falta de sinalização foi motivo de crítica entre os integrantes das equipes do Renault Speed Show que chegaram ao município durante a última quarta-feira



## AUTOMOBILISMO

## Empreiteira Conterra retorna ao trabalho no acesso pela RST-471

A Conterra voltou a trabalhar ontem no acesso ao autódromo pela RST-471. Segundo o prefeito José Alberto Wenzel, na quarta-feira o Departamento Autônomo de Estradas e Rodagem (Dac) autorizou a retomada das obras.

Na tarde desta quinta, três máquinas trabalhavam no trecho que liga a BR-471 ao complexo. Os operários atuavam no bloqueio do macadame (camada espessa de pedra britada) com brita fina, compactada em seguida. A previsão é de concluir até a tarde de hoje.

Por lá estava o operador de motoniveladora



Previsão é de que as obras de pavimentação sejam concluídas até a tarde de hoje

Telmo Palhano, orgulhoso por poder auxiliar nos detalhes finais para a inauguração. "Estamos 'grudados' no trabalho para deixar tudo pronto.

Um dia eu vou lembrar que ajudei na conclusão do autódromo."

A Prefeitura também aproveitou o dia para providenciar os detalhes

finais do caminho que contorna a pista, pelo lado de fora da cerca. Isso e os acessos por dentro do complexo devem ser concluídos nesta sexta-feira.

## Acampamento armado e corrida assegurada

O casal de aposentados Zenilda e José Lacerta foi o primeiro a montar acampamento no Parque de Eventos para acompanhar as provas do Renault Speed Show. Moradores da Rua Elma Barbosa, no Bairro Senai, eles possuem uma cabana no local, construída com alguns vizinhos logo depois da inauguração do parque.

Pelo menos uma vez por semana eles estão lá. E dessa vez não foi diferente. Montaram uma barraca e descarregaram os alimentos que serão consumidos até domingo. "Vale até dormir na barraca para não perder as provas. Para nós é uma coisa nova. É bom sair da rotina", falou Zenilda. Ontem à tarde eles esperavam por mais dois casais da vizinhança, que também vão erguer as lonas por lá.

A expectativa é que hoje se intensifique o movimento de pessoas que vão instalar acampamento no Parque de Eventos. Lugar não falta.



José e Zenilda Lacerta foram os primeiros a acampar

## Churrascaria aposta no movimento do circuito



Adriana: venda de viandas para as equipes de corrida

A chegada das equipes e dos turistas que vão assistir às provas no autódromo começa a movimentar o setor de alimentação do município. Os proprietários da Churrascaria do Gringo, no Distrito Industrial, já sentem os efeitos da inauguração.

No almoço de ontem participaram muitas pessoas de fora do município. O movimento, que já é normalmente grande por causa dos empregados das fumageiras, agora é intensificado por um novo tipo de cliente: os do mundo do automobilismo. "Como somos o restaurante mais próximo do autódromo - com exceção da churrascaria instalada no Parque de Eventos -, acredito que o pessoal deva vir muito para cá", aposta a sócia Adriana Fiorentin.

Ela destaca também a encomenda de viandas para os trabalhadores do complexo, que aumentou desde esta quinta-feira. "Esperamos que no domingo seja melhor ainda", completa.

## Provas contarão com 30 fiscais de S. Cruz

O presidente da Federação Gaúcha de Automobilismo, Nestor Valduga, destacou o entusiasmo do município para a inauguração do autódromo. Para ele, um dos exemplos mais marcantes foi o interesse da comunidade pela formação dos fiscais de

pista, conhecidos como bandeirinhas. Eles têm a função de orientar os pilotos, por meio de bandeiras coloridas. Valduga iniciou o processo com o auxílio dos comissários desportivos da Contederação Brasileira de Automobilismo (CBA)

"Acertei com o prefeito que buscaríamos uma valorização do pessoal local." No total, 203 candidatos se inscreveram. Dentre aqueles que se encaixaram no perfil buscado foram selecionados 60. Esses passaram por um curso

intensivo durante dois finais de semana. Receberam material didático, noções de combate a incêndio e outros pontos fundamentais. "Desse primeiro grupo, já vamos usar 30 no Renault Speed Show by Tim", informou Valduga.

## Sérgio Moraes na placa

O ex-prefeito de Santa Cruz do Sul, Sérgio Moraes, não vai ficar de fora da inauguração do autódromo. O atual chefe do Executivo, José Alberto Wenzel, garantiu que Moraes foi convidado para participar da solenidade de abertura e que seu nome aparecerá na placa que marca o lançamento do circuito. Também ganhará referência durante o discurso de Wenzel.

## AUTOMOBILISMO

# Prefeitura sem plano B para o caso de chuva

Nero Setúbal

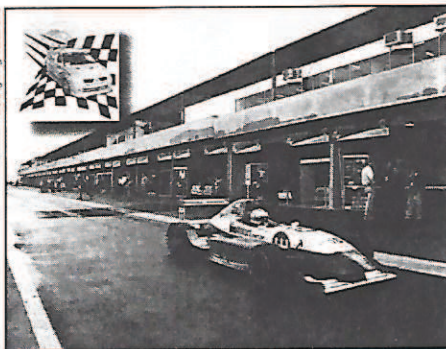
No entanto, existe a possibilidade de ser liberado um espaço maior para as pessoas assistirem aos pegs da Fórmula Renault e da Copa Clio de dentro de seus carros

Se as previsões de chuva do Centro de Climatologia Urbana de São Leopoldo se confirmarem (ver mais no boxe), a maior parte dos espectadores das provas do Renault Speed Show by Tim terá que apelar para o improvisado para não ficar encharcada. Isso porque a Prefeitura de Santa Cruz não dispõe de

um "plano B" em caso de mau tempo durante este domingo.

A informação foi confirmada na tarde desta sexta-feira pelo secretário municipal de Turismo Esporte e Lazer, Elton Griebeler. De acordo com ele, não existe a menor possibilidade de a administração municipal instalar lonções para o público que ficar fora da área coberta, onde estão os camarotes da Renault, o paddock, a central de imprensa, a direção de prova e outros setores.

No entanto, a Prefeitura poderá liberar um espaço maior para as pessoas assistirem aos pegs da Fór-



Mau tempo não vai impedir a realização das provas

mula Renault e da Copa Clio do interior de seus carros. Hoje a área permitida vai da curva 1 - a

primeira depois da reta de largada - ao começo das arquibancadas da tribuna VIP, erguida em frente aos

boxes (na parte alta, atrás da tela).

"A prova sai de qualquer maneira, independente do

tempo. Claro, que se ocorrer termos um público menor do que o esperado", afirma Griebeler.

## Pista molhada

A etapa santa-cruzense do Renault Speed Show by Tim deve mesmo ser realizada sob chuva. Ontem, o Centro de Climatologia Urbana de São Leopoldo divulgou a previsão do tempo para a região de Santa Cruz durante o final de semana.

De acordo com o estudo, a nebulosidade vai aumentar ao longo deste sábado, quando uma frente fria vinda da Argentina deve também causar declínio na temperatura. No domingo, o quadro não será muito diferente, podendo haver chuva um pouco mais intensa ao longo do período. As precipitações mais fortes, porém, estão previstas para a segunda-feira.

## Ônibus

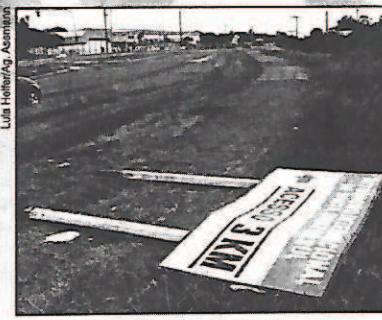
Para quem pensa em economizar dinheiro com gasolina ou não quer enfrentar congestionamento para chegar ou sair do Autódromo Internacional de Santa Cruz neste domingo há uma boa opção: os ônibus das empresas de transporte urbano do município (foto) funcionarão em horário normal, com as linhas se estendendo até o pórtico de entrada do Parque de Eventos. A Prefeitura, inclusive, vai liberar o estacionamento do Parque da Oktoberfest para quem quiser deixar seus carros ali antes de ir acompanhar as provas do Renault Speed Show by Tim.



Banco de Imagens/GS

## Sem noção

Há pessoas que não têm a menor noção das bobagens que fazem. Prova disso foi dada na tarde desta sexta-feira, quando um grupo de vândalos derrubou duas das dez placas de sinalização que foram colocadas ao longo da RST-267 e da BR-471 pela Secretaria de Transportes e Serviços Públicos. A ação da Prefeitura busca facilitar a vida dos turistas que ainda chegarão ao município para as provas de inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz.



Lula Heller/Ag. Assmann

## Fique ligado

No domingo, as atividades no Autódromo Internacional de Santa Cruz começam às 9 horas, com a cerimônia de inauguração. Em meia hora a banda do 7º Batalhão de Infantaria Blindado (7º BIB) fará a execução do Hino Nacional e cinco autoridades terão a chance de falar: o secretário municipal de Turismo, Elton Griebeler; o presidente da Federação Gaúcha

de Automobilismo (FGA), Nestor Valduga; um dos promotores do Speed Show, Carlos Col; o prefeito José Wenzel e, por último, o governador Germano Rigotto.

A primeira prova tem largada prevista para as 11 horas. Será a da 4ª etapa da Copa Clio. A segunda é da Fórmula Renault, com largada programada para as 12h55.

## Aviões e motos

O domingo não será apenas das máquinas velozes e competitivas da Copa Clio e da Fórmula Renault no Parque de Eventos. Dois aviões e um grupo de motos voadoras também prometem chamar a atenção das pessoas que estiverem no local durante a programação do evento.

Os dois primeiros vão executar um show aéreo em homenagem a todos os

namorados que forem prestigiar a inauguração. O espetáculo, conforme o secretário de Turismo, Elton Griebeler, acontece no intervalo das provas do Renault Speed Show by Tim, quando também está prevista uma das duas apresentações de Freestyle da equipe do piloto Jorge Negretti. A outra ocorrerá no término da Fórmula Renault.

## Acesso livre

Imprensa, órgãos de segurança e convidados das entidades que organizam o evento terão duas opções de chegada e saída ao local das provas. Uma delas é a estrada principal de acesso ao Parque de Eventos, que começa nas margens da BR-471 (em frente ao trevo da Souza Cruz) e será usada pelos demais espectadores.



Lula Heller/Ag. Assmann

A outra, exclusiva, é o trecho da RST-471 que foi liberado pelo Daer na última quarta-feira. Para essa, os motoristas devem ingressar pela entrada criada junto ao viaduto que cruza sobre a BR-471 (cerca de dois quilômetros

antes do posto de pedágio de Rio Pardo, no sentido Santa Cruz-Rio Pardo).

## Comércio aberto

Os turistas e os moradores do município terão mais tempo para fazer suas compras no comércio de Santa Cruz neste sábado. Por meio da promoção Sábado de Alegria, as lojas ficarão abertas das 8 horas às 17 horas, sem fechar ao meio-dia. Por causa da combinação do Dia Dos Namorados com a inauguração

Banco de Imagens/GS



ramos que isso se reverta amanhã", afirma João Carlos Kroth, sócio-proprietário da Loja do Esportista.

do autódromo, a expectativa dos lojistas é de que o dia seja de venda intensa. "Até o começo da tarde de hoje (sexta-feira) não registramos nenhum incremento significativo. Esperamos que isso se reverta amanhã", afirma João Carlos Kroth, sócio-proprietário da Loja do Esportista.

## AUTOMOBILISMO

## Um histórico e emocionante domingo

Nero Setúbal

O dia 12 de junho de 2005 não sairá tão cedo da memória das pessoas que foram assistir às provas de inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz

Céu nublado, temperatura amena, velocidade e emoção. Muita emoção. Assim foi o dia de ontem para quem se deslocou até o Parque de Eventos para prestigiar um acontecimento histórico: a inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz.

Eram cerca de 9 horas quando a banda do 7º Batalhão de Infantaria Blindado (7º BIB) se perfilou ao lado dos boxes para executar a canção *Sempre Fiel*. Seguida do Hino Nacional, ela talvez fosse uma homenagem às pessoas que lá estavam desde às 7 horas da manhã para assistir às provas do Renault Speed Show by Tim e que só foram embora depois de o último motor roncar no traçado.

Antes, porém, ouviram as declarações das autoridades que estiveram diretamente ligadas à concretização do evento. Caso do secretário municipal de Turismo, Esportes e Lazer, Elton Griebeler, que afirmou ser o dia 12 de junho a data inicial de um novo cenário para

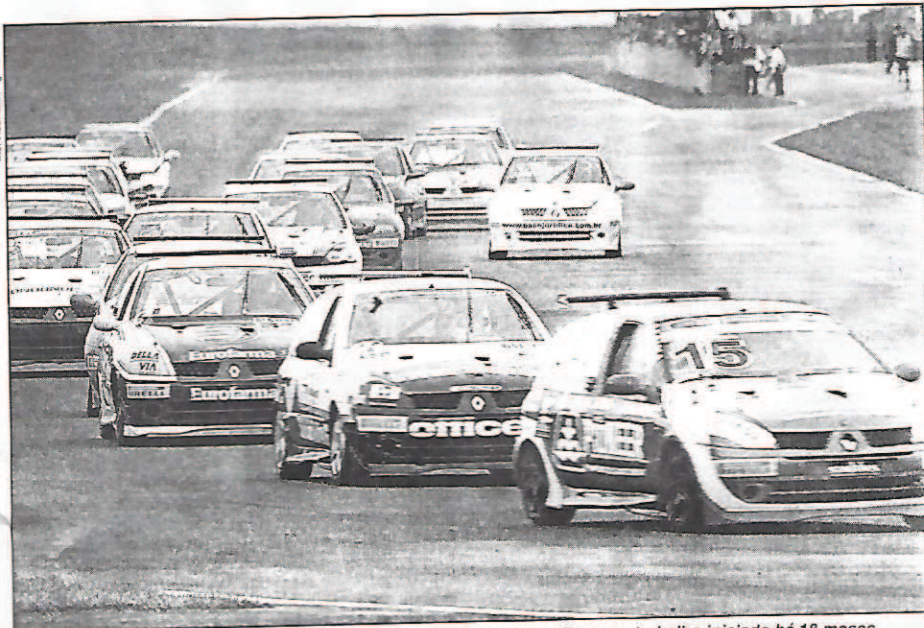
Santa Cruz.

Foi ele o *pole position* da cerimônia ocorrida na reta de largada do circuito. "Isso tudo que vemos hoje aqui só foi possível graças ao trabalho dos nossos heróis anônimos", disse o secretário, em referência aos cerca de 160 funcionários da administração municipal que trabalharam na construção do circuito.

As palavras de Griebeler foram seguidas pelas do diretor da Confederação Brasileira de Automobilismo (CBA), Nestor Valduga. Esse, assim como já havia ocorrido na última quarta-feira, na chegada dos carros da Copa Clio, não conteve a emoção. Dessa vez, no entanto, não chorou. "Farei de tudo para que este traçado seja palco de grandes eventos."

Colado no pronunciamento de Valduga esteve o do ex-piloto de Fórmula 1 e presidente da PPD Sports, Pedro Paulo Diniz. Foi rápido e direto. "É importante termos mais um autódromo para incrementar o automobilismo do País", afirmou, antes de entregar uma placa de homenagem ao prefeito José Alberto Wenzel.

**RESPOSTA** — O líder do Executivo foi dono do maior tempo das manifestações. Sem tirar o pé do acelerador, ele ressaltou a iniciativa do



Carros da Copa Clio foram os primeiros a correr na pista e puseram fim a um trabalho iniciado há 18 meses

governo anterior em começar a obra, agradeceu a participação do público e deu uma cutucada em quem não acreditava na inauguração. "Há poucos dias teve um sujeito que disse que o traçado não seria inaugurado em junho nem se tivéssemos a mão-de-obra de mais 800 homens. Estava errado. Concluímos a obra e um novo futuro para Santa Cruz."

As palavras foram uma resposta ao promotor da Fórmula Truck, Aurélio

Félix, que, em entrevista exclusiva à *Rádio Gazeta* no início do último mês de maio, disse que se o circuito fosse inaugurado em junho ele se aposentaria.

Com o final das intervenções e da bênção feita pelo padre Orlando Preto e o pastor Jair Quinot, as autoridades partiram em direção à faixa azul e amarela que havia na linha de chegada.

Ela caiu ao chão após ser desatada por Wenzel e pelo governador Germano

Rigotto, que confessou não ter acreditado que o projeto seria concluído no tempo previsto. "Quando estive aqui e conheci o local com o então prefeito Sérgio Moraes, pensei que isso não iria se efetivar de forma tão rápida. Ganha Santa Cruz e ganha o Estado", comemorou Rigotto, enquanto fogos de artifício subiam ao céu.

Foram quase dez minutos de um barulho que anunciava o fim de uma história iniciada há 18 meses e o começo efetivo dos

pegas do Renault Speed Show by Tim. "Estamos aqui desde as 7 horas. Ver isso tudo pronto e os carros ao vivo é uma emoção sem tamanho", dizia Volnei Rauber, 42 anos, na tribuna VIP, ao lado da esposa Rosane, 43, e de demais parentes.

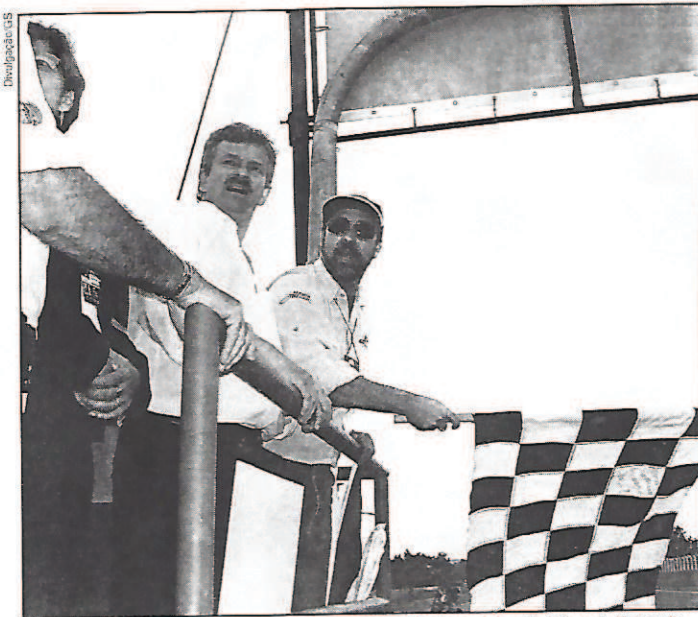
Isso pouco antes das 11 horas, quando os carros da Copa Clio roncaram de vez na pista que desde ontem coloca Santa Cruz no coração de todos os brasileiros amantes do automobilismo.



Faixa na linha de chegada foi desatada pelas autoridades antes da queima de fogos



Rosane, Volnei e família: ao vivo a emoção é bem maior do que pela televisão



Ex-prefeito foi convidado para dar a bandeirada final na prova da Fórmula Renault

## Sérgio Moraes: satisfeito e magoado

Com o nome gravado na placa inaugural do Autódromo Internacional de Santa Cruz, o ex-prefeito Sérgio Moraes, idealizador do projeto, também esteve presente no evento. Não ficou, porém, junto das autoridades e convidados especiais.

O que não impedia que fosse aplaudido de pé toda vez que seu nome era pronunciado ao microfone. "Sinto uma mistura de satisfação com mágoa", afirmou ele, enquanto circulava pela área VIP ao lado da esposa e deputada federal Kelly Moraes, uma das

principais incentivadoras da construção do autódromo.

Dela, o ex-prefeito só se separou quando foi convidado pelo atual líder do Executivo, José Alberto Wenzel, para dar a bandeirada final da Fórmula Renault. Para delírio do público.

## A volta única do Ford Vitória 1955

A inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz só não seguiu o seu roteiro na íntegra por causa de um detalhe. Melhor, de um problema mecânico. Nada a ver com os carros da Copa Clio ou da Fórmula Renault e sim com o Ford Vitória 1955.

Pintado de amarelo e branco e com as bandeiras

da Renault em destaque, ele estava previsto para ser usado na volta de abertura das duas provas que ocorreram no traçado. Só foi usado na da segunda, a Fórmula Renault.

Na primeira, a Copa Clio, uma pane no motor fez com que o veículo andasse pouco mais de 30 metros depois da reta de

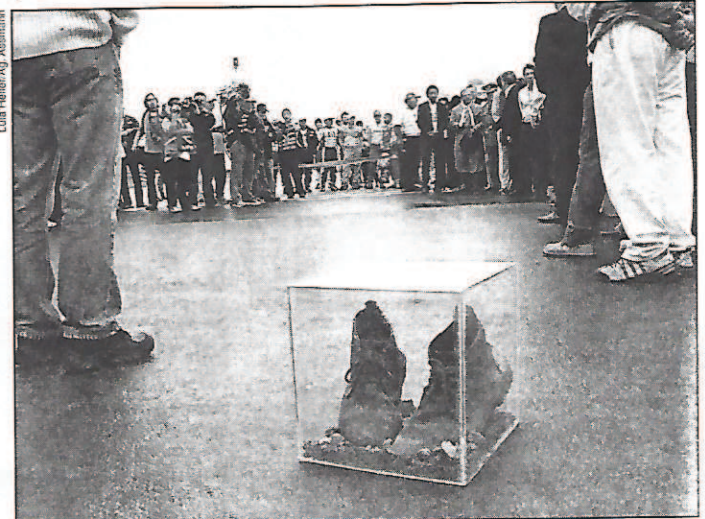
largada, com o ex-piloto de Fórmula 1 e principal promotor do Renault Speed Show by Tim, Pedro Paulo Diniz, ao volante e o prefeito José Alberto Wenzel, a primeira-dama Vera Wenzel e a vice-prefeita Helena Hermany na carona. Nessa, ao contrário da outra, todos voltaram a pé para a área reservada.

## Bota de peão, a primeira peça do museu

A cerimônia de inauguração do Autódromo Internacional de Santa Cruz também foi marcada por um fato inusitado: a apresentação da primeira peça que fará parte do futuro

museu do traçado, previsto para ser construído junto ao circuito. Colocada em uma pequena caixa de vidro, ela chamou a atenção de todos por não se tratar de um capacete ou de um

macacão de corrida e sim de um par de botas usado por um dos cerca de 160 funcionários da administração municipal que trabalharam na construção do autódromo.



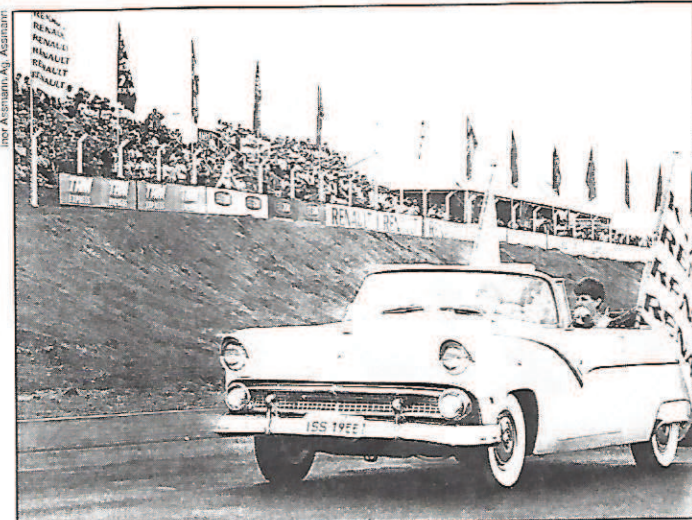
Peça ficou em segundo plano enquanto as autoridades se manifestavam na abertura

## Show aéreo e motos na programação

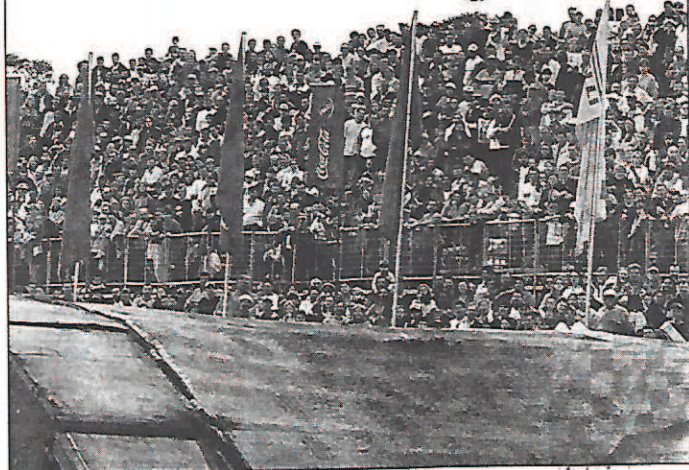
Os carros da Copa Clio e da Fórmula Renault não foram as únicas máquinas a chamarem a atenção do público no Autódromo Internacional de Santa Cruz durante a tarde de ontem. Pelo menos não dos namorados, que puderam comemorar o seu dia com um show aéreo da Tchê Conection, contratada pela Prefeitura para animar ainda mais o evento.

De fabricação francesa, dois aviões CAP 10 realizaram manobras ousadas no ar e até formaram um grande coração no céu com fumaça branca. Isso tudo no intervalo das provas do Renault Speed Show.

Já no final das corridas foi a vez das motos voadoras da equipe do piloto Jorge Negretti levantarem o público com as apresentações de freestyle (foto).



Roteiro previa a participação do carro na abertura das duas provas de ontem





# O vaivém de 20 mil cabeças

Jansle Appel Junior

**Público que chegou meio tímido em pouco tempo começou a se soltar diante da novidade. Santa Cruz ganha um autódromo e, sem dúvida, uma nova perspectiva econômica**

Na pista, o som agudo dos motores dos carros passando a mais de 200 quilômetros por hora na frente dos boxes. Do lado de fora, 20 mil pessoas que formaram um vaivém sincronizado de cabeças, da curva da vitória até o final da reta. Quando passava o santacruzense César Gautério Junior, então, na primeira das corridas do dia, o barulho dos veículos se somava à vibração da torcida pelo prata da casa.

Bastou pouco tempo para que o público demonstrasse um forte interesse pelo automobilismo. O povo, que chegou tímido,



Schwab: de pé e satisfeito



Darlan: melhor traçado

do, aos poucos foi lotando as arquibancadas e as áreas ao redor do autódromo – e saiu de lá cheio de entusiasmo. Parecia até que o esporte já era paixão antiga no município. E, se continuar nesse ritmo pelas próximas corridas, parece que isso vai acabar se confirmando.

Principalmente se depender de pessoas como o pintor Renato Nievesberg, assíduo frequentador de

corridas no Estado. Natural de Santa Cruz, ele disse que vai seguido a Guaporé e Tarumã, e se surpreendeu com o Autódromo Internacional da Capital do Fumo. “Deu para ver que é um dos melhores do País. É bom que a gente tem um santacruzense por quem torcer. Muito legal mesmo.” Mas não foi só ele que entrou no clima da festa. Renato levou junto a filha Camila, de 6 anos, vestida com um macacão como o dos pilotos das pistas. Torceu como gente grande.

Na arquibancada, tinha até gente que levou faixa com a mensagem “Obrigado Wenzel e Moraes.” Houve quem veio de longe para sentir se a obra, que passou pelas mãos dos dois prefeitos, daria certo ou não. Foi o caso de Luiz Darlan, de Novo Hamburgo, preparador de uma equipe de Pick-up Racing – categoria que tem prova programada para o dia 17 de julho no município. Ele teve uma impressão bastante positiva. “Vim conhecer e vi que o traçado é o mais bonito que tem por aí.” Darlan destacou ainda a qualidade das provas de ontem. “Está bonito, com



Público, aos poucos, foi lotando as arquibancadas e procurando um lugar no retão

os pilotos brigando bastante na pista. Assim que tem que ser.”

**DE PÉ** – Quem ficou na área livre por fora da pista, onde o ingresso era só um quilo de alimento ou agasalho, não teve do que reclamar, mesmo tendo que esticar o pescoço para ver os carros passando. O comerciante Celso Schwab foi de ônibus até o complexo e ficou de pé assistindo às corridas. Na frente dele, havia umas cinco pessoas. “Mesmo assim, está bem bom. É a primeira vez que vim até aqui e gostei demais. Daqui a alguns meses, então, quando estiver tudo pronto, vai ficar muito lindo.” Para ele, valeu o investimento do município. “É uma opção legal para o fim de semana.”

Opção que também teve o casal Simone Corrêa, estudante, e Fabiano Hoffmann, programador. Os dois resolveram botar

um pouco de adrenalina no Dia do Namorados e foram conferir de perto as feras da Copa Clio e da Fórmula Renault. “Vie-

mos de carro, de carona, e está tudo muito bem organizado. Ficou um negócio legal, valeu muito investir aqui”, falou Simone.



Camila, vestida de piloto, torceu como gente grande

## Vacinação

O Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul foi palco do lançamento da campanha de vacinação contra a poliomielite no município. O prefeito José Alberto Wenzel, a primeira-dama Vera Wenzel, a vice-prefeita Helena Hermany e a secretária municipal da Saúde, Gardênia Quadros Goettert, realizaram o ato no sábado, abrindo lá um dos 107 postos de aplicação da gotinha que salva vidas. O complexo esportivo também contou com equipes de vacinação durante o dia de ontem.



Simone e Fabiano: adrenalina no Dia dos Namorados

## Festa no Paddock

Visão privilegiada da pista, bancos estofados em mesinhas redondas, som ambiente feito por DJ, show de bartenders e um clima de evento VIP. Assim foi a festa para quem assistiu às corridas no paddock, área reservada em cima dos boxes. O casal de namorados Alexandre Poletto, promotor da Tim, e Paula Bruck Ramos, estudante, estava lá. “Show de bola esse autódromo. Vai ser um baita negócio para Santa Cruz, um sucesso”, disse ele.

Os dois torceram bastante pelo contêrrâneo César Gautério Júnior, piloto da Copa Clio, e ficaram felizes por ele ter chegado na sexta posição. “Isso é muito legal. Já é certo que a gente vem nas próximas corridas. E vamos trazer mais amigos que não vieram hoje (ontem)”, completou Poletto.



Alexandre e Paula: autódromo será um sucesso

## Engarrafamento na estrada para Capão da Cruz

Os meteorologistas acabaram errando a previsão do tempo. A chuva forte, anunciada desde a semana passada, não se confirmou. Mas os santacruzenses demoraram um pouco até se convencerem de que a água ficaria só na promessa. As 9 horas, durante a solenidade de inauguração, o público não chegava a 5 mil pessoas.

Até aí, a situação do trânsito era tranquila, fluindo pela BR-471 conforme um dia comum. Por volta das 11 horas, com o clima mais firme, o panorama era totalmente diferente. Uma fila de carros de três quilômetros se formou na Avenida Rudi Falk, do Parque de Eventos até próximo da 471.

A essa hora, os estacionamentos dentro do parque estavam praticamente lotados, o que tornou lento o fluxo de veículos, uma vez que os motoristas demoravam até achar uma vaga. No final do espetáculo, os condutores também precisaram de muita paciência. A Polícia Rodoviária Federal coordenou o trânsito nos três acessos de volta, alternando a liberação dos carros entre a BR-471 e as vias de saída. Mas conforme a PRF, não houve nenhum incidente fora do normal.



Por volta das 11 horas, fila com três quilômetros se formou na Avenida Rudi Falk, principal acesso ao Parque de Eventos

## Setor de serviços já sentiu movimentação

Um dos objetivos iniciais da Prefeitura, de movimentar o setor de serviços do município com a inauguração do autódromo, foi atingido já na inauguração. Restaurantes e hotéis lotaram durante os dias de realização do evento. Mas a maior prova do retorno positivo da obra foi no que diz respeito à geração de empregos temporários.

Um exemplo é citado pelo empresário Fernando Castilhos, o Gaudério, que ajudou a cuidar da organização das festas de lançamento do Renault Speed Show, além de controlar o bar e o som no paddock. Segundo ele, desde o

pessoal da divulgação até bartenders, foram cerca de 350 pessoas contratadas de forma temporária nos últimos dias.

"Vejo que o autódromo é bastante importante pela quantidade de eventos que trouxe para Santa Cruz. Ampliou muito as oportunidades no setor do turismo e, principalmente, vai gerar muitos empregos temporários", avaliou. De acordo com ele, do pessoal que foi mobilizado para os serviços, 90% eram provisórios.

Mas não foi só em grandes festas e eventos que esse resultado positivo pôde ser sentido. Vende-

dores de lanches e bebidas, que se instalaram no Parque de Eventos durante o domingo, também saíram satisfeitos. Vanusa Raasch, que cuidou do ponto Kikão Lanches, conta que foram contratadas 12 empregados só para atuar no autódromo.

E o movimento foi acima do esperado. Tanto que acabou a comida. Vendendo cachorros-quentes, espetinhos e pastéis, precisaram ir até a cidade para buscar mais. "Valeu muito ter investido aqui. Essa pista trouxe uma oportunidade nova para o setor de serviços", falou Vanusa.

## Primeiro contrato

Um ato simbólico de assinatura, realizado na manhã do último sábado, marcou o firmamento do primeiro contrato para a realização de um evento automobilístico no Autódromo Internacional de Santa Cruz do Sul.

Pelo contrato, assinado pelo prefeito José Alberto Wenzel e pelo presidente da PPD Sports Promoções e Propaganda Ltda, Pedro Paulo Diniz, o município se obrigou a manter a segurança do público e do patrimônio do Parque de Eventos durante a inauguração, com exceção das áreas fechadas do circuito - boxes, pista, área Vip e arquibancadas externas. Estas ficaram a cargo da empresa promotora.

E também comprometeu-se a manter equipes de limpeza, médicos, UTIs móveis, ambulância e sistema de prevenção e combate a incêndio. Já a

empresa promotora responsabilizou-se pela ornamentação e construção das arquibancadas móveis que foram usadas por cerca de quatro mil pessoas. E também pela segurança interna.

De acordo com o presidente da CBA, Paulo Scaglione, Santa Cruz saiu ganhando na relação custo-benefício com a construção da obra. "Em pouquíssimo tempo o município recupera o dinheiro investido. O automobilismo é como uma bola de neve e, além do mais, este autódromo está espetacular", comemorou.

Já o presidente da Vicar, Carlos Col, reafirmou que o autódromo será uma forte ferramenta para diversificar a atividade econômica de Santa Cruz. "Turisticamente o município vai ganhar em divulgação e haverá um despertar das empresas para investirem aqui, além de outros benefícios indiretos."

Divulgação/GS



Turma do emprego temporário comemora novas oportunidades a partir de agora



Município ficou com segurança do público e patrimônio. PPD com área fechada

## ANEXO L - Foto-Legenda para Entrevista Oral, 13 jun. 2005, n. 118, p. 12

Inor. Assmann/Ag. Assmann



*Público, aos poucos, foi lotando as arquibancadas e procurando um lugar no retão*