

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**  
**MESTRADO E DOUTORADO**  
**ÁREA DE ATUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

Vanessa Costa de Oliveira

**DESENVOLVIMENTO E JORNALISMO: A ESTRATÉGIA PRODUTIVA DA**  
**AGÊNCIA PÚBLICA NA PERSPECTIVA DA INFORMAÇÃO COMO FATOR DE**  
**EXPANSÃO DAS LIBERDADES**

Santa Cruz do Sul

2017

Vanessa Costa de Oliveira

**DESENVOLVIMENTO E JORNALISMO: A ESTRATÉGIA PRODUTIVA DA  
AGÊNCIA PÚBLICA NA PERSPECTIVA DA INFORMAÇÃO COMO FATOR DE  
EXPANSÃO DAS LIBERDADES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional - Mestrado, Área de concentração em Desenvolvimento Regional, Linha de Pesquisa Organizações, Mercado e Desenvolvimento, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Orientadora: Prof. Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi

Santa Cruz do Sul

2017

**O48d**

**Oliveira, Vanessa Costa de**

Desenvolvimento e jornalismo: a estratégia produtiva da agência pública na perspectiva da informação como fator de expansão das liberdades / Vanessa Costa de Oliveira. – 2017.

193 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Universidade de Santa Cruz do Sul. 2017.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ângela Cristina Trevisan Felippi.

1. Jornalismo. 2. Cultura. 3. Liberdade de imprensa. 4. Interesse público. I. Felippi, Ângela. II. Título.

**CRB-070.4**

Bibliotecária responsável: Edi Focking - CRB 10/1197

Vanessa Costa de Oliveira

**DESENVOLVIMENTO E JORNALISMO: A ESTRATÉGIA PRODUTIVA DA  
AGÊNCIA PÚBLICA NA PERSPECTIVA DA INFORMAÇÃO COMO FATOR DE  
EXPANSÃO DAS LIBERDADES**

Esta dissertação foi submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional - Mestrado, Área de concentração em Desenvolvimento Regional, Linha de Pesquisa Organizações, Mercado e Desenvolvimento, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Orientadora: Prof. Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi

---

Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi  
Professora Orientadora - (PPGDR/UNISC)

---

Dr. Rogério Leandro Lima da Silveira - (PPGDR/UNISC)  
Professor examinador

---

Dr. Sergio Luiz Gadini (PPGJOR/UEPG)  
Professor Examinador

Santa Cruz do Sul

2017

*Aos meus pais, por todo amor, educação e incentivo.*

## AGRADECIMENTOS

O término dessa pesquisa não reflete apenas os momentos individuais de muita leitura, dedicação, reflexão e escrita. Ele reflete, em cada linha, o percurso que se fez ao longo dos anos nos bancos escolares e na academia. Mais do que isso, ele é o reflexo da convivência com as inúmeras pessoas que me acompanharam até aqui, em especial nos últimos dois anos de mestrado. E por isso é preciso agradecer, a cada uma delas, que indubitavelmente contribuíram de alguma forma para a conclusão de mais essa etapa.

Início agradecendo aos meus pais, Laerte e Maristela, por proporcionarem a continuidade da minha formação, mesmo que para isso fosse necessário abrir mão de muitas coisas. A força e determinação com que enfrentam os desafios da vida me inspiram, assim como o exemplo de caráter e responsabilidade. O incentivo de vocês desde a seleção para esse mestrado até a reta final, e o sorriso que sei que estará em seus rostos ao dizerem que a filha é mestre, deu forças para vencer cada dificuldade que apareceu no caminho. Agradeço também ao meu irmão, Valentin, fonte de inspiração e de amor incondicional. Amo vocês, obrigada por tudo.

À turma de mestrado do PPGDR UNISC 2015, também o meu muito obrigada. Que sorte tive em poder conviver toda semana com vocês, durante o primeiro ano dessa nossa curta, mas intensa caminhada. Dividir tantas dúvidas, medos e dificuldades, fez com que as alegrias que compartilhamos fossem ainda mais felizes. Obrigada por todas as vezes em que dissemos uns aos outros “Caaaaaalma!”: vocês são exemplos de dedicação e perseverança. É preciso, ainda, um agradecimento especial para algumas colegas. Bruna, Lídia e Cris: obrigada por cada presença, mesmo distante; por cada mensagem trocada; por cada ligação; por cada palavra de incentivo e de ajuda; por todos sorrisos e carinho.

Um obrigada cheio de gratidão para meus amigos, sempre na torcida. Em especial para aqueles que na rotina diária respeitaram meu silêncio, ouviram minhas reclamações e que vibraram comigo a cada conquista. À Lú, Gabi e Gabriel: a amizade de vocês foi e é fundamental, seja pelas animações que assistimos, nas pizzas que pedimos ou nos (muitos) doces que dividimos, vocês faziam com que eu diminuísse o ritmo e acalmasse o coração. E ao Vinícios, um obrigada cheio de amor, pelo companheirismo, pelas dicas e pela ajuda, pelos momentos de descontração tão necessários e pelas palavras de carinho nessa reta final.

Aos PPGDR da Unisc, professores e funcionários, também um muito obrigada, por todo conhecimento compartilhado e atenção dispensada. Depois de tantas desconstruções, dentro e fora das salas de aula, saio transformada e ainda mais encantada com o que a

interdisciplinaridade pode proporcionar. Um agradecimento especial à professora Ângela Felippi, minha orientadora nessa dissertação, pelas conversas e provocações, pela parceria e incentivo, pelo respeito e confiança ao longo desses dois anos.

Agradeço também à *Agência Pública* pelas informações concedidas para essa pesquisa, em especial ao jornalista, e agora amigo, Moriti Silva Neto, pelas entrevistas concedidas e a disponibilidade de sempre. Eu ainda acredito no potencial que o jornalismo tem para melhorar a vida em sociedade porque existem profissionais como vocês.

Por fim, agradeço a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa concedida, fundamental para a realização do mestrado e dessa pesquisa.

*O desenvolvimento tem de estar relacionado sobretudo com a melhora da vida que levamos e das liberdades que desfrutamos. Expandir as liberdades que temos razão para valorizar não só torna nossa vida mais rica e mais desimpedida, mas também permite que sejamos seres sociais mais completos, pondo em prática nossas volições, interagindo com o mundo em que vivemos e influenciando esse mundo.*

Amartya Sen

## RESUMO

Essa dissertação objetiva compreender a estratégia produtiva da *Agência Pública* na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento. Entende-se o desenvolvimento como a garantia de cinco liberdades instrumentais, como sugere Amartya Sen (2010): liberdades políticas, oportunidades sociais, facilidades econômicas, garantias de transparência e segurança protetora. Para o autor, diversas instituições na sociedade devem trabalhar para garantir essas liberdades, entre elas a mídia, que o faz por meio da informação que apura e leva até seu público. O jornalismo praticado pela mídia hegemônica, concentrada em conglomerados de comunicação no Brasil e no mundo, por sua vez, possui amarras políticas e econômicas com anunciantes, o que interfere diretamente no conteúdo que produz e que, consequentemente, forma a opinião pública. Ao longo do último século, a partir de acontecimentos históricos e culturais, surgiram iniciativas jornalísticas que se colocavam como alternativa a esse modelo. Nessa esteira, surge em 2011 a *Agência Pública*, que diz fazer um jornalismo de interesse público e que possibilita o debate democrático. A partir dessas compreensões se propôs como problemática para essa pesquisa a questão: qual é a estratégia produtiva da *Agência Pública* na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento? Para responder a essa pergunta e atingir os objetivos específicos estabelecidos se fez uso de um protocolo teórico-metodológico proposto por Richard Johnson (2010), o circuito da cultura, relacionado aos estudos culturais. Compreende-se aqui o jornalismo como um produto cultural. O circuito da cultura compreende o processo de produção cultural em quatro momentos interligados: produção, textos, leituras e relações sociais/culturas vividas. Como recorte metodológico, esse estudo se deteve em três momentos, mas sem deixar de observar os demais, uma vez que circuito entende que um momento reflete no outro e, portanto, não possui um início e um fim. A estratégia produtiva da *Pública* foi analisada por meio da reportagem *Sob a fumaça, a dependência* – que abordou a produção de tabaco no sul do Brasil – e pela observação sistemática das demais reportagens publicadas no site da agência em 2015 e 2016. A coleta de dados se deu por meio de entrevistas feitas com profissionais envolvidos no processo de produção da reportagem da *Pública*, pesquisa bibliográfica, e análise documental. A pesquisa verificou que a estratégia produtiva da *Pública* se diferencia dos veículos hegemônicos no momento produção do circuito, mais especificamente por suas condições de produção, como o fato de não possuir anunciantes, de investigar somente o tema dos direitos humanos e por dar espaço às fontes individuais e menos oficiais em detrimento das oficiais, o que reflete em uma angulação mais crítica na reportagem. Essas condições de produção, por sua vez, se refletem no momento textos, em que se observa na reportagem selecionada o resultado dessas características. Por fim, observou-se que a estratégia produtiva permite a expansão das cinco liberdades instrumentais apontadas por Sen e, consequentemente, contribui para o processo de desenvolvimento por meio de uma informação que prioriza o que é de interesse público e de um jornalismo comprometido com sua função social.

**Palavras – chave:** desenvolvimento como liberdade; jornalismo; informação; *Agência Pública*, circuito da cultura.

## ABSTRACT

This study aims to understand the productive strategy of Agência Pública in the perspective of information as a factor for development. Development is understood as the guarantee of five instrumental freedoms, as Amartya Sen (2010) suggests: political freedoms, social opportunities, economic facilities, guarantees of transparency and protective security. According to the author, several institutions in society must work to guarantee these freedoms, among them the media, which does it through the information that clears and leads to its public. Journalism practiced by the hegemonic media, concentrated in communication conglomerates in Brazil and in the world, in turn, has political and economic ties with advertisers, which directly interferes with the content that it produces and, consequently, forms public opinion. Throughout the last century, from historical and cultural events, appeared journalistic initiatives that were placed as an alternative to this model. In this wake, appears in 2011 the *Agência Pública*, which says to make a journalism of public interest and that makes possible the democratic debate. Based on these understandings, the question was posed as a problem for this research: what is the productive strategy of the *Agência Pública* from the perspective of information as a factor for development? In order to answer this question and to reach the specific objectives established, we made use of a theoretical-methodological protocol proposed by Richard Johnson (2010), the culture circuit. The cultural circuit comprises the process of cultural production in four interconnected moments: production, texts, readings and social relations / lived cultures. As a methodological clipping, this study stopped in the first two moments, but not without observing the others, since circuit understands that one moment reflects in the other and, therefore, it does not have a beginning and an end. Public production strategy was analyzed through the report *Sob a fumaça, a dependência* - which approached tobacco production in southern Brazil - and systematic observation of the other reports published on the agency's website in 2015 and 2016. Data collection Was given through interviews with professionals involved in the process, bibliographic research, and documentary analysis. The research verified that the productive strategy of Public differs from the hegemonic vehicles at the moment of production of the circuit, more specifically by its production conditions, such as the fact that it does not have advertisers, to investigate only the subject of human rights and to give space to the sources Individual and less official at the expense of the officers, which reflects in a more critical angulation in the report. These production conditions, in turn, are reflected in the text moment, in which the result of these characteristics can be observed in the selected report. Finally, it was observed that this productive strategy allows the expansion of the five instrumental freedoms pointed out by Sen and, consequently, contributes to the development process by means of information that prioritizes what is of public interest and a journalism committed to its function social.

Keywords: development as freedom; journalism; information; *Agência Pública*, cultural circuit.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Circuito da Cultura.....	22
Figura 2 - Concentração de Mídia no Brasil.....	57
Figura 3 - Grupo Reportagem Pública 2015 no Facebook .....	72
Figura 4 - Apresentação da pauta aos doadores do Reportagem Pública 2015.....	73
Figura 5 - Anúncio do financiamento da pauta Fumo, Fogo e Fumaça .....	74
Figura 6 - Esquema da análise dos dados .....	78
Figura 7 - Território do tabaco .....	85
Figura 8 - Tabaco no sul do Brasil .....	86
Figura 9 - Concentração da produção de tabaco no sul do país .....	88
Figura 10 - Pórtico de entrada em Santa Cruz do Sul .....	90
Figura 11 - Bicicletário no centro de Santa Cruz do Sul.....	91
Figura 12 - Empresas fumageiras presentes na maior festa do município, a Oktoberfest.....	91
Figura 13 - Site Agência Pública.....	98

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fontes primárias da pesquisa .....	76
Quadro 2 - Profissionais que trabalham na Pública.....	99
Quadro 3 - Instituições que financiam a Pública.....	103
Quadro 4 - Tipificação das fontes de notícias .....	124
Quadro 5 - Republicadores .....	137

## LISTA DE ABREVIATURAS

ACT	Aliança de Controle do Tabagismo
AFP	Agence France-Press
AFUBRA	Associação dos Fumicultores do Brasil
ANDI	Agência de Notícias dos Direitos da Infância
AP	Associated Press
CAPA	Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia
CIESPAL	Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para América Latina
EBC	Empresa Brasileira de Comunicação
FENAF	Festa Nacional do Fumo
FETAG	Federação
IC	Indústrias culturais
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
MPA	Movimento dos Pequenos Agricultores
NOMIC	Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação
ONG	Organização Não-governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PCB	Partido Comunista Brasileiro
PIB	Produto Interno Bruto
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SINDITABACO	Sindicato Interestadual da Indústria do Tabaco
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do sul
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>16</b>
<b>2 DESENVOLVIMENTO E JORNALISMO: UMA APROXIMAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>26</b>
2.1 Paralelo histórico: a relação estabelecida entre desenvolvimento e comunicação.....	27
2.2 A proposta de Amartya Sen de Desenvolvimento como Liberdade .....	34
2.3 A informação como fonte de liberdade .....	39
<b>3 O JORNALISMO A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA CULTURAL.....</b>	<b>45</b>
3.1 O circuito produtivo do jornalismo: uma apresentação.....	47
3.2 O jornalismo em um contexto histórico e cultural .....	51
3.3 Práticas à margem do jornalismo hegemônico.....	60
<b>4 ESTRATÉGIA PRODUTIVA DA AGÊNCIA PÚBLICA.....</b>	<b>69</b>
4.1 <i>Corpus</i> da pesquisa.....	70
4.1.1 Coleta e análise de dados .....	71
4.1.2 Percurso de análise .....	77
4.2 Relações sociais/culturas vividas: o território do tabaco.....	81
4.3 <i>Condições de produção</i> : Pública, agência de reportagem e jornalismo investigativo .....	94
4.4 <i>Produção</i> : da pauta à edição .....	105
4.4.1 Pré-apuração.....	106
4.4.2 Apuração .....	114
4.4.3 Texto e Edição.....	119
4.5 <i>Textos e Leituras</i> – a reportagem <i>Sob a fumaça, a dependência</i> .....	121
4.5.1 Os sentidos em <i>Sob a fumaça, a dependência</i> .....	128
4.5.3 Liberdades instrumentais em <i>Sob a fumaça, a dependência</i> .....	141
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>147</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>153</b>
<b>APÊNDICE A .....</b>	<b>163</b>
<b>APÊNDICE B.....</b>	<b>164</b>

<b>APÊNDICE C .....</b>	<b>165</b>
<b>APÊNDICE D .....</b>	<b>166</b>
<b>ANEXO A.....</b>	<b>167</b>
<b>ANEXO B.....</b>	<b>192</b>
<b>ANEXO C.....</b>	<b>194</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Desde a criação da primeira agência de notícias, em 1835, a informação que circula em escala mundial está concentrada em grandes e poderosos grupos de comunicação. São os veículos de comunicação que compõem esses grupos, assim como as agências de notícias, que acabam por determinar grande parte da agenda pública. Eles são movidos pela normatização jornalística, no entanto, sofrem interferência dos poderes político e econômico.

Mesmo depois do processo de globalização, as agências de notícias transnacionais, em especial as três maiores – *Thomson Reuters, AFP e AP* – continuam como agentes hegemônicos dos círculos globais de informação noticiosa (PASTI, 2013). O trabalho das agências é fazer circular conteúdo jornalístico de origem internacional a clientes de diversos países. Conforme Pasti (2013), essas agências possuem escritórios em muitos países pelo mundo, mas o controle editorial é centralizado, e parte, sempre do norte – Estados Unidos e Europa -, para o sul. As sedes das agências no Brasil, por sua vez, se concentram no centro do país, entre São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. O mesmo ocorre com agências de notícias nacionais. Pertencentes aos grandes grupos de comunicação no Brasil, como da Organizações Globo, da Folha de São Paulo, do Grupo RBS, entre outros, elas se localizam, majoritariamente no centro do país.

A concentração de mídia se repete entre os veículos de comunicação brasileiros, indo além das agências. O Grupo Abril se destaca como o maior grupo de comunicação em número de veículos, 74 ao total (DONOS DA MÍDIA, 2015). Na sequência aparecem as Organizações Globo, com 69, o Grupo RBS, com 57<sup>1</sup>, o Grupo Bandeirantes, com 47, e a EBC, com 46. Da mesma forma como ocorre com as agências de notícias transnacionais presentes no Brasil, esses grupos têm sede igualmente no centro do país, em SP, RJ e DF, com exceção do Grupo RBS, presente na região sul.

A concentração da mídia, como se pode observar, não é apenas de capital, mas também territorial. Ela se dá em dois aspectos, onde há maior densidade demográfica e nas metrópoles ou cidades que funcionam como centros econômicos dos países ou do mundo. No Brasil não é diferente. A sede dos grandes grupos está localizada nas regiões mais ricas e de concentração urbana elevada. Ocorre que, majoritariamente, essas agências e esses veículos tratam de

---

<sup>1</sup> O dado é de 2015, porém o Grupo RBS vendeu suas operações no estado de Santa Catarina em março de 2016, o que alterou essa colocação.

assuntos que não representam as regiões, especialmente as mais distantes e menos favorecidas economicamente.

Visto por uma perspectiva cultural e histórica, Marcondes Filho (1989) elenca quatro fases do jornalismo, vinculados a acontecimentos históricos e mudanças tecnológicas. Há, nesse mesmo sentido, iniciativas jornalísticas que se colocaram como alternativas a um modelo de mídia hegemônica<sup>2</sup>, em diferentes períodos. Tratam-se de experiências que iam inspirando novos empreendimentos jornalísticos à margem de uma prática que se consolidou como comercial.

Em um momento em que a prática jornalística está submetida aos interesses comerciais, portanto, e ocorre a partir da iniciativa privada, surge no Brasil a proposta da *Agência Pública*<sup>3</sup>: fazer um jornalismo independente, sem fins lucrativos, financiado por instituições internacionais<sup>4</sup> e *crowdfunding*<sup>5</sup>, com conteúdo produzido e distribuído para a imprensa e para a sociedade de forma gratuita. Criada em 2011, a *Pública* apresenta como seu objetivo produzir conteúdos pautados pelo interesse público, com intuito de fortalecer o direito à informação, a qualidade do debate democrático e a promoção dos direitos humanos (PUBLICA, 2015). Em seu processo produtivo, diz prezar pela rigorosa apuração dos fatos e ter como principal critério de noticiabilidade a defesa dos direitos humanos. As reportagens produzidas e publicadas pela agência circulam em território nacional, sendo essa, portanto, a escala dessa pesquisa. Suas reportagens, além do apelo nacional, possuem também apelo regional, uma vez que, frequentemente, o foco é em um tema circunscrito regionalmente.

Essa pesquisa tem como objeto o jornalismo praticado pela *Agência Pública*, que possui uma proposta independente frente às grandes forças políticas e econômicas. Um jornalismo que se propõe de interesse público e à margem das questões comerciais do mercado. Os textos são publicados no site da agência, compartilhados em redes sociais e

---

<sup>2</sup> Hall (2003, p.296) faz uma releitura do conceito de hegemonia proposto por Gramsci que, por sua vez, entende que a hegemonia “não é exercida nos campos econômico e administrativo apenas, mas engloba os domínios críticos da liderança cultural, moral, ética e intelectual”. Nessa pesquisa, considera-se mídia hegemônica aquela que está concentrada nos maiores grupos de comunicação e atinge um público maior, tendo maior abrangência e faturamento. É importante destacar que o fato de considerar determinadas mídias como hegemônicas, de forma alguma as coloca como únicas, pelo contrário, expõe a existência de tantas outras, ainda que de menor alcance.

<sup>3</sup> <http://publica.org>

<sup>4</sup> Atualmente a Pública é financiada por três instituições: a Fundação Ford (EUA), a OAK Foundation e a Omidyar Network (Inglaterra). Contudo, no site da agência não se encontram informações contábeis referentes aos valores e sua finalidade. Em pesquisa no site da Fundação Ford, encontrou-se os seguintes valores repassados à agência, nos respectivos anos: US\$99.995 em 2011, US\$ 15.000 em 2012, e US\$245.000 em 2014. De acordo com o site ([www.fordfoundation.org](http://www.fordfoundation.org)), o financiamento é para que a *Pública* produza reportagens de profundidade, com uma perspectiva de interesse público para a ampla divulgação sob licença *creative commons*.

<sup>5</sup> Iniciativa de financiamento coletivo. A contribuição de pequenas quantias, por muitas pessoas, permite viabilizar determinado projeto. As doações são feitas pela internet.

ficam à disposição da mídia gratuitamente, para que sejam republicados, sem custos, desde que façam referência à fonte. Por essa característica virtual, mesmo que o conteúdo seja nacional, o alcance pode ser observado como internacional, visto que está disponível na internet. Apesar da limitação do idioma, a circulação do seu conteúdo, portanto, é mundial, com conteúdo reportando assuntos nacionais e regionais.

Por meio do circuito da cultura proposto por Johnson (2010), tomado aqui para explicar o circuito produtivo do jornalismo, como fez Santi (2009), pretende-se estudar a estratégia produtiva da *Agência Pública*, no período de 2015 e 2016, na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento. A partir de um olhar integral do processo de produção jornalística, que compreende da produção ao consumo, chamado por Johnson de processo industrial de produção de bens simbólicos, a pesquisa se concentra em estudar a estratégia de produção das reportagens da agência, observando aspectos como a definição de pauta, fontes ouvidas, forma de apuração, relação com os financiadores, os recursos tanto financeiros quanto humanos e as técnicas utilizadas na realização das reportagens. E, também, por meio desse circuito, compreender como a estratégia produtiva se materializa no produto, ou seja, na reportagem publicada no site.

Pretende-se observar na objetividade e nas subjetividades do trabalho executado pela *Pública*, se, e de que maneira, ela se coloca como alternativa ao modelo comercial de jornalismo que tem sido majoritariamente praticado pela mídia, fazendo da informação uma possibilidade para o desenvolvimento. Para Sen (2010), o desenvolvimento ocorre por meio da garantia das liberdades aos indivíduos que se dá, entre outras maneiras, de acordo com o autor, pelo acesso e apropriação de informação propagada por uma mídia livre. Assim, a pesquisa buscou identificar o potencial desse jornalismo para a expansão das liberdades.

Acompanhou-se as reportagens da *Pública* ao longo do ano de 2015 e 2016, armazenadas no site da agência. O recorte de pesquisa foi definido em uma reportagem publicada pela agência: *Sob a fumaça, a dependência*<sup>6</sup> (ANEXO A), publicada em outubro de 2015. A reportagem investigou como é a vida do produtor de tabaco, desde o cotidiano na lavoura até o contrato com as empresas beneficiadoras do fumo. O texto apresenta informações sobre a intoxicação por agrotóxicos, os contratos irregulares, o suicídio e o trabalho infantil.

Foram fatores decisivos na escolha a temática da pauta, por tratar-se de um tema de interesse para a discussão na academia e, principalmente, dentro de um Programa de Pós-

---

<sup>6</sup> Disponível no endereço: <http://apublica.org/2015/10/sob-a-fumaca-a-dependencia/>.

Graduação inserido na região caracterizada pela produção de tabaco e no município em que se concentram as empresas beneficiadoras de tabaco. A proposta foi produzir uma reportagem sobre a cadeia de produção do tabaco no Brasil, com foco no Rio Grande do Sul e Paraná, observando desde a situação do trabalhador na lavoura até a distribuição do produto.

Compreende-se o desenvolvimento a partir de Amartya Sen, como liberdade, e essa liberdade formada por cinco liberdades instrumentais propostas pelo autor – liberdades políticas, facilidades econômicas, oportunidades sociais, garantias de transparência e segurança protetora. De acordo com Sen (2010), essas liberdades instrumentais são possibilitadas, entre outros, pela informação promovida por meio do jornalismo, sendo ela um fator decisivo no processo de desenvolvimento. Nesse sentido, questiona-se: *qual é a estratégia produtiva da Agência Pública na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento?*

Aliar uma discussão sobre jornalismo e desenvolvimento a fim de responder a problemática pressupõe determinados objetivos. Como objetivo geral dessa pesquisa, visa-se compreender a estratégia produtiva da *Agência Pública*, na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento. Quanto aos objetivos específicos, apresentam-se os seguintes tópicos:

- Analisar o processo de produção das reportagens na *Agência Pública* a partir dos momentos propostos pelo circuito da cultura, com destaque para os momentos da produção (desdobrado ainda em condições de produção) e textos;
- Identificar de que forma os momentos do circuito se interrelacionam;
- Verificar se há contribuições do jornalismo praticado pela *Pública* para a expansão das liberdades.

Existem no mundo, ao menos a partir do século XX, em paralelo com o avanço da mídia comercial, iniciativas jornalísticas que vão na contramão do sistema da notícia como mercadoria. Entre elas, a mídia estatal - embora também possa representar interesses políticos –, a mídia pública, a mídia comunitária, a alternativa, cada uma dentro de um modelo próprio. A *Agência Pública*, objeto empírico dessa pesquisa, com a proposta de um jornalismo independente, busca ser uma alternativa a esse caminho comercial, assim como fazem outras

iniciativas, como é o caso da *Agência da Favela*<sup>7</sup>, a *ANDI*<sup>8</sup> (Agência de Notícias dos Direitos da Infância), a *Repórter Brasil*<sup>9</sup>, entre outras.

A *Pública* é uma agência de reportagem com foco investigativo, uma vez que se trata de reportagens que demandam tempo de produção e espaço - seja ele nas páginas de um jornal ou o tempo na TV – e, assim, portanto, pouco usual na mídia comercial. Seus principais eixos investigativos são “os impactos dos megaeventos esportivos; tortura e violência dos agentes do Estado, megainvestimentos na Amazônia, a crise urbana, e empresas e violações de direitos humanos” (PÚBLICA, 2015). Tratam-se de pautas especiais e não diárias, de interesse tanto regional, como nacional e internacional.

A agência diz, em seu site, como já mencionado, que sua preocupação está em produzir reportagens pautadas pelo interesse público, “sobre as grandes questões do país do ponto de vista da população” (PÚBLICA, 2015). Declara, ainda, ter como princípios a defesa dos direitos humanos e o objetivo de fortalecer o direito à informação e a qualificação do debate democrático. As reportagens da *Pública* estão disponíveis *online* em seu site e ao acesso de qualquer internauta. Além disso, tem cadastrado uma rede de mais de 50 veículos de comunicação brasileiros e internacionais que republicam seus textos e dão o devido crédito à agência. Entre os republicadores estão a revista *Carta Capital*, os portais de notícias da *UOL* e do *IG*, e também a *EBC* (Empresa Brasileira de Comunicação), o *Yahoo Brasil* e o *Sul 21*.

Diante desse quadro histórico e das características apresentadas pela *Pública*, propõem-se estudar o seu processo produtivo. Esse processo é entendido aqui como a maneira com que as reportagens ganham forma. Em outras palavras, se busca analisar desde o financiamento da agência, até as sugestões e escolhas de pautas, as fontes, entrevistas, apuração, redação, edição e publicação do conteúdo. Esse processo produtivo, na chamada mídia tradicional, é fortemente influenciado pelo setor comercial e pelos interesses políticos dos grandes grupos de comunicação, diferente do que, em primeira análise, ocorre na *Pública*. É esse processo produtivo que estará refletido na reportagem final, publicada no site da agência.

Entende-se que, se de fato a *Agência Pública* age dessa forma, os cidadãos, ao terem contato com o conteúdo produzido por ela, estarão, como sugerem os pesquisadores citados,

---

<sup>7</sup> <http://www.anf.org.br/>

<sup>8</sup> <http://www.andi.org.br/>

<sup>9</sup> <http://reporterbrasil.org.br/>

capacitados a um debate público de qualidade e estimulados a transformar a sociedade e promover o desenvolvimento, por meio do acesso que teriam à informação isenta, plural e independente.

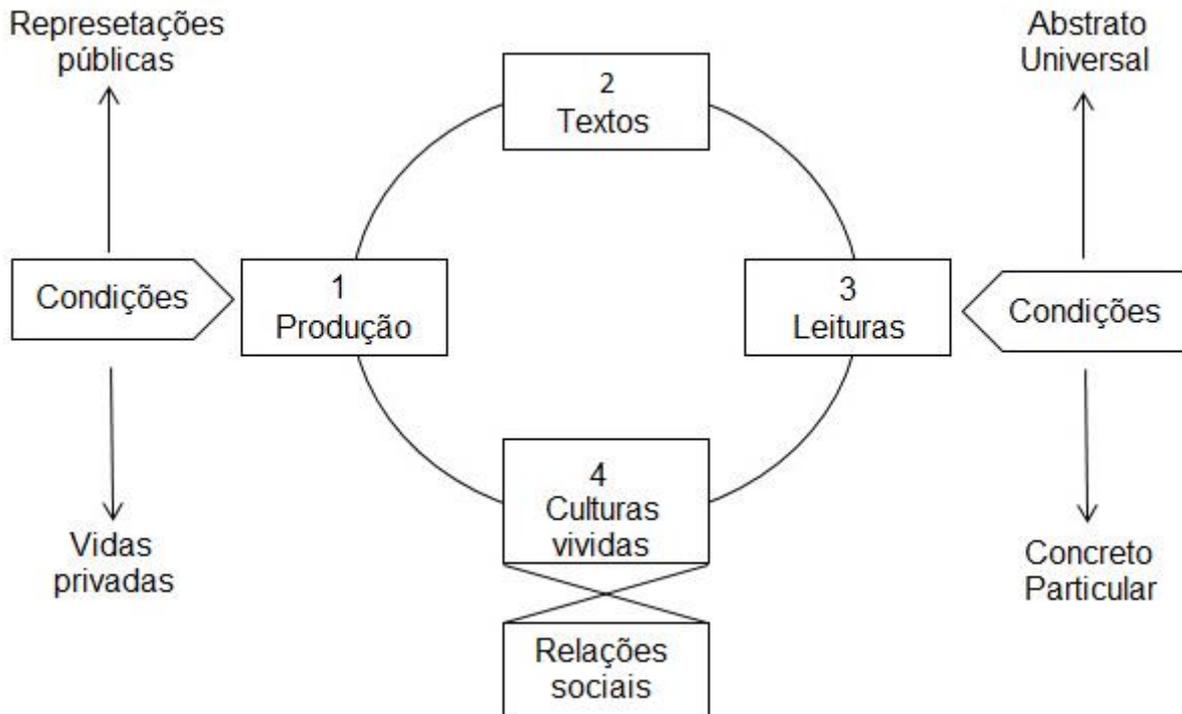
Pesquisar jornalismo e sua relação com o desenvolvimento em um programa interdisciplinar de Desenvolvimento Regional se justifica, também, dada sua importância perante a formação dos cidadãos, sua emancipação e liberdade (SEN, 2010). Assis (2012, p.133) destaca que o jornalismo permanece na pauta de discussão da sociedade e, dessa maneira, subsidia conversas, debates e reflexões “ou atitudes capazes de transformar significativamente a realidade”. Ainda nesse sentido, o autor ressalta que tanto o que os jornais dizem interfere no cotidiano, como o como dizem. A importância do jornalismo está diretamente ligada ao seu papel de informar, mas também de formar cidadãos conscientes de seu tempo e espaço, de sua realidade e sociedade.

Assim, não cabe ao jornalismo apenas registrar os acontecimentos de uma sociedade e seus episódios recentes. Em seu raio de ação, como aponta Christofolletti e Triches (2014), está também a denúncia dos abusos de autoridades, a fiscalização dos poderes, a investigação de histórias ocultas e das condições para o bem comum. Conforme os autores, a prática jornalística é atravessada por um discurso de valorização do que é de interesse público, sendo o interesse público entendido como aquilo que é importante para a sociedade.

O jornalismo é visto, aqui, portanto, como um propulsor do desenvolvimento, haja visto seu propósito de pautar e oferecer a informação e o conhecimento necessários para que os sujeitos estejam capazes de realizar a crítica e as discussões em sociedade e, assim, fazer suas escolhas com liberdade. Ao utilizar o termo desenvolvimento, compreende-se que o conceito está relacionado não apenas às questões econômicas, mas, de forma mais ampla, ao zelo e a busca por melhorias qualitativas, que visam melhores indicadores sociais. Trata-se de um conceito com muitos sentidos, e abordagem interdisciplinar. Sen (2010) apresenta o desenvolvimento como liberdades, entendendo que a partir disto, os indivíduos se tornam atores ativos de mudança.

A pesquisa é desenvolvida tomando como modelo o circuito da cultura proposto por Johnson (2010) e adaptado aqui, para a análise do jornalismo. “O diagrama tem o objetivo de representar o circuito da produção, circulação e consumo dos produtos culturais. Cada quadro representa um momento nesse circuito. Cada momento depende dos outros e é indispensável para o todo” (JOHNSON, 2010, p.33), como mostra o desenho.

**Figura 1 - Circuito da Cultura**



Fonte: JOHNSON, 2010, p.35.

Ao ser adaptado para pensar a prática jornalística em sua totalidade, aqui tratada especificamente da estratégia produtiva da *Agência Pública*, compreende o quadro com o momento 1, da produção, como o da elaboração da pauta das reportagens, sua execução, a busca pelas fontes, a realização de entrevistas com essas fontes, a redação, a produção de imagens, a diagramação e, por fim, sua publicação no site da *Pública*. Cabe aqui também, a relação que se estabelece entre os produtores das reportagens – jornalista, editores, fotógrafos, fontes e financiadores.

Já no segundo momento, textos, dá conta das reportagens propriamente ditas, prontas e publicadas. Concentra-se em observar o que foi dito e de que forma, busca fazer isso considerando a produção e o que foi constatado nela pela pesquisa. Já o momento 3, leituras, trata da recepção e consumo do conteúdo jornalístico e, por fim, o quarto momento se preocupa com os significados dados pela sociedade. Ressalta-se que tanto o primeiro quanto o terceiro momento, aqui apresentados, são influenciados pelas condições capitalistas. Por tratar-se de um circuito, um ponto leva a outro e, por fim, os sentidos identificados no

momento 4, irão influenciar as próximas produções jornalísticas e o circuito tem continuidade.

Toma-se, portanto, os estudos culturais como método de abordagem. A aproximação, tanto teórica, quanto empírica, feita entre a comunicação e o desenvolvimento se dá justamente pelo viés da cultura. Felippi e Brandt (2016) entendem que os dois campos estão profundamente relacionados, uma vez que as cidades, as regiões e o estado-nação se constituem a partir de expressões e condições culturais. E, assim, a cultura é entendida pelas autoras como uma prática de significação, permeada por relações de poder, que se manifestam de diferentes formas no território.

Os estudos culturais têm permitido pensar a cultura e nela a comunicação em sua processualidade e como práticas sociais, levando em conta a integralidade do processo produtivo dos bens culturais/comunicacionais, bem como as intercessões de ordem econômica, política, social e etc. (FELIPPI; BRANDT, 2016, p.50).

Propõem-se a combinação de diferentes técnicas de pesquisa em comunicação, melhor explicitado no capítulo 4, com vistas a um estudo integrador que contemple o circuito da cultura. A análise, que toma o circuito da cultura como protocolo metodológico, concentra-se no trabalho da *Pública*, e se dedica em dois desses momentos do circuito: produção e textos. E na adaptação feita do circuito como aporte metodológico para a pesquisa, incluiu-se também o que se chamou de condições de produção. Cabe ressaltar que, apesar de se selecionar estes momentos, a pesquisa envolve a observação de todo o circuito como processo, uma vez que ele é tomado como opção metodológica, que é cercado por meio de dados bibliográficos e secundários. As liberdades instrumentais, por sua vez, constituem aspectos a serem observados ao longo da análise do circuito.

A pesquisa tem como recorte a reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, que tem como foco um dado território, qual seja, o território do tabaco, majoritariamente localizado na região sul do Brasil. Destaca-se, no entanto, que a reportagem, apesar de dar visibilidade a esse território, é produzida para o país, ou seja, para uma escala nacional. A pauta *Sob a fumaça, a dependência*, recorte dessa pesquisa, foi proposta dentro do projeto da agência chamado *Reportagem Pública 2015*, que consiste, inicialmente, num financiamento coletivo, por meio do site *Catarse*. As pessoas que fizeram doações em dinheiro ao projeto, no início de 2015, participam de uma votação, mês a mês, entre três pautas, a que vence a votação, é a financiada, com parte do dinheiro arrecadado. A pauta do tabaco não venceu a votação, mas recebeu o financiamento da ONG *ACT*. Ela foi apurada nos municípios de Santa Cruz do Sul,

Venâncio Aires e Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, e em Rio Azul, Palmeira e São João do Triunfo, no Paraná.

A dissertação é apresentada em outros três capítulos, além dessa introdução. O *capítulo 2* discorre sobre as aproximações entre desenvolvimento e comunicação. Apresentam-se alguns conceitos de desenvolvimento, desde Adam Smith a Amartya Sen, que propõem uma abordagem do desenvolvimento como liberdade, a qual se toma para essa pesquisa. Questões referentes à comunicação, e ao jornalismo, são apresentados de maneira paralela. Na sequência, traz-se a proposta de Sen de desenvolvimento como liberdade e se aborda a informação como fonte de liberdade.

Já o *capítulo 3* aborda o jornalismo inserido no campo da cultura e como resultado de um processo cultural. A partir de autores dos estudos culturais, como Johnson, Martín-Barbero e Hall, reflete-se sobre o jornalismo inserido na cultura e o circuito da cultura, enquanto proposta teórico metodológica. Também é apresentado nesse capítulo o jornalismo como um reflexo de um processo histórico e cultural que culmina em um modelo comercial que se tem hoje, comandado, de forma hegemônica, por grandes conglomerados de comunicação. Por fim, são apresentadas algumas práticas jornalísticas à margem desse modelo hegemônico, que se aproximam da proposta da *Pública*, mas não dão conta da estratégia produtiva da agência.

O *capítulo 4* contém a análise proposta, que busca responder a problemática dessa pesquisa. Em um primeiro momento, expõe-se como se deu a coleta de dados para o estudo, bem como o *corpus* da pesquisa. A análise inicia refletindo sobre um dos momentos do circuito, as *relações sociais/culturas vividas*, em que se apresentam dados sobre o território do tabaco, assim como questões culturais e midiáticas. Em seguida inicia a verificação das *condições de produção* da *Pública*, ou seja, dentro de quais normativas ela opera e que vão influenciar a *produção*.

Na *produção*, verifica-se a estratégia produtiva da agência, a partir das constatações feitas em *condições de produção*. São observadas a pré-apuração, com as etapas de pesquisa, definição de pauta e planejamento de apuração; a apuração, com as entrevistas, escolhas de fontes e métodos de trabalho, a redação da reportagem e a edição. Chega-se ao momento *textos*, que se detém a analisar a reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, de forma a observar, além da narrativa, dos sentidos presentes no texto e das aproximações com as liberdades instrumentais, os reflexos dos momentos anteriores nesse produto cultural que é a reportagem.

O capítulo de análise termina com o momento *leituras* que, apesar de não ser o foco dessa pesquisa, é contemplado de forma a manter a compreensão da totalidade do processo cultural. Nele são feitas reflexões em relação às republicações da *Pública* e à sua audiência, bem como o fato de os produtos da agência estarem disponíveis em uma plataforma online. A análise encerra com uma reflexão acerca da aproximação da prática de um jornalismo que se propõem à margem do hegemônico com as liberdades propostas por Sen. Já as *considerações finais* apresentam os resultados da pesquisa e faz apontamentos para futuros estudos.

## 2 DESENVOLVIMENTO E JORNALISMO: UMA APROXIMAÇÃO TEÓRICA

O campo acadêmico da comunicação, e nele o jornalismo, se legitima dado seu enfoque, o mesmo de todas ciências sociais: o estudo das sociedades humanas. Na história da comunicação, como aponta Bolaño (2015), há uma forte preocupação com a temática do desenvolvimento, nas diferentes escolas teóricas, seja a funcionalista, a difusionista, a crítica, seja nas teorias da dependência cultural, ou ainda nos próprios estudos culturais latino-americanos (BOLAÑO, 2015).

As reflexões acerca do desenvolvimento e da comunicação, bem como a relação entre a teoria e prática que os caracteriza, perde força, de acordo com Bolaño (2015), entre os anos 1980 e 1990. Sendo essa retomada da discussão, para o autor, o grande desafio crítico no campo da comunicação na América-Latina, a partir de uma adequação à realidade que se observa, com o intuito de inferir soluções aos problemas concretos, com uma preocupação ao desenvolvimento social e sustentável.

O processo de desenvolvimento é associado, muitas vezes, com o processo de acumulação de capital. Contudo, é preciso destacar, não se abre mão deste conceito, ao contrário, aqui ele é discutido à luz de pesquisadores que o abordam de forma a valorizar os aspectos sociais do processo. “Há embutida nele [conceito de desenvolvimento], a ideia de que as sociedades devem mudar, mas de forma adequada. [...] é preciso definir qual o tipo de mudança social que interessa e que forças sociais carregam as sementes daquele *verdadeiro desenvolvimento*”. (BOLAÑO, 2015, p. 79).

Para Heberlê e Soares (2013), as críticas ao paradigma existente fizeram com que surgisse uma nova visão sobre o desenvolvimento. A partir de uma perspectiva social também se passou a pensar nas mudanças necessárias para tirar da miséria os contingentes sociais mais desprotegidos, principalmente, de acordo com os autores, pela falta de políticas públicas nos países periféricos.

A perspectiva de Amartya Sen (2010), adotada na pesquisa, que compreende o desenvolvimento como liberdade, vai nessa linha de um desafio político e epistemológico, assim como outros pesquisadores mais contemporâneos. A partir dessa compreensão, é preciso ter em mente que outra comunicação é possível (BOLAÑO, 2015), assim como outro jornalismo.

Na sequência se apresenta uma contextualização para se refletir sobre alguns conceitos relacionados ao desenvolvimento e ao jornalismo, seus desdobramentos e aproximação.

Problematiza-se a relação entre comunicação/jornalismo e desenvolvimento estabelecida por meio de governos e políticas num passado recente, fazendo isso a partir do que tem se pensado academicamente sobre desenvolvimento e sobre jornalismo e sobre a relação entre ambos. O desenvolvimento surge, inicialmente, e assim segue por muito tempo, atrelado a economia, suas teorias e práticas. De outro lado, o jornalismo, nasce de uma perspectiva política, mas que, ao longo da história, também caminha lado a lado com os avanços tecnológicos na área da comunicação.

## 2.1 Paralelo histórico: a relação estabelecida entre desenvolvimento e comunicação

No princípio, a economia política não utilizava o termo desenvolvimento, mas sim crescimento. Adam Smith, economista do clássico *A riqueza das nações*, de 1776, compreendia que o crescimento de determinado lugar se dava por meio da acumulação de capital. Smith indicava ainda outros elementos, como o aumento da oferta da mão de obra e dos salários, e o livre mercado internacional. Entendia que a partir da especialização do trabalho, aumentava a produtividade e, conseqüentemente, aumentava a acumulação de capital (SMITH, 1983).

Já David Ricardo, outro economista clássico, contemporâneo à Smith, afirmava que o desenvolvimento se dava pelo processo de acumulação autossustentável de capital. À época houve queda do lucro dos capitalistas em decorrência do alto custo das terras. Ricardo afirmava assim, que para mudar aquela situação, crescer e aumentar o capital, era necessário ampliar o comércio exterior (HUNT, SHERMAN, 2010). Thomas Malthus, também economista que igualava desenvolvimento e crescimento, acreditava na ampliação da demanda efetiva.

O primeiro a utilizar o termo *desenvolvimento* no intuito de diferenciá-lo de crescimento, foi Joseph Schumpeter, no início do século XX, nos Estados Unidos. A teoria de Schumpeter é baseada na compreensão de que o desenvolvimento é gerado pela inovação, no entanto, todo o entendimento continua dentro de uma lógica economicista. Para que ocorresse o desenvolvimento por meio da inovação, Schumpeter apresentava uma visão essencialmente industrial (SCHUMPETER, 1997). De acordo com o autor, cabia ao empresário inovador iniciar a mudança econômica e a educação dos consumidores a necessitar de novos produtos. A partir dele, portanto, desenvolvimento passa a ser equivalente a industrialização.

A partir da II Guerra Mundial os modelos de crescimento econômico passam a ser baseados essencialmente no Produto Interno Bruto (PIB), na acumulação de capital e na industrialização. Vivia-se o chamado *estado de bem estar*, e um período que ficou conhecido como *desenvolvimentista*. Até a década de 1960, o conceito de desenvolvimento continua muito atrelado ao de crescimento econômico. No pós-guerra, ao ser disseminado o conceito de desenvolvimento econômico, o mesmo é pesquisado por economistas como Paul Roseintin-Rodan, Albert Hirschman, Ragnar Nurkse e Gunnar Myrdal.

Nesse contexto histórico do pós-guerra, surgem as primeiras pesquisas que associam a comunicação ao desenvolvimento e a abordavam a partir de um ponto de vista técnico e instrumental da comunicação de massa. Nessa perspectiva de desenvolvimento social e econômico o foco das ações governamentais recaía sobre a agricultura, aos mesmos moldes do que era feito nos Estados Unidos, por meio de um modelo que ficou conhecido como difusionista (MATTOS, 2002), que nada mais era do que um trabalho de extensão rural. Essa prática era realizada por meio da comunicação de massa.

O objetivo fundamental da informação agrícola e da informação rural era a difusão de inovações tecnológicas que incrementassem a produção e a produtividade da agricultura. Tanto uma como a outra apelavam não só para a informação e a instrução, mas também para a persuasão, visto que a meta era conseguir mudanças de comportamento nas pessoas. (BORDENAVE, 1985, p. 28).

O modelo difusionista, de acordo com Bordenave (1985), era responsável pela mediação entre a tecnologia e a adoção dela por parte do agricultor. Para isso, fazia uso de técnicas de marketing, como a persuasão e modelos bem sucedidos, no intuito de que as novas tecnologias fossem adotadas e assim promover o desenvolvimento. Lerner e Schramm (1973) apresentavam a própria comunicação como um fenômeno do desenvolvimento. O mesmo teria acontecido com outras instituições, como as indústrias. Eles entendiam que

[...] quando um país atingiu estágio relativamente adiantado de desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, podemos crer convictamente que sua renda per capita, sua proporção de habitantes urbanos, sua contagem de alfabetizados, seus produtos industriais, sua proporção de crianças frequentando a escola, são também relativamente altos. (LERNER; SCHRAMM, 1973, p.21).

Os autores afirmam também que, dessa maneira, quando se constata em um país fatores como renda, urbanização, industrialização e alfabetização em constante crescimento, se pode afirmar que naquele país há um grande número de receptores de rádio, de circulação de jornais e um bom fluxo de informações. Por meio desse fluxo de informação, Lerner e

Schramm (1973, p.323) acreditavam que se criava um clima para o desenvolvimento, o que significa, por meio dos meios de comunicação de massa, ensinar “aos povos das regiões em desenvolvimento” o que *querer* e o como *ter*, questões inerentes ao processo de consumismo, um dos elementos que move o capitalismo.

Schramm (1970) era bastante confiante quanto à importância da comunicação para o desenvolvimento. Ele afirma que seria praticamente impossível pensar em desenvolvimento socioeconômico sem meios de comunicação rápidos e potentes. Essas afirmações são feitas dentro de uma perspectiva que tem na prática da comunicação e, principalmente no jornalismo, um instrumento de mudança cultural e social. Para Schramm (1970), o tipo de transformação proporcionada pela comunicação condicionava a passagem a novos costumes e novas práticas, fossem elas vinculadas a novas concepções, crenças, técnicas ou a normas sociais.

A concepção de desenvolvimento adotada por Schramm e, vale destacar, influenciada por Lerner, é sintetizada no trecho abaixo.

As tarefas de comunicação por trás das transformações sociais do desenvolvimento nacional são de três tipos. Em primeiro lugar, a população deve possuir *informações* sobre o desenvolvimento nacional: sua atenção deve ser focalizada na necessidade de transformação, nas oportunidades que a ela conclamam, nos seus métodos e significados; e, se possível, suas aspirações próprias e nacionais devem ser levantadas. Em segundo lugar, deve haver oportunidade de participação inteligente no *processo de tomada de decisões*: o diálogo deve ser ampliado para incluir todos aqueles que se decidam pela transformação; os líderes devem ter oportunidade de liderar, e o povo comum de ser ouvido; as realizações modernizadoras devem ser esclarecidas, e as alternativas discutidas; a informação deve subir e descer a hierarquia. E, terceiro, as *técnicas* necessárias *devem ser ensinadas*: os adultos devem ser ensinados a ler, as crianças devem ser educadas, os agricultores devem aprender os métodos modernos de agricultura, os professores, médicos, engenheiros devem ser treinados, os trabalhadores devem dominar as técnicas, as pessoas em geral devem aprender mais sobre como se manterem fortes e com saúde. (SCHRAMM, 1970, p.192).

Ao mencionar as *técnicas* que devem ser ensinadas, Schramm (1970) atribui à comunicação um papel instrumental, que perdura durante alguns anos. A comunicação era vista, e utilizada, como uma espécie de capacitação para a sociedade, principalmente as de áreas rurais. Acreditava-se que, por meio dos meios de comunicação de massa, deveriam-se instrumentalizar as pessoas para que elas passassem a ter a necessidade de determinados produtos e, com isso, buscasse aumentar sua produção, por meio de técnicas que aprendiam por meio do rádio ou até mesmo da TV<sup>10</sup>. Cabe destacar que, isso, dentro de uma perspectiva

---

<sup>10</sup> A televisão chegou ao Brasil em 1950, mas popularizou-se apenas por volta da década de 1970.

que compreendia que a essência do desenvolvimento era econômica, e consistia em um rápido aumento da produtividade. “Deve haver informação destinada a encorajar as concepções produtivas, padrões sociais e costumes” (SCHRAMM, 1970, p.65).

Bordenave (1974) coloca o *Seminário sobre Comunicação no Desenvolvimento Econômico*, em 1964, promovido pela Associação Internacional Americana, como um marco na exploração da área do desenvolvimento e comunicação. “Nossa atenção centrou-se em descobrir como as pessoas utilizavam a comunicação em seu próprio interesse, ou em outras palavras, quais seriam as funções que a comunicação oferecia ao indivíduo” (BORDENAVE, 1974, p.6). De acordo com o pesquisador, na prática, cabia aos comunicólogos informar fazendeiros e convencê-los, por meio dos recursos da comunicação, a adotar “melhores” técnicas agrícolas, para que pudessem produzir maior quantidade de alimentos. Para que as mensagens sobre novas técnicas alcançassem o meio rural, as recomendações eram veiculadas especialmente em programas de rádio.

Esse entendimento da comunicação de massa como instrumento também foi incentivado pela Unesco. Melo (1977) descreve uma pesquisa em que a organização aponta resultados indicando a escassez de meios de comunicação de massa nas regiões ditas atrasadas. Dessa maneira, a comunicação de massa foi contemplada como um canal de educação tanto formal, quanto informal, no intuito de elevar o nível de vida das populações marginalizadas, dentro da compreensão da época. Os canais de comunicação permitiam, assim, “um fluxo constante de informações modernizadoras” (MELO, 1977, p.27).

Cabia, portanto, à comunicação acelerar o processo de transformação social, visto por Schramm (1970) como necessário para o desenvolvimento econômico, bem como tornar mais rápida a mobilização de recursos humanos. Esse entendimento perpassava a ideia de que indústrias não se faziam apenas de prédios e maquinários, mas também de matéria prima e mão de obra. Para isso, era preciso formar os indivíduos, capacitá-los, no entanto seria um processo demorado, quando pensado pelos meios tradicionais como a própria escola. Schramm (1970) apresenta, assim, a comunicação como uma alternativa no auxílio da modernização da agricultura tradicional e da formação de um novo indivíduo.

É interessante observar, no entanto, que, mesmo usando termos compatíveis com o conceito de desenvolvimento utilizado até então, como “moderna sociedade industrial”, Schramm (1970) já se refere a aspectos como a educação, que ultrapassam a barreira do elemento econômico. “Sem um desenvolvimento sofisticado e eficiente das comunicações, a base da população, a cooperação, a industrialização, a educação e as técnicas necessárias

numa moderna sociedade industrial não podem, evidentemente, ser estabelecidas” (SCHRAMM, 1970, p.75).

No Brasil, Melo (1977, p.20) concordava com a premissa de que cabia à comunicação de massa acelerar o processo de “modernização das sociedades tradicionais” e que os pesquisadores deveriam se empenhar na busca de processos que pudessem indicar *como* realizar esta tarefa. Mas é importante notar que, nesse período, final da década de 1970, Melo (1977) já questionava esse modelo de desenvolvimento sem implicações de natureza sociocultural. O autor afirma que estavam sendo negligenciados questionamentos como: “em que estrutura social as inovações (*na agricultura*) serão introduzidas? Quais os padrões culturais (crenças, valores, normas, interações, etc.) ali dominantes? Quais os centros de decisão sob os quais gravita a organização social?” (MELO, 1977, p.22).

Nessa perspectiva questionadora do modelo de desenvolvimento econômico que se buscava, Furtado (1974) afirmava que o modelo é um mito. O autor fez importantes reflexões, vinculadas ao meio ambiente, sobre o que aconteceria com a população mundial caso se universalizasse a forma de vida dos povos considerados ricos. É categórico, na sequência, e diz que “o sistema econômico mundial entraria necessariamente em colapso” (FURTADO, 1974, p. 19). O mito do desenvolvimento econômico é apontado por Furtado (1974) baseado em, principalmente, três elementos: a) não pode ser generalizado no Brasil nos moldes dos países desenvolvidos, b) os recursos naturais e não renováveis constituem um obstáculo que deve ser respeitado e c) os problemas estruturais do Brasil em que é privilegiado o consumo de poucos e ampliada a desigualdade social.

Cabe, portanto, afirmar que a ideia de desenvolvimento econômico é um simples mito. Graças a ela tem sido possível desviar as atenções da tarefa básica de identificação das necessidades fundamentais da coletividade e das possibilidades que abre ao homem o avanço da ciência, para concentrá-las em objetivos abstratos. (FURTADO, 1974, p. 75-76).

Observa-se que ao longo das décadas as reflexões acerca do conceito de desenvolvimento econômico e, como será discutido na sequência, posteriormente o de desenvolvimento, apenas, passa a trilhar caminhos diferentes, ainda que não abandone suas raízes na economia. Acontecimentos históricos, pesquisas em diferentes áreas do conhecimento e o avanço das tecnologias contribuem para essa mudança. O mesmo ocorre em relação à comunicação e ao jornalismo, que passam a ter outro papel na sociedade.

Acentuaram-se, também, as críticas em relação ao difusionismo, que pressupunha receptores passivos. Paulo Freire, em seu livro *Extensão ou Comunicação?* (2011), escrito

durante o seu exílio no Chile, publicado originalmente em 1969, faz críticas ao que o autor chama de *extensão* como um movimento de transmissão de mensagens a alguém que a recebe sem fazer as devidas reflexões. Em outras palavras, uma crítica ao tecnicismo. Freire (2011) defende a comunicação, entendida como um diálogo onde há troca de conhecimentos entre os interlocutores.

Apesar de discutir, nessa obra, a educação no campo, os apontamentos de Freire são bastante utilizados pelas pesquisas em comunicação, já que o autor contraria veementemente o modelo de comunicação que, à época, se acreditava ser o ideal. Para Freire (2011, p.70), “a comunicação verdadeira não nos parece estar na exclusiva transferência ou transmissão do conhecimento de um sujeito a outro, mas em sua coparticipação no ato de compreender a significação do significado. Esta é uma comunicação que se faz criticamente”.

Outro pesquisador que teve destaque às críticas feitas ao modelo difusionista no Brasil foi Bordenave (1985). Na década de 1980, o autor formulou um novo conceito para Comunicação Rural, antes tida como sinônimo de difusionismo, baseado em uma crítica ao modelo, a redefiniu como “conjunto de fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca existente entre os componentes do setor rural e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura, ou interessados no melhoramento da vida rural” (BORDENAVE, 1985, p. 7), corroborando com a reflexão de Freire (2011).

No início da década de 1990, Araújo (2000) contribuiu para destacar as contradições existentes nessa comunicação para o desenvolvimento baseada em um modelo instrumental, difusionista, que se apresentava inviável, inconveniente e comprometido (ARAÚJO, 2000, p. 59). Ela destaca o fato de a própria UNESCO, em 1972, recomendar que a comunicação fosse vista como um processo multilateral, ao contrário do que havia afirmado anos antes. O Centro Internacional de Estudos Superiores de Periodismo para a América Latina (CIESPAL), por sua vez, passou a realizar oficinas e seminários que mostravam a necessidade da participação dos camponeses no processo de comunicação ou, em outras palavras, que eles deixassem de ser vistos como meros receptores passivos de informação.

Como representação do momento de ruptura desse modelo de comunicação no Brasil, Araújo (2000) cita dois documentos: um de 1987, *A comunicação na extensão rural: fundamentos e diretrizes operacionais*, e outro de 1988, *Comunicação Rural: proposição crítica de uma nova concepção*, ambos com vinculação a Embrater<sup>11</sup>. Destaca-se na sequência um trecho do primeiro, que evidencia uma mudança de paradigma.

---

<sup>11</sup> Empresa nacional responsável pela extensão rural, a Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (Embrater), existiu entre 1975 e 1990, vinculada ao governo federal.

[...] vivemos em uma sociedade com interesses conflitantes que adota um modelo de desenvolvimento voltado para a eficiência em detrimento da equidade. Nesse modelo, uma minoria solidifica seus interesses na medida em que impõe continuamente seus valores e busca manter inalterada sua situação hegemônica contrariando os interesses dos segmentos majoritários da sociedade. A comunicação, [...] faz parte do conjunto de mecanismos de sustentação desses interesses, quando atua reforçando modelos de desenvolvimento injustos e concentradores. [...] É preciso uma comunicação dialógica, crítica, participativa, problematizadora, humanista e questionadora, comprometida com a equidade e não apenas com a elevação da produção e da produtividade física. (p.22).

A partir da segunda década dos anos 2000, no Brasil, a discussão do desenvolvimento pela ótica da comunicação se manteve por meio de alguns autores, entre eles Antônio Heberlê (2014), que propõe analisar a comunicação não apenas pela questão dos meios, ou da tecnicidade, mas sim pela interação que proporciona. O pesquisador, como os outros, acredita que a comunicação é uma estratégia para o desenvolvimento da sociedade, ainda que sob outra perspectiva. Vista como um sujeito social envolvido no processo, para Heberlê (2014, p.19) a comunicação, para o desenvolvimento, “é uma esfera original de fluxos de informação que se estabelecem com o fim de promover e agilizar o processo de conhecimento e a sua apropriação pela sociedade, com a finalidade de transformar e melhorar as condições de vida dos sujeitos”. Ainda,

Comunicar para o desenvolvimento implica observar noções básicas de interação social, com a proposta de reciprocidade e a preocupação constante e atenta para perceber e respeitar as demandas desde o ponto de vista da sociedade. Ou seja, trata-se de um modelo mental do comunicador, orientado para ouvir com atenção as pessoas, entender os seus processos e na medida do possível fazer um diálogo destes com outros saberes. (HEBERLÊ, 2014, p.20).

A reflexão que Heberlê faz sobre comunicação e desenvolvimento se distancia bastante das ideias iniciais de apenas transferência de informação. O que o autor propõe é não apenas uma comunicação que faça para o outro, mas sim com o outro. De acordo com o autor, o que define a comunicação para o desenvolvimento é a maneira como ela atua, qual seja, por meio do respeito pela voz e experiência do outro. Nesse modo característico de atuar, Heberlê (2014) destaca que é possível que haja a necessidade de ajustes entre o que a sociedade espera e o que as instituições ofertam. Não se trata de manipular informação, pelo contrário, de atuar de forma que não existam interferências no trabalho do comunicador, da mesma forma que propõe determinadas iniciativas do jornalismo, como será discutido no próximo capítulo.

Diante dessa compreensão de comunicação para o desenvolvimento, Heberlê (2014) indica que o profissional da comunicação tenha uma ação prospectiva com a sociedade. Sendo o jornalista um profissional da comunicação envolvido no processo de interação com a

sociedade, se adota aqui a perspectiva que o jornalista também deva atuar pelos caminhos indicados, trabalhando na linha de frente das problemáticas a fim de orientar para o desenvolvimento. Nesse sentido, ainda, Heberlê (2014) sugere que cabe a esses profissionais colaborar na identificação de problemas e, para isso, deve estar preparado. Portanto, inserir no processo comunicacional, aqui focado no processo de produção jornalístico, a preocupação com as consequências de seu trabalho.

Para Heberlê e Soares (2013), o desenvolvimento se dá quando as pessoas se sentem parte do processo. Ele depende, portanto, da participação das pessoas e do seu respeito à cultura. Esse desenvolvimento, diferente do que se discutia nas décadas de 1940 e 1950, referem-se às ações que promovem a sociedade, a cultura, a educação, a política e a economia (HEBERLÊ, 2014). Essa conceituação de desenvolvimento parece ser influenciada pelas reflexões feitas no campo da economia, como algumas revistas anteriormente. Uma das mais significativas é apresentada na próxima seção, também adotada como a teoria do desenvolvimento nessa pesquisa.

Quando Amartya Sen publica, em 2000, o livro *Desenvolvimento como liberdade*, apesar de representar uma ruptura na teoria do desenvolvimento, não constitui nenhuma surpresa. Diversos economistas, entre eles o próprio Sen, no final do século XX já discutiam a necessidade de ampliação do conceito e apresentavam diversos entendimentos. Amartya Sen, por exemplo, juntamente com Mahbub ul Haq, criou em 1993 o Índice de Desenvolvimento Humano, o IDH, que desde então é utilizado pela ONU em seu relatório anual. A criação do IDH, assim como ocorreu posteriormente com a obra *Desenvolvimento como Liberdade*, foi um marco nas questões do desenvolvimento por incorporar indicadores como educação e longevidade, em vez de medir o desenvolvimento de um país apenas por seu PIB.

## **2.2 A proposta de Amartya Sen de Desenvolvimento como Liberdade**

O aspecto da liberdade na reflexão sobre o desenvolvimento não foi apenas levantado por Amartya Sen<sup>12</sup>, mas é certo que foi esse o economista que elaborou, de fato, uma teoria de desenvolvimento como liberdade. Entre os outros pesquisadores que refletiram sobre a liberdade no desenvolvimento, destaca-se aqui, para fins de conhecimento, o economista

---

<sup>12</sup> Amartya Sen é escritor e economista indiano, nascido em 1933. Em 1993, junto de Mahbub ul Haq, criou o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), recebeu o prêmio Nobel de economia em 1998.

inglês John Stuart Mill (2000), para quem a liberdade seria o meio para atingir a felicidade e o progresso, onde o agente humano era livre para fazer escolhas. E, no Brasil, Celso Furtado, ainda que tenha sua teoria ancorada nas questões da cultura, teve uma relação pessoal com Sen em Cambridge, nos anos 50, que o fez perceber a relação entre o desenvolvimento e a ampliação das liberdades humanas<sup>13</sup>.

Na teoria tradicional do desenvolvimento, como visto anteriormente, os fatores observados eram o crescimento econômico, vistos por meio da industrialização, a acumulação de capital, a mobilização de mão de obra, entre outros. Apesar de Sen (2010) apontar a limitação dessa teoria, destaca que ela não deve ser invalidada, mas sim ampliada. As questões do desenvolvimento devem ir além das puramente econômicas, como a análise baseada no Produto Interno Bruto (PIB) *per capita*, pois essa não abrange as condições de vida das pessoas. Essa reflexão denota um processo humanizador do conceito de desenvolvimento, que ultrapassa a análise baseada na riqueza.

O próprio Sen (2010) compara a perspectiva do desenvolvimento como liberdade com a preocupação com a qualidade de vida das pessoas. A justificativa é bastante evidente, uma vez que, no último caso, também se concentra em analisar o *como* as pessoas vivem e, pondera Sen (2010), é provável que também haja a preocupação com as escolhas que essas pessoas podem fazer, muito semelhante ao que o autor propõe em sua teoria. Sua proposta, adotada nessa dissertação, é de uma espécie de caminho do meio para o desenvolvimento, onde é necessário o reconhecimento das liberdades em seus diferentes aspectos.

Veiga (2005, p.33) afirma que a mudança fundamental no modo de compreender o desenvolvimento se deu por meio das reflexões feitas por Amartya Sen, entre 1996 e 1997, sendo a obra *Desenvolvimento como liberdade*, “a que certamente mais traz respostas positivas e diretas à pergunta: o que é o desenvolvimento?”. Furtado (2008) também adotou a abordagem das liberdades na discussão sobre o desenvolvimento. Para ele, a liberdade consiste no insumo para a transformação social e é a essência do conceito de desenvolvimento, adiciona, ainda, a cultura e a criatividade, sendo a grande atividade criadora do homem, a política.

Conceituar o desenvolvimento como liberdade, na teoria de Sen (2010), é compreender que esse processo é multifacetado, ao contrário do que apontam muitos pesquisadores, os quais analisam apenas a variável da renda. É essencial, portanto, observar as diversas evidências de privações de liberdade no mundo atual, como se fará mais a frente.

---

<sup>13</sup> LEITÃO, Cláudia. Apresentação. In: BOLAÑO, César R. S. (Org.). *Cultura e desenvolvimento: reflexões à luz de Celso Furtado*. Salvador, Brasília: EDUFBA, 2015.

Dito isso, afirma-se que para que haja a promoção da liberdade e, conseqüentemente, o desenvolvimento em sua forma mais plena, não se deve ignorar a renda, pelo contrário, ela é fator essencial nesse processo. Mas não está sozinha. É preciso avaliar também fatores humanos como a educação, a saúde, os direitos civis e a participação política dos indivíduos. Para Sen (2010), o desenvolvimento deve estar atrelado essencialmente à melhoria da qualidade de vida das pessoas por meio do fortalecimento da liberdade dos indivíduos.

O desenvolvimento, visto como a expansão das liberdades disfrutadas pelas pessoas requer que sejam removidas as principais fontes de privação de liberdade, apontadas por Sen (2010) como a pobreza, a tirania, a carência de oportunidades econômicas, a destituição social sistemática, a negligência dos serviços públicos e a intolerância ou interferência excessiva de Estados opressivos. O pesquisador acredita que o mundo atual prive a maioria das pessoas da liberdade e usa como exemplo a pobreza econômica que rouba a liberdade de saciar a fome. Contudo, aponta ainda outros exemplos, como quando

a privação de liberdade vincula-se estreitamente à carência de serviços públicos e assistência social, como por exemplo a ausência de programas epidemiológicos, de um sistema bem planejado de assistência médica e educação ou de instituições eficazes para a manutenção da paz e da ordem locais. (SEN, 2010, p.17).

É importante, portanto, na concepção do desenvolvimento, observar esses contrastes intergrupais nos países. Assim, entende-se que para que haja desenvolvimento, na concepção de Sen, é preciso que os indivíduos tenham oportunidades sociais adequadas e, assim, possam efetivamente mudar seus destinos e ajudar uns aos outros. A ligação entre o desenvolvimento e a liberdade individual das pessoas não se trata apenas de uma relação constitutiva. De acordo com Sen (2010), as oportunidades econômicas, as liberdades políticas, os poderes sociais e condições como boa saúde, educação básica e incentivo, influenciam as pessoas a realizarem algo positivamente. “As disposições institucionais que proporcionam essas oportunidades são ainda influenciadas pelo exercício das liberdades das pessoas, mediante a liberdade para participar da escolha social e da tomada de decisões públicas” (SEN, 2010, p.18).

Essa proposta de Sen (2010) se afasta um pouco das reflexões encontradas na economia contemporânea. No entanto, o autor trata de fazer as devidas aproximações com as discussões da economia clássica e com a filosofia e cita Adam Smith, que se preocupou com as necessidades das pessoas e também com as suas condições de vida, e, ainda Aristóteles, que dá enfoque ao florescimento e às capacidades, relacionado por Sen com a qualidade de vida e com as liberdades substantivas.

As liberdades, sejam elas substantivas ou instrumentais, são o principal fim e o principal meio para o desenvolvimento, respectivamente, pois consistem em condições capacitadoras que permitem tanto o seu funcionamento e também o da saúde, educação, entre outros. Nesse sentido, Sen (2010) defende que os indivíduos são os principais agentes do desenvolvimento. É essa capacitação individual que, para o autor, possibilita um conjunto de funcionamentos, desde os mais simples, como comer, falar e pensar.

Pondera-se, no entanto, que essa liberdade de escolha por meio desses funcionamentos, pode diferir de um indivíduo para outro: enquanto um pode ter mais liberdade de escolha, outro pode sofrer alguma privação. A expansão das capacidades permite que as pessoas tenham a liberdade de levar o tipo de vida que elas valorizam. Essa expansão pode se dar de diversas formas, como por meio de políticas públicas, por exemplo, que tanto influenciam a expansão das capacidades, como são influenciadas por elas.

A perspectiva de liberdade, como alerta Sen (2010), deve ser colocada no centro do palco, deve ser o centro das atenções, é o que exigem os fins e os meios do desenvolvimento. Com isso, se quer fazer entender que, sim, o Estado e seus programas de desenvolvimento, com suas políticas públicas, têm um papel bastante importante para o desenvolvimento, mas a mesma relevância se atribui à sociedade e aos seus indivíduos, que devem ser vistos ativos nesse processo e não apenas como beneficiários pacíficos.

Na elaboração de Sen (2010), como já dito, o desenvolvimento é um processo de expansão das liberdades. Ainda, é importante compreender bem o que o autor chama de *liberdades instrumentais* e *liberdades substantivas*. A primeira consiste no meio, ou meios, para atingir o fim, ou seja, o desenvolvimento. São as liberdades instrumentais que levam o indivíduo ao aumento de sua liberdade total, ou, suas *liberdades substantivas* que, por sua vez, enriquecem a vida humana não apenas por meio do crescimento econômico, mas também com as escolhas individuais e livres.

Nessa pesquisa, além da compreensão do desenvolvimento como liberdade, interessa observar os desdobramentos das liberdades instrumentais. Sen (2010) apresenta cinco liberdades instrumentais, que serão detalhadas na sequência. São elas: liberdades políticas, facilidades econômicas, oportunidades sociais, garantias de transparência e segurança protetora. Destaca-se a possibilidade e, por vezes, a necessidade desses grupos funcionarem de forma complementar. Essas liberdades instrumentais, interligando-se, contribuem com o aumento da liberdade humana, ou, nas palavras de Sen, das liberdades substantivas, que ao fim, constituem o desenvolvimento. Segundo o autor, elas contribuem para a capacidade geral

de a pessoa viver livremente. Sen (2010) afirma que essa não é uma lista fechada e que, portanto, permite adaptações.

A liberdade instrumental chamada por Sen (2010) de *facilidades econômicas* se aproxima da concepção tradicional de desenvolvimento como crescimento econômico. Essa liberdade diz respeito às oportunidades que os indivíduos têm para utilizar recursos econômicos, tendo como propósito o consumo, a produção e a troca. E, assim, fazerem transações econômicas, terem acesso à renda e ao crédito. Essa liberdade, as *facilidades econômicas*, depende do mercado, mas também de outras instituições políticas e sociais, o que já denota o caráter complementar das liberdades.

A *segurança protetora* refere-se à proteção necessária aos indivíduos vulneráveis que, por estarem nessa condição, correm risco de uma privação de liberdade que não pode existir, de acordo com Sen (2010), em um processo de desenvolvimento. Essa liberdade “é necessária para proporcionar uma rede de segurança social, impedindo que a população afetada seja reduzida à miséria, e até mesmo à fome e a morte” (SEN, 2010, p.60). Nessa proteção estão incluídos não apenas as pessoas vulneráveis à morte, mas também há riscos ambientais, econômicos e sociais.

As outras três liberdades instrumentais foram propositalmente tiradas do contexto, pois são as que possuem uma ligação mais direta com a informação jornalística e, nela, o jornalismo e a informação, objeto de interesse nessa pesquisa. As *liberdades políticas* dão conta da garantia de escolha política dos indivíduos, como por exemplo, a escolha de governantes, bem como os princípios que regem os governos. Inclui, ainda, a possibilidade de crítica do cidadão às autoridades, a fiscalização e cobrança. A oportunidade de manifestação política e a participação democrática pressupõem, também, liberdade de expressão e “uma imprensa sem censura” (SEN, 2010, p.58). A partir dessa liberdade instrumental, em complementariedade com as demais, essa pesquisa toma como certeza a potencialidade do jornalismo em auxiliar no processo de desenvolvimento, tanto como um meio, quanto na constituição de um fim.

As *oportunidades sociais* incluem os arranjos sociais e suas instituições, entre elas se pode incluir a mídia, e também o acesso a saúde e a educação. Esses arranjos influenciam a liberdade substantiva de um indivíduo viver melhor. Sen (2010) afirma que essa liberdade não diz respeito apenas à qualidade de vida das pessoas, mas também a sua contribuição para uma participação mais efetiva na economia e na política. Exemplifica escrevendo que, quando há privação de oportunidade social, as chances de analfabetismo são maiores, o que leva a uma

incapacidade de ler jornais ou comunicar-se, por exemplo, e, conseqüentemente, ainda de acordo com o autor, interfere na privação da participação política.

Por fim, as *garantias de transparência* correspondem ao direito à informação, principalmente sobre a esfera pública. Elas são apresentadas como inibidoras da corrupção, da irresponsabilidade financeira e de transações ilícitas. A concepção de que essas liberdades instrumentais se inter-relacionam é fundamental na compreensão do desenvolvimento como liberdade.

Correspondendo a múltiplas liberdades inter-relacionadas, existe a necessidade de desenvolver e sustentar uma pluralidade de instituições, como sistemas democráticos, mecanismos legais, estruturas de mercado, provisão de serviços de educação e saúde, facilidades para a mídia e outros tipos de comunicação. (SEN, 2010, p.77).

Nesse processo de desenvolvimento como liberdade se questiona como as pessoas alcançam essas liberdades que as permitem obter resultados que irão impactar nas suas condições de vida. Como dito, o nível de renda individual, ou familiar, é importante nessa construção, na perspectiva de compreender o que ela permite as pessoas a fazer e quais capacidades expandir. A riqueza tem papel essencial no desenvolvimento e, ao mesmo tempo, constitui uma relação restrita e dependente. Ela pode garantir determinadas qualidades, contudo não pode assegurar, por exemplo, a liberdade de participação política.

Portanto, o desenvolvimento precisa estar relacionado à melhoria de vida das pessoas e das liberdades que elas desfrutam. Sen (2010) afirma que a expansão das liberdades permite que indivíduos sejam seres sociais mais completos, interagindo com o mundo em que vivem e influenciando esse mundo. Diferentes atores e instituições são essenciais para o desenvolvimento, inclusive de maneira bastante individual, como o autor enfatiza. Entre os mencionados, na próxima seção se propõe uma reflexão acerca dos potenciais da mídia, do jornalismo, e nele, a veiculação de informação, como um dos motores para o desenvolvimento.

### **2.3 A informação como fonte de liberdade**

Diante de um quadro de concentração midiática<sup>14</sup>, historicamente, uma iniciativa da Unesco, em uma conferência de 1973, propõe os primeiros fundamentos do que ficou conhecido como uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação, a NOMIC

---

<sup>14</sup> A concentração da mídia é explicada no capítulo 3.

(NEOTTI, 1986). Os debates ocorrem em um momento histórico da década de 1970 em que há um descontentamento dos ditos países em desenvolvimento, como o Brasil.

Os debates sobre a nova ordem envolveram diversas instituições sociais. De acordo com Neotti (1986), as discussões eram sustentadas, principalmente, por dois pilares – um comunicacional e outro econômico – por governos, centros de pesquisa, movimentos políticos, associações profissionais, meios de comunicação, organizações comerciais e, ainda, pela Igreja Católica. Outra motivação que impulsionou o movimento, de acordo com o autor, foram as coberturas feitas pelas grandes agências de notícias do mundo, que frequentemente eram tendenciosas e monopolizavam o mercado.

Em 1977 a proposta foi levada a ONU e instaurou-se a Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, que recebeu a incumbência de realizar um estudo que identificasse, em escala global, os problemas da comunicação naquela sociedade. O estudo terminou em 1979 e produziu um relatório de 400 páginas. Neotti (1986) conta que, em 1980, na Assembleia de Belgrado, o Relatório MacBride, como o estudo foi chamado, foi aprovado.

Entre as teses propostas pela NOMIC, destacam-se aqui aquelas que mais contribuem para o exercício da função social do jornalismo.

Um novo sistema de propriedade, que pede a ruptura dos sistemas monopolísticos do Estado e da Empresa privada, tanto das estruturas da Comunicação quanto dos recursos tecnológicos. [...] Um novo propósito que é serviço social, o bem comum, a defesa dos direitos populares. [...] Um novo comunicador, formado para prestar serviços à coletividade, e não aos interesses privados. [...] Reconhecer que a função de informar dentro da sociedade não pode ser considerada só como mercado; a informação não é simples mercadoria, mas é uma função social que exige um marco social para seu exercício responsável. [...] Considerar que as políticas de comunicação formam parte integrante das estratégias de desenvolvimento. Isso exige aprofundar analiticamente as relações entre comunicação e desenvolvimento para gerar práticas e conceitos que permitam a participação informada da comunidade dentro de um esquema de desenvolvimento integral. Isso significa que os modelos informativos serão tão ariados quanto os modelos de desenvolvimento, e que cada sociedade deverá elaborar aqueles modelos que reflitam sua própria realidade e contexto histórico, em vista de um acesso das maiorias nacionais à participação política efetiva. (NEOTTI, 1986, p.37-38-39).

Contudo, as expectativas em relação a NOMIC e a Assembleia de Belgrado não foram atingidas. Ao contrário, como mostra Neotti (1986), foi elaborada a Declaração de Taillores, assinada por 60 instituições do sistema convencional de comunicação. Nela, eram defendidos os interesses desses grupos e deixou clara a posição contrária a proposta do código universal. Essa contraofensiva acabou por desmoralizar a NOMIC. De fato, apesar de algumas tentativas para resgatar a NOMIC, a nova ordem não foi para frente. Ou, pelo menos, não com esse nome e com esse exato formato. As propostas dela podem ser encontradas de forma efetiva

em diversos veículos de comunicação alternativa, cujas características já apresentadas, se aproximam.

A prática proposta pela NOMIC e que hoje se visualiza de forma bastante semelhante em algumas tentativas de jornalismo independente, tem certa semelhança com a proposta de Amartya Sen. De acordo com Sen (2010), a abordagem do desenvolvimento não pode se concentrar nas mãos dos detentores do poder e destaca a necessidade da participação popular. Transferindo a ideia para o campo do jornalismo, se teria uma prática não concentrada em grandes grupos de comunicação e com a participação do seu público, seja no financiamento do trabalho, nas sugestões e avaliações de pautas ou ainda, e o mais importante, o indivíduo como agente e não como um receptor passivo.

Observa-se que a prática jornalística seja nos veículos hegemônicos, seja na mídia alternativa<sup>15</sup> ou independente, busca se legitimar por meio de um discurso de defesa do interesse público. Um discurso que, portanto, atravessa as diferentes categorias e concepções de jornalismo. McQuail (2012, p.208), na tentativa de explicar o que é o interesse público para o jornalismo, afirma que para os jornalistas o que define se uma pauta “vale a pena” é a consequência do seu consumo para a audiência, ou seja, quais fatos irão influenciar a vida das pessoas, o que a sociedade precisa saber. Nesse sentido, na prática jornalística, o interesse público seria sinalizado pela repercussão de uma informação: os fatos que ela provocaria e os comentários que suscitaria.

Em outra abordagem sugerida por Christofolletti e Triches (2014), também mencionada por McQuail (2012), o interesse público consiste na soma dos valores-notícia<sup>16</sup>. Nesse sentido, para McQuail (2012, p.209). “Quanto maior o evento, maior a quantidade de pessoas influenciadas; quanto mais imediato for o impacto e mais próximo às pessoas (geográfica e culturalmente), maior será sua importância e por isso relevância”. De forma mais sintética, Christofolletti e Triches (2014) afirmam que o interesse público diz respeito ao que é importante à sociedade, independente do que essa sociedade afirma querer. Ainda que esse seja um discurso comum aos diferentes veículos de comunicação, é preciso ponderar que a prática de um jornalismo que diz prezar pelo interesse público é atravessada por outros interesses, como o político e o econômico, que interferem diretamente nas decisões editoriais desses veículos.

---

<sup>15</sup> No capítulo 3 busca-se explorar algumas categorias de jornalismo, entre elas a de jornalismo alternativo.

<sup>16</sup> Valores subjetivos que indicam a relevância de um fato, de um acontecimento, para que o mesmo seja transformado em notícia. Em outras palavras, são critérios de noticiabilidade.

O campo do interesse público, portanto, é político, e também teórico, assim como o campo da função social do jornalismo. Há mais de 300 anos, na tese intitulada *Os relatos jornalísticos*, Peucer (2014) já afirmava o que se tem ainda hoje como finalidade do jornalismo: informar. O autor já apontava também para a representatividade da informação para a vida em sociedade. Ao longo do último século, especialmente, diversos pesquisadores buscaram definir qual é a função social do jornalismo e apontam para direções bastante semelhantes.

Reginatto (2016) mapeou as funções do jornalismo, segundo a teoria, e fez aproximações entre as considerações de diferentes autores. Entre as finalidades do jornalismo identificadas pela autora, são recorrentes: a contribuição do jornalismo com a democracia, a responsabilidade em informar, a formação da opinião pública, investigar e estimular o engajamento e mobilizar a participação cívica na vida pública.

Bucci (2000, p.49) é um desses pesquisadores. Ele define a função social do jornalismo como o fortalecimento da democracia. Por isso o jornalismo “deve” ser um “fator de educação permanente do público” e acrescenta ainda que o público precisa ter o direito de conhecer os métodos e processos de produção e edição da notícia e, assim, ter conhecimento dos atravessamentos na produção. Para Bucci (2000), são também finalidades do jornalismo: formar, esclarecer, abrir para o público o acesso à informação, à educação e ao conhecimento, guardando distância crítica do senso comum.

A aproximação desse entendimento do jornalismo com uma função social e de interesse público com a concepção de Sen (2010) de um desenvolvimento como liberdade fica evidente. A visão dos sujeitos como agentes ativos de mudanças e não apenas como receptores passivos, como sugere o jornalismo é encontrada também nas considerações de Sen (2010) sobre o desenvolvimento visto como liberdade. Para o autor, o desenvolvimento é um processo integrado de expansão das liberdades individuais. De acordo com ele, o desenvolvimento ocorre quando há liberdades aos indivíduos.

Tanto a liberdade, quanto a própria ação dessas pessoas, para Sen (2010), está vinculada ao estímulo e incentivo dessas liberdades como desenvolvimento. Entende-se, aqui, que a promoção das liberdades e esses incentivos, podem vir, entre outros meios, pelo acesso e apropriação da informação propagada pela mídia que leva à geração de conhecimento. Como afirma o próprio Sen,

Uma variedade de instituições sociais – ligadas à operação de mercados, a administrações, legislaturas, partidos políticos, organizações não governamentais, poder judiciário, mídia e comunidade em geral – contribui para o processo de

desenvolvimento precisamente por meio de seus efeitos sobre o aumento e a sustentação das liberdades individuais. (SEN, 2010, p.377).

Compreende-se que o trabalho do jornalismo, no exercício de sua função social e nos moldes de uma mídia alternativa ao modelo hegemônico, pode promover as liberdades instrumentais bem como contribuir para a não privação das liberdades apontadas também por Sen. O próprio pesquisador chega a citar, em mais de um momento, a mídia como tendo um papel vital no processo de desenvolvimento.

Ademais, os veículos de comunicação devem existir não para gerar lucro ou capital, mas sim para que os cidadãos tenham direito à informação capaz de promover o desenvolvimento, por meio da garantia de liberdades. Trata-se, além disso, de um direito garantido pela Declaração Universal dos Direitos do Homem, de 1948, artigo 19. “Sem que esse direito seja atendido, a democracia não funciona, uma vez que o debate público pelo qual se formam as opiniões entre os cidadãos se torna um debate viciado. Por isso a imprensa precisa ser forte, independente e atuante” (BUCCI, 2000, p.33).

Sen (2010, p.310) também ressalta o aspecto da necessidade da existência de “meios de comunicação livres” para que as pessoas tenham a liberdade de estarem bem informadas e atualizadas para, assim, terem oportunidade de participação livre na democracia. Em outro momento, reforça a relevância de uma imprensa livre.

Uma imprensa livre e a prática da democracia contribuem imensamente para trazer à luz informações que podem ter enorme influência sobre políticas de prevenção das fomes coletivas (por exemplo, informações sobre os primeiros efeitos de secas e inundações, e sobre a natureza e o impacto do desemprego). [...] Com efeito, pensa que uma imprensa livre e uma oposição política ativa constituem o melhor sistema de alerta prévio que um país ameaçado por fomes coletivas pode ter. (SEN, 2010, p.236).

Ao garantir o direito à informação, o jornalismo pode ser visto como agente de desenvolvimento, também porque possui os elementos necessários para oferecer as condições para que as pessoas exerçam plenamente seus direitos na democracia. Para Kovach e Rosenstiel (2003, p.21), o jornalismo oferece um elemento único à sociedade, “informação independente, confiável e compreensível”, fundamental para que o cidadão seja livre.

Entende-se, de acordo com exposto, que a informação é um fator potencializador para a expansão das liberdades instrumentais e, conseqüentemente, para o desenvolvimento. Se, como afirma Sen (2010), o desenvolvimento se dá a partir da garantia de liberdades diversas, como por exemplo, a garantia de participação política e social, a possibilidade de consumo, oportunidades sociais, como boa educação e boa saúde, segurança social e a garantia de

transparência pelas diversas esferas, cabe questionar como a sociedade toma conhecimento de todos os direitos, deveres e serviços disponíveis. Esse conhecimento se dá por meio da mídia e nela o jornalismo.

Por meio do jornalismo as pessoas ficam informadas não apenas sobre acontecimentos diversos, mas também elementos práticos para a vida cotidiana. É a partir da informação propagada pelo jornalismo, por exemplo, que se torna de conhecimento público informes do governo, como benefícios, políticas públicas, calendários de impostos, plebiscitos, votações diversas; e também sobre a iniciativa privada, como a oferta de empregos, benefícios trabalhistas e cotações econômicas; há ainda informes mais técnicos, como sobre o clima, questões referentes à saúde pública; isso para ficar em alguns poucos exemplos.

Ocorre que o jornalismo, a partir das informações que propaga, media a relação das distintas esferas com a sociedade. O acesso do público a um conjunto de informações sobre o mundo se dá, muitas vezes, apenas pelos meios de comunicação, em um processo que, na maioria das vezes, é atravessado pela concentração e privatização desses meios de comunicação. E por isso a centralidade do jornalismo e da mídia, e a relação que se estabelece entre as liberdades instrumentais de Sen (2010) com a informação.

### 3 O JORNALISMO A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA CULTURAL

Toma-se como conceito de cultura a proposta de Williams (1989), para quem a cultura é entendida como a maneira em que se vive e os sentidos atribuídos a esse modo de viver. Hall (1997) complementa e diz que a cultura também possibilita o desenvolvimento nos processos políticos e econômicos, principalmente e, o faz, por meio das tecnologias da informação e sustenta, assim, os circuitos globais de troca de informação. Outro pesquisador que contribui nessa conceituação é Hermet (2002, p.93). Para ele, a cultura pode ser entendida por um sentido “antigo”, que caracteriza a alta cultura “da gente culta” ou, de forma mais recente, como se dá “conjunto de relações” que membros de determinado grupo mantêm entre si.

É preciso ter clara a natureza comunicativa da cultura (MARTÍN-BARBERO, 2003). Ao discutir a centralidade da cultura, Hall (1997) se concentra em apresentar essa centralidade por meio da mídia e, assim, também expõe a centralidade do jornalismo e da difusão de informação possibilitada pelos meios de comunicação. “A expressão “centralidade da cultura” indica aqui a forma como a cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea [...] A cultura está presente nas vozes e imagens incorpóreas que nos interpelam das telas [...]” (HALL, 1997, p.5). Para o pesquisador, a mídia é a responsável por, dentro de um processo cultural, enredar as revoluções de cultura em nível global. Esse movimento impacta os modos de vida (as culturas) e, conseqüentemente o sentido que essas pessoas dão às suas vidas e ao mundo que as cerca. Portanto a mídia, e nela, principalmente, o jornalismo, influenciam na construção desse sentido, dessas diferentes culturas.

Os campos de estudos e da produção cultural e comunicacional, e nele a mídia e o jornalismo, ocupa lugar central no mundo de hoje, uma vez que são vistos como força de mudança histórica, capaz de transformar o cotidiano (HALL, 1997). O jornalismo é entendido como mecanismo cultural, promove a circulação de informação e conhecimento. Estudado, aqui, dentro de uma perspectiva dos estudos culturais, é posicionado, como sugere Hall (1997), como o principal meio de circulação de ideias na sociedade, sustentando circuitos globais de trocas de informação, capital, investimento, produção de bens, produtos e ideias.

Partindo dessas afirmações de Hall (1997), ao falar-se aqui de cultura, entende-se que nela está a prática jornalística bem como seu produto final, a notícia. De natureza dinâmica, a cultura torna-se neste novo milênio, como aponta Hall (1997), um dos principais elementos de mudança global. Especula, também, que as lutas pelo poder se tornam simbólicas e

discursivas. Ou, em outras palavras, que é no processo de mudanças culturais que os padrões tradicionais começam a se diluir.

Por ser de natureza comunicativa, como dito, a cultura tem caráter de “processo produtor de significações e não de mera circulação de informações” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.299). Essa afirmação do autor mostra qual o diferencial de uma pesquisa em jornalismo a partir da cultura. Ou seja, nesse estudo, a *Agência Pública* é entendida como uma produtora de significações.

Martín-Barbero (2003) também problematiza o lugar da comunicação (midiática, massiva) no processo cultural de modernidade latino-americana desde a primeira metade do século XX até a atualidade. No imaginário latino-americano, a tecnologia da comunicação, para o autor, está associada à modernização e, hoje, a uma concepção também social de desenvolvimento. Pensar os processos de comunicação a partir da cultura, portanto, é deixar de vê-los pelo viés disciplinar dos meios, é contextualizá-los.

A cultura da mídia, por sua vez, fornece o material com o qual muitas pessoas constroem seus conceitos sobre temas como classe, etnia e raça (KELLNER, 2001). Trata-se da cultura veiculada pela mídia. “Ajuda a modelar a visão prevalecente de mundo e os valores mais profundos: define o que é considerado bom ou mau, positivo ou negativo, moral ou imoral. As narrativas e as imagens veiculadas [...] fornecem os símbolos, os mitos [...]” (KELLNER, 2001, p.9). Coloca-se essa cultura midiática contemporânea como uma fonte profunda do que Kellner chama de pedagogia cultural, já que a mídia, e nela os meios de comunicação hegemônica, contribuem para ensinar a sociedade como se *comportar*, o que pensar e sentir e ainda no que acreditar.

A cultura da mídia é industrial; organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos (gêneros), segundo fórmulas, códigos e normas convencionais. É, portanto, uma forma de cultura comercial, e seus produtos são mercadorias que tentam atrair o lucro privado produzido por empresas gigantescas que estão interessadas na acumulação de capital. A cultura da mídia almeja grande audiência; por isso, deve ser eco de assuntos e preocupações atuais, sendo extremamente tópica e apresentando dados hieroglíficos da vida social contemporânea. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.9).

A prática jornalística, seus processos e seus produtos são considerados um fenômeno cultural, constituindo a prática sócio-política da cultura. (FELIPPI; ESCOSTEGUY, 2013). A relação entre cultura, comunicação e política também é feita por Martín-Barbero (2003). Tanto a política quanto a economia, na cultura, estão comprometidas com o que se produz na comunicação. Assim, estudar o jornalismo pelo viés da cultura possibilita que se preserve a

dinâmica e as particularidades do processo jornalístico, sem isolar suas partes “O jornalismo é entendido tanto como uma instituição quanto como uma atividade ou prática social, que não apenas condiciona o seu exercício, como sofre sua ação” (FELIPPI; ESCOSTEGUY, 2013, p.23).

O jornalismo visto como um fenômeno cultural é estudado como um processo de circulação de sentido e não apenas como um transmissor de informação (ESCOSTEGUY, 2015), sendo essa a principal diferenciação em uma pesquisa que adote essa perspectiva, como se faz aqui. Escosteguy esclarece que as singularidades do processo jornalístico continuam sendo essenciais, contudo, mais que esse entendimento, é necessário questionar quais são os sentidos que o jornalismo produz na sociedade e contribuem na sua constituição. Essa perspectiva, qual seja, do jornalismo inserido no processo cultural da sociedade, abre caminho para que a pesquisa estude a integralidade do processo produtivo jornalístico.

### **3.1 O circuito produtivo do jornalismo: uma apresentação**

O processo produtivo cultural visto como um circuito é proposto por pelo menos três pesquisadores dos estudos culturais: Jesús Martín-Barbero, na vertente latino-americana, e Stuart Hall e Richard Johnson, na vertente inglesa. Com diferenças entre si, sendo a principal delas no modelo de Martín-Barbero (2003), em que os momentos do circuito – ou mapa noturno, termo utilizado pelo autor – são intercalados por mediações, ambos os modelos buscam uma visão integrada do processo, que perpassa a produção, o produto e a recepção, sem que ocorra o isolamento dessas etapas. Essas propostas estão ancoradas na perspectiva dos estudos culturais, bem como essa pesquisa.

Nos estudos culturais, Johnson (2010, p.25) destaca a consciência e a subjetividade. Ressalta que, em uma “síntese bastante perigosa, talvez uma redução”, trata-se, simplesmente, de observar o lado subjetivo das relações sociais, sendo o seu objeto último “[...] a *vida subjetiva das formas sociais* em cada momento de sua circulação, incluindo suas corporificações textuais” (JOHNSON, 2010, p.75). Escosteguy (2010) também menciona as relações sociais. Para ela, o eixo de pesquisa dos estudos culturais são as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade. Sociedade constituída, como explica, pelas suas formas culturais, instituições e práticas culturais, bem como suas mudanças sociais.

Concebendo-os como altamente contextuais, Schulman (2010, p.180) diz tratarem-se os estudos culturais como um modo de análise crítica, variável e flexível. A cultura, entendida pelos estudos culturais, conforme Hall (2003, p.142), como “uma forma comum da atividade

humana”, por meio da qual os indivíduos fazem história. Não se trata de um conhecimento produzido de forma neutra e objetiva.

Os estudos culturais estão também implicados nas relações de poder.

Eles são parte dos próprios circuitos que buscam descrever. Eles podem, tal como os conhecimentos acadêmicos e profissionais, policiar a relação entre o público e o privado ou eles podem criticá-la. Eles podem estar envolvidos na *vigilância da subjetividade* dos grupos subordinados ou nas lutas para representá-los mais adequadamente do que antes. Eles podem se tornar parte do problema ou da solução. (JOHNSON, 2010, p.51-52). (grifo da autora).

As concepções dos estudos culturais sofrem influências marxistas. Escosteguy (2010) explica que essa relação se inicia por meio da crítica ao marxismo tradicional. Contribui, também, no sentido de compreender a cultura na sua “autonomia relativa”. Em outras palavras, diz que a cultura é subsidiária da economia, mas sofre as consequências das relações político-econômicas. Ainda sobre questões de conflito, Escosteguy (2006) cita como forças determinantes, que competem entre si e constituem a complexa unidade que é a sociedade: economia, política e cultura.

As categorias analíticas e procedimentos metodológicos dos estudos culturais, como afirma Moraes (2011), estão entre os pontos que aproximam e legitimam a comunicação desse marco teórico-metodológico, como se sugere nessa pesquisa, por meio do circuito da cultura de Johnson (2010). A pesquisa no campo da comunicação, ao longo dos anos, vem consolidando a utilização do caráter qualitativo e empírico, que operacionaliza o diálogo entre as estratégias de produção e o consumo cultural (MORAES, 2011).

Essa abordagem teórico-metodológica se aplica à pesquisa porque, primeiro, como mostra Johnson (2010), qualquer prática social pode ser analisada pelo viés da cultura. Compreende-se, no entanto, que a “cultura” mencionada pelo autor precisa ser identificada na proposta. Contudo, o próprio Johnson (2010, p.30) sugere como alvo dos estudos culturais, a mídia e seus modos de consumo. Complementa afirmando que é preciso análises que revelem onde e de que forma as representações públicas agem para proporcionar à sociedade uma tendência emancipatória, bem como questiona a pesquisa sobre o trabalho da *Agência Pública*.

Kellner (2001) também defende o uso dos estudos culturais em pesquisas na área da comunicação e da mídia. Para ele, essa teoria explicita a complexidade e as contradições do processo midiático, mostrando como essa produção serve como instrumento de dominação, mas que também oferece possibilidades de resistência e mudança. Ressalta, também, que os

estudos culturais dão conta dos efeitos dos textos e discursos midiáticos e de como a sociedade se apropria desses produtos.

Nessa perspectiva, utiliza-se aqui, tanto como percurso metodológico, quanto como teoria, o modelo proposto por Johnson (2010), de circuito da cultura. O modelo tem como objetivo observar o processo de produção de maneira integrada, perpassando tanto a própria produção, quanto o texto/produto, a leitura (consumo) e a cultura vivida que, oferecida pelo processo, devolve à produção essas relações sociais estabelecidas. Observa, também, as condições capitalistas nas quais os momentos desse processo estão submetidos. Constitui, assim, o entendimento de que o processo produtivo da cultura se trata de uma prática interdisciplinar. Escosteguy (2007, p.133) indica a utilização do protocolo teórico-metodológico, do circuito da cultura, nos estudos de comunicação e, conseqüentemente, de jornalismo, pois visto a partir dos estudos culturais, uma vez que destaca “o papel crucial da dimensão simbólica que está no centro da vida social”.

A conjugação entre as instâncias proposta no circuito da cultura determina valores simbólicos e um processo de significação. “O diagrama tem o objetivo de representar o circuito da produção, circulação e consumo dos produtos culturais. Cada quadro representa um momento nesse circuito. Cada momento depende dos outros e é indispensável para o todo” (JOHNSON, 2010, p.33), como mostra a *figura 1*, na Introdução dessa pesquisa.

Esse modelo pressupõe que não se possa mais delimitar o campo da cultura em práticas especializadas. Na compreensão de Johnson sobre cultura, assim como dos autores já citados, todas as práticas sociais podem ser analisadas pelo viés da cultura, principalmente, por sua prática subjetiva. Isso vale, portanto, para a mídia e nela a prática jornalística, que perpassa todos os aspectos da produção, do produto, da recepção e dos seus efeitos na sociedade, transformados naquilo que Johnson caracteriza como *culturas vividas*.

Assim, se preservam as particularidades do processo cultural e, no caso dessa pesquisa, do processo produtivo da notícia, sem isolar as partes e, com isso, correr o risco de fazer interpretações não contextualizadas. Trata-se de um modelo complexo, que oferece categorias intermediárias que não só se relacionam, como também influenciam uma na outra. Johnson (2010), ao refletir sobre o modelo proposto, justifica a necessidade de se fazer análises cuidadosas que possam mostrar como representações públicas, ou privadas, agem e as relações de dependência que existem entre elas e, ainda, se há alguma possibilidade emancipatória nesse processo.

Os protocolos teórico-metodológicos, como aponta Escosteguy (2007), se sustentam justamente nessa articulação entre os diferentes momentos, a produção, o produto, o consumo,

sendo que cada uma delas possui condições próprias de existência. “Como eles estão articulados entre si, devem ser registrados e analisados em relação ao outro, sendo que cada momento é necessário para o todo, mas nenhum antecipa o próximo” (ESCOSTEGUY, 2007, p.119). De acordo com Hall (2003, p.388), trabalhar os diferentes momentos do processo, em articulação

é necessário ao circuito como um todo, nenhum momento consegue garantir inteiramente o próximo, com o qual está articulado. Já que cada momento tem sua própria modalidade e condições de existência, cada um pode constituir sua própria ruptura ou interrupção da ‘passagem das formas’ de cuja continuidade o fluxo de produção efetiva (isto é, a ‘reprodução’) depende.

O diagrama proposto por Johnson tem como base o circuito do capital apontado por Karl Marx.

Todos os produtos culturais, por exemplo, exigem ser produzidos, mas as condições de sua produção não podem ser inferidas simplesmente examinando-os como ‘textos’. De forma similar, os produtos culturais não são ‘lidos’ apenas por analistas profissionais, mas pelo público em geral. Por isso, nós não podemos prever essas leituras a partir de nossa própria análise ou, na verdade, a partir das condições de produção. (JOHNSON, 2010, p.34).

Outro destaque do circuito da cultura diz respeito às condições que interferem nele. A presença desse ponto no diagrama, o das condições, é justificado pelo autor em razão de as produções culturais muitas vezes se tornarem mercadorias, como pode se observar com a notícia, por exemplo. Por isso Johnson (2010, p.35) propõe prever tanto as condições capitalistas de produção, quanto as condições capitalistas de consumo. “É por isso que nesses casos o circuito é a um só tempo, um circuito de capital e um circuito de produção e circulação de formas subjetivas”.

A proposta de adaptar o circuito da cultura para um circuito do jornalismo foi feita por Santi (2009)<sup>17</sup>. A aproximação é justificada por meio da compreensão de que o jornalismo se constitui em uma prática social e a notícia como um produto cultural carregado de significados e de representações (SANTI, 2009). Esses significados, por sua vez, podem ser verificados a partir do trabalho subjetivo do jornalista.

É possível visualizar o processo produtivo da *Agência Pública* dentro desse circuito e também condicionado pelo capital e, por meio dele, responder a problemática dessa pesquisa,

---

<sup>17</sup> Santi (2009) adota a expressão *circuito das notícias* ao se referir a aproximação do circuito da cultura com o processo produtivo do jornalismo.

que busca compreender as estratégias produtivas de uma agência de reportagens, a *Pública*, na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento. Trata-se de uma estratégia produtiva diferenciada, com influência de condicionantes como a independência de anunciantes e financiadores, que resulta em um produto jornalístico pouco visto em outros veículos. É importante ainda ter claro a condição de agência de reportagens da *Pública*, ou seja, a disseminação do conteúdo produzido por ela para outros jornais, revistas ou portais, o que possibilita uma ampliação no número de leitores que entram em contato com as reportagens produzidas por ela.

### 3.2 O jornalismo em um contexto histórico e cultural

Desde os primeiros jornais impressos, no século XVII, o jornalismo passa por mudanças. O que se mantém desde o início é o seu papel de informar e orientar a sociedade, seja por meio de impressos, rádio, TV ou *web*<sup>18</sup>. É sua finalidade fornecer informação para que as pessoas sejam livres e capazes de se autogovernar (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003). De uma maneira geral, seu papel recai sobre bem informar os indivíduos de uma sociedade. O verbo informar, do latim, originalmente trata “não somente (de) relatar os fatos [...], mas sim *formar a mente*. A importância da informação já era claramente apreciada em alguns círculos (políticos e científicos) no século XVII” (BRIGGS; BURKE, 2006, p.188). Cabe ao jornalismo

[...] comunicar os acontecimentos em todos os ramos da cultura e da vida em geral ao indivíduo e à sociedade em seu conjunto. O significado do periódico, então, é a comunicação de bens imateriais de todos os tipos, desde que pertençam aos mundos presentes dos leitores, de um modo público e coletivo. O periódico deve servir de mediador, o que não implica apenas uma função social, mas também uma reciprocidade das relações entre os jornalistas, o periódico e os leitores. (GENRO FILHO, 2012, p.15).

Para melhor contextualizar o objeto e a proposta desta pesquisa, se faz, na sequência, um breve resgate histórico do jornalismo e, principalmente, de sua relação com o mercado e com a sociedade, como sugere o modelo do circuito da cultura. Vista como um sistema de contínua mudança, a mídia desempenha papéis de maior ou menor destaque ao longo de sua história. Karl Deutsch, citado por Briggs e Burke (2006), afirma que o jornalismo era os “nervos do governo”.

---

<sup>18</sup> Com exceção dos impressos, rádio, TV e *web* são mídias que surgiram a partir do século XX.

Em 1500 já havia sido instalado mais de 250 máquinas de impressão na Europa, o que permitia que o conhecimento fosse mais acessível, por meio da impressão de livros e, um século depois, com a impressão dos primeiros jornais, considerados os primeiros meios de comunicação na modernidade (BRIGGS; BURKE, 2006). Ainda assim, é importante perceber que o conhecimento, fosse ele por meio do jornalismo ou não, era um privilégio de poucos.

Marcondes Filho (1989), que discute a notícia, afirma que desde o seu aparecimento, o jornal estava muito próximo ao desenvolvimento da economia de mercado. Em seus primórdios, ele servia ao mercado como forma de fazer circular informações sobre exportações e importações. “O jornalismo é filho legítimo da Revolução Francesa” (MARCONDES FILHO, 2000) e expande a partir da luta pelos direitos humanos. Recorre-se a esse resgate de Marcondes Filho (1989) para mostrar que o jornalismo sempre esteve atrelado ao capital, ainda que de maneiras mais ou menos intensas ao longo da história.

Mesmo ligados às condições de mercado, os primeiros jornais surgem associados à expansão da burguesia como classe, explica o autor. Estavam, à época, vinculados às lutas de afirmação política e social dessa classe, o que Marcondes Filho (1989, p.57) chama de “batalha pela conquista da chamada hegemonia do pensamento social”. Após estabelecer seu poder na sociedade a imprensa se desenvolve lentamente dentro dos moldes capitalistas.

Marcondes Filho (2000) elenca quatro fases do jornalismo, além de uma denominada pelo autor como *pré-história*, entre os séculos XVII e XVIII, em que os valores jornalísticos dominantes eram o espetacular e o singularmente novo, como desastres, mortes e seres deformados. Já o chamado *primeiro jornalismo* é apresentado por Marcondes Filho (2000) como o da iluminação. Entre o final do século XVIII até metade do XIX foi o jornalismo o responsável por fazer esclarecimentos políticos e ideológicos já que, até então, a manutenção da autoridade e do poder se dava por meio do controle do saber e da informação.

Do tipo político-literário, o *primeiro jornalismo* tinha como principais valores a verdade, a transparência, o questionamento da autoridade e a crítica da política (MARCONDES FILHO, 2000). É também nesse período que o jornal começa a se profissionalizar e surge a redação e o jornalismo vai deixando de ser um instrumento político para ser uma força política autônoma. Para isso, Marcondes Filho (2000, p.12) destaca que “nessa época do jornalismo literário, os fins econômicos vão para segundo plano. Os jornais são escritos com fins pedagógicos e de formação política”.

O *Segundo jornalismo* (1830-1900) se caracteriza pela imprensa de massa e pelo modelo de grande empresa capitalista. O romantismo da primeira fase dá lugar à produção de notícias em larga escala, do lucro e dos jornais populares e sensacionalistas (MARCONDES

FILHO, 2000). O início dessa fase é marcada pela transformação tecnológica, o que exige capacidade financeira da empresa jornalística em se auto-sustentar. A imprensa passa a ser um negócio sintonizado com as exigências do capital, o que fragiliza o modelo de livre pensamento e política. Dadas as necessidades financeiras, também é dessa época a introdução da publicidade nos jornais.

A grande mudança que se realiza nesse tipo de atividade noticiosa é a inversão da importância e da preocupação quanto ao caráter de sua mercadoria: seu valor de troca - a venda de espaços publicitários para assegurar a sustentação e a sobrevivência econômica – passa a ser prioritário em relação ao seu valor de uso, a parte puramente redacional-noticiosa dos jornais. A tendência é a de fazer do jornal progressivamente um amontoado de comunicações publicitárias permeado de notícias. [...] É a imprensa de massa: [...] desaparece a liberdade e em contrapartida se obtém mais entretenimento. (MARCONDES FILHO, 2000, p. 14).

No século XX, o *terceiro jornalismo*, é o da concentração midiática em grandes grupos de comunicação. Marcondes Filho (2000) destaca nessa fase o desenvolvimento da indústria publicitária e de relações públicas, as grandes tiragens e o enfraquecimento do processo mais engajado. Ao justificar esse último, o autor afirma que o jornalismo reflete a modernidade e que, portanto, o fato de o jornalismo ser menos questionador é um sintoma da mudança do espírito da sociedade.

Após a depressão da década de 1930 há o advento da indústria da promoção da comunicação (MARCONDES FILHO, 2000). Essa indústria consiste, conforme explica o autor, na prática de um jornalismo que promove diferentes produtos no próprio texto jornalístico. É uma estratégia de fazer a publicidade passar inconscientemente aos leitores, como se fosse um assunto de interesse público. Para Marcondes Filho (2000, p.29) esse é o quarto e último jornalismo. Nele, o jornalismo se “divorcia” de sua forma histórica de fazer jornalismo, é a era da tecnologia, da informação eletrônica e interativa.

A competitividade entre a mídia na disputa do mercado é responsável pelo tipo de produção e conteúdo jornalístico que se tem hoje, ou seja, que prioriza o lucro em detrimento da informação de interesse público (MARCONDES FILHO, 2000), um modelo de jornalismo que, além de comercial, é o convencional, o hegemônico. Abreu (2002) afirma que a informação passa de um bem simbólico para um bem econômico, qual seja, uma mercadoria<sup>19</sup>, como já havia sugerido Berger (2002), Medina (1982) e Marcondes Filho

<sup>19</sup>A notícia é tratada como mercadoria porque a informação é vendida, seja por assinatura ou compra avulsa, em qualquer mídia. E também é mercadoria por atrair o consumidor para a compra da informação, já transformada em notícia. A fim de atrair o seu consumidor, faz uso de técnicas de produção e edição de texto e de imagem, assim como a definição do que vai ou não ser transformado em notícia com vistas àquilo que supostamente irá satisfazer o consumidor de informação.

(1989). Nesse sentido, em uma empresa jornalística, a relação do setor comercial com a redação, setor responsável pela produção das notícias, normalmente não ocorre de maneira harmoniosa.

Como mostra Abreu (2002), as empresas costumam orientar para que os dois setores busquem, juntos, melhores resultados na apresentação do produto. Porém, frequentemente, as relações são “de imposição de regras pelo setor comercial” (ABREU, 2002, p.33). Diante dos interesses comerciais, os jornalistas ficam impedidos de exercer sua atividade como deveria ser. Marcondes Filho (1989) sintetiza essa relação:

O jornalismo, via de regra, atua junto com grandes forças econômicas e sociais: um conglomerado jornalístico raramente fala sozinho. Ele é ao mesmo tempo a voz de outros conglomerados econômicos ou grupos políticos que querem dar às suas opiniões subjetivas e particularistas o foro da objetividade. (MARCONDES FILHO, 1989, p.11).

É consenso aos pesquisadores do jornalismo afirmar que a mídia, mais especificamente a informação que ela veicula, tem o poder de não só sugerir o *como* as pessoas pensam, e também, principalmente, sobre *o que* pensam, ainda que esse seja um processo relativo à recepção, a qual dá sentido à informação. Trata-se da teoria da agenda setting. E como a sociedade recebe essa informação? Ela a recebe por meio de textos e imagens dos jornais, revistas, emissoras de rádio e TV e também pelos portais da internet. São esses os meios que fazem com que os acontecimentos cheguem às pessoas. Mas não só: são eles que, principalmente, transformam esses acontecimentos no produto a ser consumido, a notícia. A mídia de massa, como é chamada a mídia hegemônica, “dita o que é realidade e o que é fantasia” (BAGDIKIAN, 1993, p.14). Para o autor, ela é a principal força capaz de moldar os pensamentos das pessoas.

O que se coloca em discussão, partindo dessa afirmação, é a origem dessa informação. Ou, em outras palavras, questionar qual é a variedade de veículos que transmitem essas informações ao mundo. Bagdikian (1993) aborda esse ponto, expondo o oligopólio da mídia e mostrando que boa parte dos veículos de informação se concentra em grandes grupos de comunicação. O que é ou não importante a ponto de se tornar notícia para informar a sociedade é determinado por um pequeno número de grandes empresas.

Ocorre que, como mostra Bagdikian (1993), as grandes corporações de comunicação são interligadas a outras grandes indústrias e também a bancos internacionais dominantes. Cada um com seu interesse, econômico ou político, acaba por influenciar o que, lá na redação, em uma reunião de pauta, é decidido se entra ou não na agenda. Já nos anos 1980, Capparelli

(1982, p.100) destacava que, no Brasil, os conglomerados de comunicação se aproximam de uma definição de concentração diagonal. “Além dos negócios na comunicação, (os proprietários) participam também de grandes empreendimentos no setor primário, secundário e terciário”.

No início dos anos 2000, Capparelli e Lima (2004) ampliam essa categorização na concentração da comunicação, para quatro eixos: a concentração horizontal, a concentração vertical, a concentração de propriedade cruzada e o monopólio em cruz. A primeira diz respeito à concentração dentro de uma mesma área, sendo o melhor exemplo, no Brasil, a televisão, seja a paga ou a aberta. Já na concentração vertical, de acordo com os autores, há uma integração das etapas da cadeia produtiva e de distribuição. O exemplo dado pelos autores é das telenovelas da Globo, que são produzidas em seus estúdios, exibida em sua rede de televisão, comercializada por meio de gravadora e, também, divulgadas em suas diferentes plataformas midiáticas. Na propriedade cruzada se tem a concentração, em um mesmo grupo, de diferentes tipos de mídia, sejam os impressos, as rádios ou emissoras. Capparelli e Lima (2004) exemplificam essa concentração por meio do Grupo RBS, na região sul do Brasil. O monopólio em cruz, por sua vez, é uma reprodução em nível local ou regional, da propriedade cruzada. Essa constituição se dá, em geral, de acordo com os autores, por meio da ligação dos veículos do interior do país com as Organizações Globo: esses grupos possuem um canal de televisão filiada à Rede Globo, além de um ou mais jornais impressos regionais de maior circulação que são ligados ao canal de TV, ligado também às emissoras de rádio AM e FM, que reproduzem as principais seções de *O Globo* (CAPPARELLI; LIMA, 2004).

Esse formato de indústria da notícia, nesse modelo de concentração de veículos que irá se chamar aqui de comercial, se estabeleceu ao longo dos anos dentro de um processo histórico cultural. O que não é noticiado por esses grupos, não necessariamente se perde, mas certamente passa despercebido para boa parte das pessoas. Assim, é menos possível que um desses veículos hegemônicos de comunicação faça uma reportagem investigativa sobre empresas privadas, às vezes, inclusive, sobre o próprio poder público, e o assunto, que deveria ser de interesse da sociedade, fica longe dos holofotes da mídia.

Na história da mídia, é provável que as agências de notícias tenham sido os primeiros veículos a concentrar a informação. Neotti (1986) registra que os franceses, ingleses e alemães, nessa ordem, foram os primeiros a comercializar a notícia, ainda no século XIX. Escritórios e postos foram montados nos principais portos e cidades da Europa, tanto para receber, como para vender notícia que, a época, eram muito relacionadas ao mercado entre nações. Os pioneiros no ramo foram o francês Charles Havas, em 1835, o inglês Julius Reuter

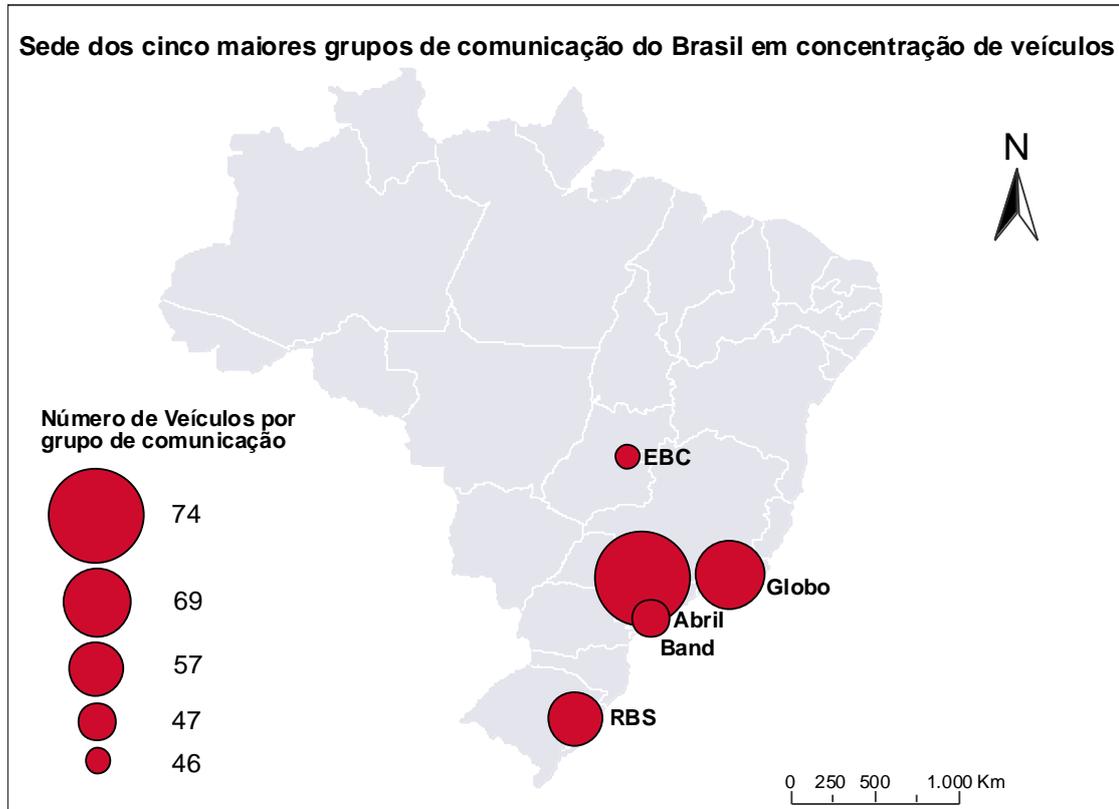
(ex-funcionário da *Havas*), em 1851, e o alemão Bernard Wolff (também ex-funcionário da *Havas*), em 1839.

As três agências europeias, *Havas* (atual *Agence France Press*), *Reuter* e *Wolff*, repartiram os países do continente, entre os que podiam atuar com direitos exclusivos e onde o faziam em conjunto. A concentração delas, fez com que jornais norte-americanos se sentissem lesados e, com isso, fundassem a *Associated Press* (AP), em 1848, a *United Press Associates*, em 1907. Ambas, em 1958, se uniram e criaram a *United Press International* (UPI). Até o final da década de 1980, de acordo com Neotti (1986), juntas, a AP, a UPI, a *Reuters* e a AFP, eram responsáveis por 75% da venda de notícias no mundo. Isso quer dizer que três quartos das notícias que circulavam no mundo eram selecionadas e escritas sob critérios de apenas quatro agências.

Romancini e Lago (2007) alertam para o fato de um grande número de jornais, e de outras mídias de pequeno porte, dependerem das agências de notícias para dar conta da editoria de internacional e, às vezes, até de conteúdo local. Essa concentração de mídia cada vez maior tem provocado debates desde os anos 1980, quando as Organizações das Nações Unidas (ONU) promoveu uma discussão mundial, chamada de *Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação* (NOMIC), no âmbito da Unesco, conforme discutido no capítulo anterior. Hoje, isso segue por meio de ONGs, sindicatos das categorias de comunicação e outras organizações da sociedade civil organizada, bem como nas universidades, discutindo e se mobilizando para reverter a concentração de mídia ou ao menos apontá-la e discuti-la.

A concentração da mídia, primeiro pelas agências de notícias, depois, também por grandes grupos de comunicação, como ainda ocorre hoje, torna ainda mais evidente o tratamento de mercadoria que a notícia recebe. Além do trabalho daquelas que distribuem informação em escala internacional ao mundo, como a *Reuters*, estão as de nível nacional e regional, subprodutos da grande mídia convencional, como as agências de grandes jornais: a *Folha de São Paulo*, o *Estado de São Paulo* e do grupo *Rede Brasil Sul de Comunicações* (RBS), para citar alguns exemplos nacionais. Para além das agências de notícias, a propriedade e concentração dos veículos (impressos, rádios, TVs e portais) está, em sua maioria, nos grupos de comunicação, que se localizam nos grandes centros urbanos, que representam outros setores empresariais, o que também influencia nos interesses dessas empresas, como mostra a *figura 2*.

**Figura 2 - Concentração de Mídia no Brasil**



Elaboração: OLIVEIRA, 2015.  
 Fonte: Donos da Mídia, 2015.

Vale lembrar que a própria mídia se desenvolveu dentro de moldes capitalistas históricos e culturais e, portanto, vende informação processada em notícia, o que implica no conteúdo veiculado pelos meios de comunicação. Seus vínculos tanto com o poder econômico, quanto com o poder político, tornam-se cada vez mais estreitos. A globalização acaba sendo um agravante nesse sentido, já que diz respeito à economia e também à sociedade. Para Benko e Pecqueur, se trata da

[...] convergência dos modos de vida, no plano cultural isso se traduz pela difusão de uma cultura universal planetária (através de marcas emblemáticas Coca-Cola, Disney, Jogos Olímpicos) em paralelo a processos de “hibridização”, de mestiçagem [...] dos modos de expressão cultural de dimensão universal que possam nas culturas locais serem apropriados por elas. (BENKO; PECQUEUR, 2001, p.4).

Em um processo produtivo jornalístico, onde o que predomina é a manutenção da realidade social, ou seja, um jornalismo que não busca investigar questões que alterem o *status quo*, por motivos econômicos e políticos, a notícia perde sua função social de bem

informar a sociedade e promover um debate público de qualidade (MARCONDES FILHO, 1989). Quando pensada em um processo de globalização, essa perspectiva se intensifica. Entre os indicadores apontados por Berger (2002) para compreender o jornalismo está o vínculo com o mercado. Ela afirma que ao longo do desenvolvimento do jornalismo nos últimos quatro séculos, a tendência predominante, é a função mercadológica da notícia e, conseqüentemente, o estreitamento dos vínculos com o poder econômico e político.

Ao observar esse processo especificamente no Brasil, é preciso considerar alguns elementos. O desenvolvimento das indústrias culturais (IC) no país - segmento responsável pelos bens de consumo culturais, entre eles o jornalismo – é fruto do capitalismo e da industrialização, como já discutido. Ocorre que, enquanto as demais sociedades já vivenciavam essa situação, a realidade brasileira ainda era outra (ORTIZ, 2006). Em outras palavras, Ortiz (2006) reflete que, apesar de haver um modernismo brasileiro, ainda não havia modernização. O capitalismo foi introduzido sem que se constituísse uma ordem competitiva, com a industrialização, a urbanização e o consumo, tipicamente capitalistas.

Uma ruptura nesse sentido ocorre por volta dos anos 1940, período em que o Brasil se configura em uma sociedade urbano-industrial. Ortiz (2006) exemplifica o início da indústria cultural<sup>20</sup> no Brasil por meio da experiência das rádios, que passam a ser comerciais. É apenas nos anos 1970, com o Estado Militar, que as indústrias culturais se consolidam no país. Por meio de um capitalismo tardio, há um crescimento do parque industrial e do mercado de bens de consumo material, o que atinge a IC e o mercado de bens culturais. Com o aumento da demanda de produtos culturais e, portanto, de jornalismo em suas diferentes plataformas, a imprensa passa a ser financiada pelo próprio mercado. Segundo Ortiz (2006), em decorrência disso há um processo de despolitização que leva o jornalismo, antes político, a ser empresarial, que passa a ser feito para resultados comerciais.

O afastamento que ocorre entre o jornalismo e o debate público é causado, como se pode constatar, por uma pressão do mercado, algumas vezes inclusive global, responsável por transformar o interesse público em interesse comercial, aproximando o discurso jornalístico de um discurso publicitário (OLIVEIRA, 2009). O que se observa hoje, de acordo com Meyer (2007) é uma crise nos veículos de comunicação, o que também gera uma crise para a sociedade. Segundo o autor, para a democracia funcionar é preciso que os cidadãos tenham

---

<sup>20</sup> O termo indústria cultural surge na Teoria Crítica, com Adorno e Horkheimer, e diz da reprodução em larga escala, ou seja, industrial, dos bens culturais. Na Teoria Crítica, a indústria cultural trata a arte como mercadoria, sujeita as leis de oferta e demanda do mercado, e dá conta do processo de produção, circulação e consumo. Hoje já se adota o termo de indústrias culturais, no plural, que se refere ao setor correspondente a cada uma das mídias e, nelas, diversas organizações (BOLAÑO, 2016).

informação. E sugere que, para sair dessa crise do jornalismo, é necessário que ele se reinvente, ou seja, é preciso um novo tipo de jornalismo, com uma base financeira que o sustente diferente dessa utilizada pela mídia comercial. “Para o bem de nossa saúde social e política, devemos entender o suficiente sobre o jornalismo como negócio para tentar preservá-lo em novas plataformas” (MEYER, 2007, p.16).

A crise do jornalismo, de acordo com apontamentos de Gadini (2014, p. 75), diz respeito ao modelo de gestão midiática, nem tanto no que toca as questões financeiras, quanto “pela dificuldade em romper com alguns vícios de práticas editoriais centradas na emissão informativa”. Acrescenta, ainda, a esse quadro, a concentração de veículos em grandes grupos, em uma conjuntura em que o Estado não trabalha em prol de legislar e fiscalizar a comunicação enquanto serviço público, corroborando para a manutenção e “questionado sob os mais diversos aspectos” (GADINI, 2014, p.77). Dessa forma, o papel regulador do Estado acaba por legitimar o jornalismo hegemônico.

No entanto, em diferentes momentos da história recente, no final do século XX e início deste século XXI, observam-se iniciativas que buscam romper com esse tipo de fazer jornalismo. Esse modelo de jornalismo comercial deixa de responder às necessidades de determinados grupos na sociedade. Essas iniciativas mantêm algumas semelhanças com o jornalismo tradicional, mas traz, também, suas diferenças, inclusive entre si. Para Gadini (2014), um jornalismo que tenha sua produção condicionada pela perspectiva do interesse coletivo, gera melhores condições para o exercício da cidadania.

É nesse contexto de projetos de jornalismo que vão na contramão do jornalismo comercial que surge, em 2011, a *Agência Pública*, com a proposta de um trabalho sem fins lucrativos, com a apuração de pautas relacionadas ao interesse público e aos direitos humanos, que terminam em grandes reportagens que podem ser republicadas por qualquer veículo de comunicação. Nesse sentido, existe um esforço da academia para conceituar essas iniciativas. A *Pública*, por sua vez, não se enquadra em nenhuma dessas iniciativas (XAVIER, 2015), ainda que apresente muitas semelhanças com a maioria delas, como será apresentado no próximo item desta dissertação, por meio da discussão de algumas categorias de jornalismo, como por exemplo, o alternativo e o comunitário.

### 3.3 Práticas à margem do jornalismo hegemônico

A prática da atividade jornalística esteve, ao longo da história, relacionada ao desenvolvimento das tecnologias, a começar pela invenção da prensa de tipos móveis, de Gutemberg, em 1450, ao telégrafo, em 1791, e até mesmo às técnicas fotográficas, sendo o primeiro registro em 1826. Além de tantos outros momentos que marcam descobertas tecnológicas, o jornalismo também foi se moldando de acordo com acontecimentos históricos. Durante a segunda metade do século XX, e no início do século XXI, surgem iniciativas alternativas ao modelo de jornalismo hegemônico. Nesse jornalismo comercial também se pode observar o vínculo dos jornais a uma elite econômica e política. Parte dos consumidores de informação já não se identifica mais com essa proposta, bem como muitos profissionais da área. Ao longo da história do jornalismo surgem iniciativas que alteram o modelo vigente ou, ao menos, que se colocam em paralelo a ele, e lhe fazem oposição. Exemplo disso são os jornais vinculados às causas políticas, ainda no século XIX, com orientação socialista, comunista ou anarquista.

No Brasil, a primeira fase da imprensa operária, denominada por Ferreira (1988), como anarcossindicalista, coincide com o início da urbanização do país, durante o século XIX, e acompanha a virada do século e suas transformações, até meados da década de 1920. A implementação de lavouras cafeeiras, com advento do trabalho livre e a chegada dos operários imigrantes, impactou de tal forma a vida econômica do Brasil, que deu origem ao processo de urbanização e industrialização. Assim, esses elementos, aliados à acumulação de capital com as plantações de café, propiciaram, de acordo com Ferreira, o surgimento do operariado como classe no país.

A ideologia anarcossindicalista transparecia tanto na organização proletária como no conteúdo e na forma de produção da imprensa operária. Esse modelo de jornalismo, para Ferreira (1988), deu início ao processo de politização do operariado brasileiro, que teve como base tanto o operário imigrante e pelos intelectuais da época, que difundiram no meio as doutrinas socialistas. A fundação dessa imprensa teve início em Recife e logo se espalhou pelo país. “As condições em que apareceu e se desenvolveu a imprensa operária estão contidas nela mesma, ao lado das condições em que se desenrolava esse período da história do trabalhador brasileiro. Por isso mesmo, seu valor é inegável sob o ponto de vista histórico [...]” (FERREIRA, 1988, p.13).

Essa imprensa, do final do século XIX e início do século XX enfrentou duas grandes dificuldades: a financeira e a perseguição do Estado, que considerava as reivindicações

operárias como casos de polícia. Ferreira (1988) estabelece algumas diferenças entre esse modelo e a imprensa comercial ou, como a autora denomina, a imprensa burguesa. Nos jornais operários eram raros os anúncios publicitários e as notícias curtas davam lugar a longas reflexões e maior aprofundamento das discussões. Nas primeiras páginas, era comum haver manifestos e convocações para assembleias operárias. Gianotti (1998) enfatiza que se trata de um jornalismo direcionado a uma classe social, que possui suas particularidades culturais e sua linguagem própria.

O veículo de comunicação da classe trabalhadora [...] não tem proprietário, e sua mensagem não é uma mercadoria a ser consumida; seu conteúdo é resultado do conjunto de informações, preocupações, propostas etc. produzido pela coletividade e para ela mesma. O jornal é um instrumento de informação, conscientização e mobilização; o receptor não é um elemento passivo, mas alguém que tem interesses comuns e participa da mesma forma de organização. A comunicação torna-se um instrumento e intercâmbio, não de dominação. É horizontal e interativa. (FERREIRA, 1988, p.16).

A imprensa operária entra em uma segunda fase a partir da década de 1920 com a criação do Partido Comunista Brasileiro (PCB) e, de acordo com Ferreira (1988), se mantém até o golpe de 64. A autora chama essa fase de sindical-partidária. A criação do partido marca a mudança na trajetória da organização operária brasileira que, até então, estava sob ideologia anarquista. Outro importante momento histórico dentro do período, que influencia o trabalho dessa imprensa, é o getulismo e seu populismo, que colocou os sindicatos operários sob o controle do Estado. Historicamente nesse período, o Brasil, com o fim da I Guerra Mundial, passa por um retrocesso na indústria. A insatisfação da população levou a insurreições armadas e classe trabalhadora estava constantemente em greve. A instabilidade política e econômica atingiu justamente o operariado.

A partir da criação do PCB os jornais operários passam a estar ligados a partidos (FERREIRA, 1988), constituindo uma imprensa política e partidária, ao contrário do que ocorreu na primeira fase. O movimento anarquista e a imprensa da fase anterior vão perdendo a força, e o movimento operário, bem como sua imprensa, passa a ser orientada pela ideologia do PCB. Os jornais dessa época constituem os mais importantes exemplares da imprensa classista (FERREIRA, 1988).

Em paralelo, a imprensa hegemônica, até a década de 1950, dependia de favores do Estado (ABREU, 2002). Já a partir do segundo governo Vargas (1950-1954), houve uma aceleração no processo de industrialização do país que, no governo de Juscelino Kubitschek (1956-1960) teve seu apogeu. Abreu (2002) explica que a diversidade da atividade produtiva

gerou um maior investimento em propaganda e, a essa época, surgiram as primeiras grandes agências de publicidade e, com isso, uma injeção de recursos nos veículos de comunicação e o aumento na tiragem desses veículos hegemônicos. São dessa época, por exemplo, jornais como a Última Hora e o Jornal do Brasil.

Em 1964 o regime militar foi instaurado no Brasil, tendo sido, de acordo com Abreu (2002), a imprensa de maior prestígio e circulação um suporte estratégico do movimento que derrubou o regime constitucional. O regime militar brasileiro representa, para o jornalismo, a restrição da liberdade de expressão e a censura dos veículos de comunicação, além da perseguição de muitos jornalistas. É dessa época, também, a formação dos grandes grupos de comunicação que, de acordo com Abreu (2002), foram estimulados pelos militares.

O afastamento que ocorre entre o jornalismo e o debate público é causado, como se pode constatar, por uma pressão do mercado, algumas vezes inclusive global, responsável por transformar o interesse público em interesse comercial, aproximando o discurso jornalístico de um discurso publicitário (OLIVEIRA, 2009). Na contramão desse processo, surge o que os pesquisadores identificam de jornalismo alternativo<sup>21</sup>.

Para Kucinski (1991), foi durante o regime militar em que a floraram as publicações alternativas. O autor evidencia que ao contrário da grande imprensa, que era complacente ao regime, a mídia alternativa cobrava com veemência a volta da democracia e o respeito aos direitos humanos. Sendo o veículo alternativo mais conhecido da época o jornal *O Pasquim*, produzido entre 1969 e 1991, entre tantos outros expoentes. As publicações variavam entre nacionais e regionais, e também quanto a suas posturas políticas (ROMANCINI; LAGO, 2007).

A sobrevivência financeira dessas publicações alternativas dependia da tiragem vendida nas bancas, já que no contexto da ditadura militar brasileira, eram poucos os que ousavam assinar esse tipo de jornal, assim como a publicidade era irrisória. Romancini e Lago (2007) mencionam que algumas dessas publicações chegaram a promover espetáculos de apoio, a fim de arrecadar renda.

A prática do jornalismo alternativo nasce de uma necessidade de alguns profissionais da área de se contraporem ao poder hegemônico dos grandes grupos de comunicação. Essa mídia comercial constrói realidades que favorecem interesses particulares, e não aos

---

<sup>21</sup> É preciso lembrar que, paralelo a esse processo de expansão de diferentes práticas de jornalismo que se opunham ao modelo hegemônico, ele, o jornalismo tradicional, continuava se desenvolvendo junto a Indústria Cultural no Brasil.

interesses públicos dos cidadãos, e o jornalismo deixa de lado seu papel fiscalizador. Sendo, portanto, o jornalismo alternativo, um movimento contrário a esse modelo de mercantilização global.

Oliveira (2009) conceitua o jornalismo alternativo como uma prática que visa reconstruir a esfera pública, por meio de valores de igualdade de oportunidades, equidade e democracia. Nessa práxis, os interesses coletivos devem se sobressair aos interesses econômico-privados. O pesquisador complementa: trata-se de uma atitude “que passa pela abertura dos espaços midiáticos a todos segmentos sociais, rompendo com o cerco da agenda de fontes oficiais” (OLIVEIRA, 2009, p.6).

Cabe aos projetos de jornalismo alternativo atender às demandas informacionais da sociedade. Entre os elementos apontados por Oliveira (2009) para pensar o jornalismo alternativo, destaca-se aqui a transformação das relações sociais, dos papéis e responsabilidades da mídia, bem como a transformação nos processos de comunicação, fatores a serem analisados por essa pesquisa. Sobre o papel desse tipo de jornalismo, Oliveira (2009, p.10) é contundente:

O papel do jornalismo alternativo é recusar-se ao consenso estabelecido pelas estruturas hegemônicas, partindo do dissenso radical – radical, no sentido de pegar pela raiz, fundamentos e origens – construindo uma esfera pública alternativa à estabelecida. A importância do processo de produção tanto quanto ao produto final reside no fato da experiência de jornalismo alternativo não ser apenas uma transmissão de conteúdos alternativos mas também a apresentação de novas possibilidades de ambiências.

Além de *O Pasquim*, que em 1970 chegou a ser invadido pela polícia, ocasião em que todos os jornalistas presentes foram presos e ficaram nessa condição por 61 dias, Kucinski (1991), ressalta outros dois jornais: o *Opinião* e o *Movimento*. Para o pesquisador, a mídia alternativa teve sua efervescência no período da ditadura, como o *Coojournal*, no Rio Grande do Sul. Teve também nesse momento o seu fim. Entre os principais fatores, estaria a debilidade financeira dos veículos, assim como as perseguições aos jornalistas. Outro ponto destacado pelo autor é o fato de os veículos convencionais abrirem espaço para os jornalistas, até então, alternativos, bem como para suas ideias. A partir daí, a mídia alternativa teria perdido sua razão de ser (ROMANCINI, LAGO, 2007).

Contudo, não é isso que se observa. Atualmente, a *web* facilita esse processo e abre espaço para iniciativas que noticiam o acontecimento que, em geral, não é noticiado na mídia comercial, ou grande mídia, como também é chamada. Esse tipo de iniciativa destaca o que Benko e Pecqueur (2001) chamam de concorrência pela diferenciação da oferta. Observam-se,

hoje, iniciativas como a Mídia Ninja, a Revista Fórum, o jornal Brasil de Fato<sup>22</sup>, entre outros tantos.

De acordo com o conceito exposto sobre jornalismo alternativo e complementado por Peruzzo (2009), esse modelo tem como objetivo fomentar e produzir conteúdo investigativo em prol do interesse público. Preocupa-se, portanto, em produzir um conteúdo que privilegie perspectivas e temas ausentes nos principais veículos de comunicação. Até aqui, enquadra-se o que se observou de forma exploratória do trabalho da agência *Pública*<sup>23</sup>.

Contudo, outra característica apontada pela autora como crucial a esse modelo de jornalismo é a oposição, e confronto, com a mídia tradicional. Xavier (2015), em pesquisa sobre modelo de negócios praticado pela agência, ressalta a incompatibilidade da *Pública* com esse tipo de jornalismo, principalmente em razão desta última característica. O objetivo da instituição não é a competitividade, mas a complementariedade com os veículos tradicionais. Destaca que os projetos realizados pela agência buscam agendar a mídia, ou, em outras palavras, que o conteúdo produzido por ela impulse a cobertura de determinados assuntos - muito relacionados aos direitos humanos – pela dita mídia tradicional.

Enquanto as publicações de jornalismo alternativo se multiplicavam pelo país, a mídia tradicional, com a relativa abertura política, em 1974, com o início do governo presidencial de Ernesto Geisel, retomou seu direito de manifestação, sendo liberada da censura, ainda que não tenha sido um processo simples (ABREU, 2002). É dessa época, por exemplo, a perseguição e morte do jornalista Wladimir Herzog, diretor de telejornalismo da TV Cultura, em São Paulo, acusado de envolvimento com o PCB. A morte de Herzog causou protestos e se transformou em manifestação contra a tortura. A censura foi, então, amenizada e os jornais, revistas, rádios e emissoras de TV passaram a agir em defesa pela volta da democracia, da anistia e da liberdade de expressão (ABREU, 2002). Contudo, a imprensa só recuperou sua plena liberdade de expressão em 1988, com a promulgação da nova Constituição brasileira.

Com a democracia reestabelecida no país, mas com uma crise econômica que assolava não só o Brasil, mas o mundo, muitos jornais da imprensa diária fecharam as portas, o que resultou na demissão massiva de jornalistas. Acrescenta-se, ainda, o fato de a redemocratização ter tornado visível o estado de abandono em que se encontravam as classes mais pobres e os chamados grupos minoritários. Nesse contexto, em que pese ainda o

---

<sup>22</sup> Exemplos de iniciativas alternativas que acreditam que a informação de qualidade tem origem na multiplicidade de vozes e acreditam na força dos movimentos sociais.

<sup>23</sup> Foi realizado um estudo exploratório e coleta de parte dos dados da pesquisa. Isso será melhor explicado na Metodologia desta dissertação.

fortalecimento da globalização, surge o jornalismo comunitário<sup>24</sup>, uma prática feita para e pela comunidade (MARQUES DE MELO, 2006).

Relacionado às classes populares e aos movimentos sociais, o jornalismo comunitário abre espaço para a discussão de assuntos que sejam de interesse público, mais especificamente de interesse da comunidade em que o veículo está inserido, bem como para as pautas não abordadas pela grande mídia, com relação àquela comunidade, ou então, que não são aprofundadas por ela (PERUZZO, 1999). Esse tipo de jornalismo prioriza a contextualização dos fatos, levando ao cidadão o porquê de aquela discussão ser importante naquela comunidade.

Sequeira e Bicudo (2007) apontam as cinco principais características do jornalismo comunitário: a) a valorização da realidade local, b) a participação da comunidade no processo de produção, c) ideias de mobilização e transformação, d) resgate de um viés pedagógico e educativo e e) a articulação com a produção independente. É imprescindível, portanto, que o leitor, ouvinte, ou telespectador, se reconheça na notícia. O texto deve apresentar o assunto com seus desdobramentos, consequências e repercussões no local (PAIVA, 2003). É preciso ter claro que o público não é visto apenas como um receptor, mas sim protagonista, pensante e atuante no processo.

[...] a comunicação comunitária se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania. (PERUZZO, 2006, p.9).

Esse jornalismo estimula a reflexão crítica e possibilita, assim, a participação do cidadão nos debates da arena pública (SIQUEIRA; BICUDO, 2007). Como se vê, por meio da garantia da pluralidade e de um espaço de discussão para os assuntos pouco tratados pela mídia hegemônica, o jornalismo comunitário democratiza a informação e incentiva ações cidadãs. Dornelles (2008) aponta que um dos objetivos do jornalismo comunitário é a promoção do desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania. Observa-se que muitas das características desse jornalismo são encontradas no jornalismo praticado pela *Agência Pública*, como por exemplo o espaço dado a pautas pouco usais nos veículos comerciais, a articulação independente e até mesmo a participação do público na produção.

---

<sup>24</sup> Autores como Cecília Peruzzo adotam como sinônimo de jornalismo comunitário o termo jornalismo popular alternativo.

No entanto, não se identifica na *Pública* a principal característica desse jornalismo, o vínculo com o local. Ainda que, como muito bem ressalta Dornelles (2008), o jornalismo comunitário possa ser confundido com outras práticas de jornalismo comercial, como o local ou o de bairros, justamente por essa característica de abordar assuntos relacionados à comunidade, encontrada também nos moldes citados. Contudo, Peruzzo (2002) afirma que falar das coisas do lugar não é critério único para que o jornalismo seja considerado comunitário. De acordo com a autora, o que mais importa, são as identidades, o vínculo e a inserção como parte de um processo comunitário mais amplo.

Há uma categoria de jornalismo, surgida no fim da década de 1980, nos Estados Unidos, chamada de *civic journalism*. Davis Buzz Merritt, jornalista norte-americano que cunhou o termo, estava desiludido com o mercado jornalístico (FERNANDES, 2015). A cobertura das eleições presidenciais no país, naquele ano, em que disputaram a presidência George Bush e Michael Dukakis, foi superficial, no entendimento de Merritt. Nasce aí, a proposta de Merritt de *civic journalism*. Fernandes (2015), um dos poucos pesquisadores sobre essa categoria de jornalismo no Brasil, explica que Merritt, passou a sustentar que as coberturas políticas necessitavam proporcionar uma discussão mais séria sobre os temas envolvendo a coletividade e que havia interesse dos leitores para que assim fosse.

Ocorre que o *civic journalism*, chamado por pesquisadores brasileiros como jornalismo cívico, tem sua literatura em inglês, especialmente desenvolvida nos Estados Unidos. No modelo norte-americano se trata de uma mudança de atitude por parte dos veículos de massa, principalmente os jornais impressos. Os jornais que passaram a trabalhar na perspectiva do *civic journalism* acreditam que a mídia de massa deve contribuir para a construção da esfera pública, de forma que o cidadão seja parte do processo comunicacional. A principal característica desse jornalismo é o espaço que dá ao cidadão e o maior engajamento da mídia com a sociedade. Os temas discutidos são de interesse público, por meio de pautas que surgem do ponto de vista desses cidadãos. Assim, nesse jornalismo, são difundidas experiências e interpretações, de forma que elas possibilitem a um grupo social a compreender determinadas situações, no intuito de que essas pessoas se envolvam na solução de problemas comunitários (FERNANDES, 2008).

Ao ser trazido para o Brasil, o conceito recebe algumas traduções, entre elas, a de jornalismo comunitário, como mostra Fernandes (2015). As características apresentadas pelo autor na categoria de jornalismo cívico equivalem às da categoria de jornalismo comunitário, no Brasil. Entre elas, textos aprofundados sobre temas indicados pelo cidadão e que sejam de interesse de determinado local, focado em temas pouco explorados, em grupos de baixa

representação. “[...] o *civic journalism* se ocupa disso também – de difundir experiências e interpretações, de tal modo que seja possível a um grupo social compreender determinadas situações, em favor de si mesmo” (FERNANDES, 2008, p.4).

Buscou-se apresentar categorias do jornalismo que se aproximam com o jornalismo praticado pela *Agência Pública*, com os quais a prática da agência possui semelhanças, ainda que não seja correspondente na totalidade a nenhum deles. Vale destacar que a agência se apresenta como *independente*, já que não possui fins-lucrativos. Compreende-se que esse fato possibilita um trabalho diferenciado por parte da equipe, mas, ainda sim, a definição de *independente* dá conta de um modelo de negócio, e não de uma prática, como as categorias já apresentadas. Assim, entende-se, portanto, que a *Pública* pratica um tipo de jornalismo ainda não categorizado.

No que diz respeito à constituição de organizações jornalísticas sem fins lucrativos, é importante dizer que essa se trata de uma experiência surgida nos Estados Unidos e em expansão na América Latina (XAVIER; PAULINO, 2014). E, assim como as práticas já apresentadas, surgem de um descontentamento com o que ocorre nos veículos tradicionais. Na América Latina, em 2013, formou-se a Aliados, uma rede de meios digitais de jornalismo independente, constituída pela *Pública* e outras nove organizações.

Um estudo realizado pela *Knight Foundation* em 2013, sobre as organizações sem fins lucrativos, detectou que sua principal receita é proveniente de doações, em valores bastante significativos, por fundações filantrópicas, tendo dificuldades em se manterem sem essas doações, havendo uma dependência dessas verbas (XAVIER; PAULINO, 2014). Esse estudo também verificou de que forma a receita dessas organizações é gasta e constatou que cerca de 65% da receita é destinada à produção de conteúdo, já que o objetivo principal dessas organizações é produzir reportagens investigativas que possuem um custo muito mais alto que a produção de *hard news*<sup>25</sup>.

A emergência de novas práticas jornalísticas, portanto, não é recente. Ela acompanha as mudanças na sociedade e é marcada tanto por episódios da história, como se viu, e também pela tecnologia, além do descontentamento com a mídia tradicional. Essas diferentes práticas se inspiram em referências já consolidadas, como ocorre com a *Agência Pública*, ainda que mantenham diferenças entre si. Natália Viana (2014a), uma das diretoras da *Pública*, diz que “cada iniciativa é fruto da história, a Pública apareceu agora porque nos são dadas as ferramentas que utilizamos.

---

<sup>25</sup> Notícias do dia-a-dia, em geral relacionadas à acontecimentos na política e na economia, sem aprofundamento e reflexões.

Portanto, experiências como a da *Pública* são resultados desse processo e dessas experiências. O jornalismo praticado pela *Pública*, portanto, consiste em uma nova categoria, ainda não conceituada, que encontra semelhanças com várias outras, como as discutidas aqui. É fato que essa forma de fazer jornalismo é uma construção, a partir de outras experiências. Observa-se que esse movimento de mudança cria condições para que se redefina o que de fato a sociedade, como consumidora de informação jornalística, compreende sobre a práxis desta atividade social.

#### 4 ESTRATÉGIA PRODUTIVA DA AGÊNCIA PÚBLICA

A análise, que toma o circuito da cultura como percurso metodológico, concentra-se no trabalho da agência *Pública*, e dedica-se em três desses momentos do circuito: *condições de produção*, *produção* e *texto*. Cabe ressaltar que, apesar de se selecionar estes três momentos, a pesquisa envolve a observação de todo o circuito como processo, uma vez que o mesmo é tomado como opção metodológica, e é cercado por meio de dados bibliográficos, outros dados secundários, e dados primários. O objetivo da pesquisa, cabe lembrar, é verificar a estratégia produtiva da *Pública*, por meio da análise do circuito da cultura proposto por Johnson (2010) e, a partir disso, identificar a relação da produção jornalística com a proposta de desenvolvimento como liberdade de Sen (2010), com vistas a estabelecer uma relação entre a comunicação e o desenvolvimento.

A pesquisa tem como recorte a reportagem *Sob a Fumaça, a dependência*, que apresenta como foco um dado território, qual seja, o território do tabaco, a ser caracterizado na sequência. Destaca-se, no entanto, que a reportagem dá visibilidade a esse território para todo o país e exterior, pois a *Pública* é uma agência que atua em escala nacional, mas a plataforma que usa para publicar o seu conteúdo é de acesso global.

Este capítulo traz o *corpus* da pesquisa, seção onde se apresenta a delimitação adotada, bem como informações sobre a coleta de dados e uma sistematização da análise. A análise percorre o circuito de Johnson (2010), iniciando em *relações sociais/culturas vividas*, onde, inicialmente, se caracteriza o território do tabaco e sua territorialidade, a fim de contextualizar o local de produção da pauta. Em *condições de produção*, são feitas reflexões acerca das condicionalidades em que são produzidas as reportagens investigativas na *Pública*.

Na sequência, os momentos *produção*, *texto* e *leituras*, ainda que a ênfase seja para a *produção* e o *texto*. Respectivamente, tratam do processo das reportagens, desde a pauta, passando pela apuração, a redação, estrutura textual, até a republicação da reportagem. Em todos os momentos, se busca identificar se há a possibilidade de garantia das liberdades instrumentais propostas por Sen (2010).

O circuito da cultura vem para examinar o processo comunicacional na relação da comunicação e desenvolvimento a qual propõe a pesquisa. Lembrando que a relação é estudada tomando a proposta de Sen. A formulação do autor propõe que o desenvolvimento seja pensado a partir da garantia de liberdades instrumentais, superando a concepção que trata desenvolvimento e crescimento econômico como sinônimos. Essa perspectiva permite fazer a relação entre a comunicação e o desenvolvimento, por meio das liberdades.

#### 4.1 *Corpus da pesquisa*

A pauta *Sob a fumaça, a dependência*, recorte da pesquisa, foi proposta no projeto da agência chamado *Reportagem Pública 2015*<sup>26</sup>, que consistiu, inicialmente, num financiamento coletivo, por meio da plataforma de *crowdfunding Catarse*. Nele, as pessoas fizeram doações em dinheiro e, assim, financiaram 14 reportagens investigativas. Mensalmente, em 2015, era feita uma votação entre três pautas, em que os financiadores do projeto *Reportagem Pública* escolhiam, entre três opções, qual a que gostariam que fosse investigada e publicada pela agência. A pauta do tabaco<sup>27</sup> não venceu a votação da qual participou, mas posteriormente recebeu o financiamento da ONG *ACT*, o que a viabilizou. Com o financiamento, a pauta foi desenvolvida em Santa Cruz do Sul, Venâncio Aires e Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, durante o ano de 2015.

Parte da pauta havia sido apurada nos municípios de Rio Azul, Palmeira e São João do Triunfo, no Paraná, há cerca de quatro anos, muito antes de os jornalistas a proporem para a *Pública*, no *Reportagem Pública 2015*. Isso se deu devido a característica independente do trabalho dos repórteres Moriti Silva Neto e João Peres que, anteriormente, tiveram orçamento para apurar apenas parte da reportagem, retomando a pauta, e as investigações, por meio do financiamento recebido da *Agência Pública*.

Foram fatores decisivos na escolha pela delimitação da reportagem a vivência da pesquisadora com o local de realização da reportagem – o Vale do Rio Pardo - bem como por tratar-se de um tema de interesse para a discussão na academia e, principalmente, dentro de um Programa de Pós-Graduação inserido na região caracterizada pela produção de tabaco e no município em que se concentram as empresas beneficiadoras.

Na microrregião de Santa Cruz do Sul<sup>28</sup>, mais especificamente nos municípios de Santa Cruz do Sul, Vera Cruz e Venâncio Aires, é beneficiado, em empresas agroindustriais, 80% da produção de tabaco produzida no Sul do Brasil (DORNELLES; SILVEIRA, 2013). É também nessa região, como mostram os mesmos autores, onde estão instaladas as principais

---

<sup>26</sup> Foram arrecadados R\$ 70.200,00, de 945 doadores.

<sup>27</sup> No *Reportagem Pública 2015* as pautas eram sugeridas tanto pela redação da agência quanto por jornalistas parceiros da *Pública*, como foi o caso da reportagem sobre o tabaco.

<sup>28</sup> A microrregião de Santa Cruz do Sul corresponde a uma regionalização do IBGE e inclui os municípios de Arroio do Tigre, Candelária, Estrela Velha, Gramado Xavier, Herveiras, Ibarama, Lagoa Bonita do Sul, Mato Leitão, Passa Sete, Santa Cruz do Sul, Segredo, Sinimbu, Sobradinho, Vale do Sol, Venâncio Aires, Vera Cruz.

organizações políticas e sindicais, como o Sindicato das Indústrias do Tabaco (Sinditabaco) e a Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra), ambos em Santa Cruz do Sul – RS.

Os números expressivos no território do tabaco aliados às contradições que o processo envolve e, também, a importância da região do Vale do Rio Pardo no território justificam a escolha do local de apuração da pauta. O fato da pesquisadora estar inserida nessa região, em um Programa que discute o desenvolvimento regional, contribui ainda mais no recorte analítico dessa pesquisa na reportagem escolhida.

#### **4.1.1 Coleta e análise de dados**

A coleta de dados se deu, principalmente, em 2015. De forma exploratória, fez-se contato com a *Agência Pública* com vistas a uma aproximação da pesquisadora com o objeto de estudo. O primeiro contato ocorreu por e-mail, no dia 29 de junho daquele ano, com a coordenadora de comunicação da agência, Marina Dias. Enviou-se para a coordenadora de comunicação algumas questões exploratórias sobre o funcionamento da agência, a fim de confirmar algumas informações contidas no site da *Pública* (APÊNDICE A). Na ocasião a coordenadora de comunicação fez um convite para que a pesquisadora participasse de um *Ocupe a pública: workshops* realizados na sede da agência, em São Paulo, com grupos de pessoas que financiaram o *Reportagem Pública 2015*. De acordo com a coordenadora de comunicação, nesses encontros, dois repórteres da agência eram escalados para conversar com os doadores sobre algumas reportagens, sua produção e o funcionamento da *Pública*. No entanto, as datas dos encontros eram logo nas semanas que seguiram e não foi possível que a pesquisadora viajasse para São Paulo e em 2016 não houve essa oportunidade.

Dada à impossibilidade da participação nos *workshops*, Marina Dias ofereceu outra possibilidade de aproximação com o trabalho desenvolvido pela *Pública*, por meio de um grupo na rede social *Facebook* chamado *Reportagem Pública 2015* (Figura 3). Com 667 membros, é possível que seja o principal canal de comunicação entre a agência e os doadores do *crowdfunding*.

**Figura 3 - Grupo Reportagem Pública 2015 no Facebook**



Fonte: Reprodução. <https://www.facebook.com/groups/reportagempublica2015>.

Ao acompanhar as publicações nesse grupo, inclusive para compreender melhor como a *Pública* funciona, soube-se sobre o financiamento da pauta *Fumo, Fogo e Fumaça*<sup>29</sup> (Figura 4 e 5). Logo surgiu o interesse de que essa reportagem pudesse servir de recorte para a pesquisa, servindo como um meio pelo qual se irá analisar o processo produtivo da agência na perspectiva do circuito da cultura.

---

<sup>29</sup> *Fumo, fogo e fumaça* foi como a pauta era chamada até a publicação da reportagem, que recebeu o título de *Sob a fumaça, a dependência*.

**Figura 4 - Apresentação da pauta aos doadores do Reportagem Pública 2015**



Fonte: Reprodução. <https://www.facebook.com/groups/reportagempublica2015>.

Apesar das mínimas informações que se teve sobre a pauta naquele momento, imaginou-se que a apuração seria feita na região Sul do país, onde se localiza o território do tabaco e que, muito provavelmente, na região do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul. A suspeita foi confirmada, em partes, pela coordenadora de comunicação da *Pública*, Marina Dias, que afirmou que o campo seria feito no Rio Grande do Sul. Houve, então, uma tentativa por parte da pesquisadora de acompanhar as investigações e entrevistas quando os repórteres estivessem na região. No entanto, a solicitação foi negada, sem justificativas. Escreveu Marina Dias (2015), por e-mail: “Infelizmente não é possível acompanhar os repórteres enquanto eles estão fazendo matéria”.

**Figura 5 - Anúncio do financiamento da pauta Fumo, Fogo e Fumaça**



Fonte: Reprodução. <https://www.facebook.com/groups/reportagempublica2015>.

Apesar da negativa por parte da agência sobre a possibilidade de acompanhar a apuração, fez-se contato com um dos repórteres responsáveis pela pauta, o jornalista João Peres, logo nos dias que seguiram. Peres confirmou que o campo da reportagem seria feito em Santa Cruz do Sul e Venâncio Aires, mas que, no entanto, o outro repórter que viria até o Rio Grande do Sul, em setembro, o jornalista Moriti Silva Neto, com quem se passou a trocar mensagens. O primeiro contato, já no intuito de agendar uma entrevista, se deu no dia 26 de agosto de 2015, por e-mail.

Nessas trocas de mensagens, Silva Neto mencionou alguns contatos com fontes na região do Vale do Rio Pardo e questionou a pesquisadora sobre a pertinência dessas fontes. Além de, nas mensagens que seguiram, pedir indicação de pessoas que pudessem contribuir com informações na apuração, bem como, que pudessem levá-lo até outras fontes. Situação semelhante se deu após a apuração, quando o jornalista precisou de indicação de um fotógrafo na região, que pudesse capturar as imagens para a reportagem. Esses fatos colocam a pesquisadora, de certo modo, como parte do processo de produção de reportagem, ainda que de forma indireta.

A primeira entrevista realizada com o jornalista foi na chegada em Santa Cruz do Sul, em 1º de setembro de 2015, no intuito de coletar dados com relação à pauta, ao planejamento da apuração e a relação das editoras da *Pública* nesse processo (APÊNDICE B). Pretendia-se acompanhar Silva Neto na apuração e entrevistas, tanto em Santa Cruz do Sul, quanto em Venâncio Aires. No entanto, houve, mais uma vez, uma negativa por parte da agência. Dessa maneira, as questões abordaram perguntas referentes à preparação da pauta e a pesquisa feita previamente, antes da chegada a cidade, entre outros detalhes. A entrevista ocorreu antes de o jornalista iniciar a apuração na região.

A antecipação de parte da pesquisa ocorreu devido à presença do jornalista no município para a apuração da pauta. Outra entrevista com Silva Neto ocorreu via *Skype*, no dia 30 de setembro, para obter informações sobre como foi o processo de apuração durante os dias em que ficou hospedado em Santa Cruz do Sul e também com relação à redação e edição da reportagem. As questões elaboradas para as duas entrevistas com o jornalista tinham como objetivo obter, por meio das repostas, informações que mais se aproximassem com aquilo que a pesquisadora poderia ter observado no acompanhamento da apuração de forma mais direta (APÊNDICE C). Para Gil (2008), a técnica de entrevista é fundamental na coleta de dados da pesquisa social, dada sua flexibilidade, sendo adequada para a obtenção de informações junto aos sujeitos, com o objetivo de obter dados acerca do que sabem, pretendem fazer, fazem ou fizeram. Portanto, trata-se de uma técnica de pesquisa imprescindível no estudo dados os objetivos de pesquisa. Cabe destacar que também teve entrevistas informais com o jornalista Silva Neto. Estabeleceu-se uma relação entre pesquisadora e entrevistado, de forma que houve muitas trocas de informação informal por e-mail, redes sociais e pelo aplicativo *Whatsapp*.

As entrevistas podem ser estruturadas ou não-estruturadas, diferenciadas pelo seu planejamento, ou seja, se ela vai ser aberta, com perguntas elaboradas de acordo com o andamento ou com questões previamente preparadas (CRUZ NETO, 1994). O autor apresenta ainda a possibilidade de articular os dois modelos, no que chama de entrevistas semiestruturadas, modelo adotado nessa pesquisa. Fora a definição desse formato, Rech (2000) salienta o fato de a técnica de entrevista na pesquisa social não necessitar de regras rígidas, mas sim de criatividade, recursos verbais e eficiência na comunicação interpessoal.

Para Duarte (2006), o objetivo das entrevistas está relacionado com a obtenção de elementos para compreensão de determinada situação. Esta técnica possibilita explorar e aprofundar o objeto de estudo, por meio da descrição de processos e fluxos, analisar e discutir circunstâncias. Na busca de uma resposta para a problemática dessa pesquisa, portanto, a

entrevista é de fundamental importância para a compreensão do circuito da cultura aplicado à estratégia produtiva da *Pública*.

Entrevistou-se, ainda, presencialmente, a repórter da *Pública* Jessica Mota, em 16 de junho, dessa vez em 2016, durante a presença da jornalista em um evento na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre. Jessica trabalha como repórter da *Pública* há cinco anos e, portanto, acompanha a agência desde seu início. A entrevista com a repórter, nos mesmos moldes da feita com Silva Neto, ocorreu no intuito de reforçar os dados já coletados. Nas primeiras entrevistas, a pauta sobre o tabaco conduziu as questões referentes à apuração e métodos de investigação. A outra se baseou em diferentes exemplos de reportagens produzidas pela *Pública*, da mesma forma que se faz a análise dos dados coletados para a pesquisa, ou seja, a fim de mostrar que a reportagem que serve de recorte ao para esse estudo não se trata de uma exceção no jornalismo praticado pela agência (APÊNDICE D). A entrevista com Jessica Mota ocorreu depois de uma palestra proferida pela jornalista, que também foi utilizada para nortear as questões feitas a ela.

**Quadro 1 - Fontes primárias da pesquisa**

<b>FONTE</b>	<b>FORMA DE COLETA</b>	<b>DATA</b>
Marina Dias, coordenadora de comunicação da <i>Agência Pública</i>	E-mail	Mensagens trocadas a partir de 29/06/2015
Moriti Silva Neto, jornalista colaborador da <i>Agência Pública</i>	E-mail Entrevista direta <i>Skype</i> E-mail, Redes Sociais, <i>WhatsApp</i>	26/08/2015 01/09/2015 16/06/2015 2015/2016
Jessica Mota, repórter da <i>Agência Pública</i>	Palestra seguida de entrevista direta	16/06/2016

Fonte: Elaboração da autora.

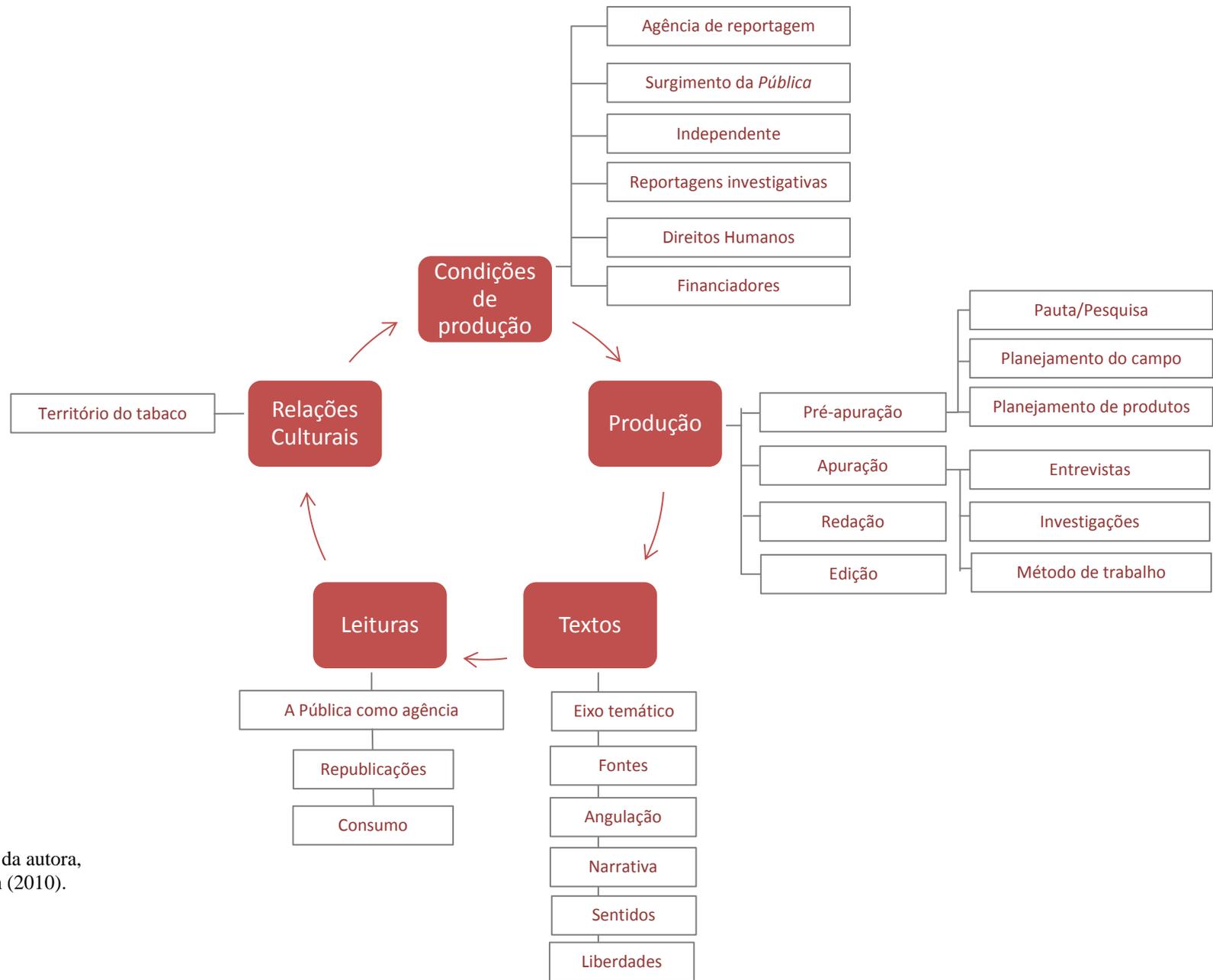
Outra técnica utilizada na coleta de dados foi a pesquisa documental, tanto perante o texto da reportagem sobre o tabaco, quanto no acompanhamento das reportagens publicadas pela *Pública* ao longo do ano de 2015 e 2016, no acompanhamento do grupo *Reportagem Pública 2015*, no *Facebook*, e no Estatuto da *Pública* (2011). Gil (2008) caracteriza essa técnica como aquela em que os dados são obtidos de forma indireta e menciona, entre os exemplos de documentos a serem pesquisados os materiais publicados pela mídia. Há que se

evidenciar, no entanto, que o conteúdo publicado pela agência, entendidos diante da pesquisa científica como documentos, foram observados ao longo desses dois anos, no intuito de identificar recorrências jornalísticas no modo de produção e, principalmente, em pautas, fontes, estrutura de textos e recursos audiovisuais (Quadro 1).

#### **4.1.2 Percurso de análise**

A fim de melhor visualizar os caminhos da análise apresenta-se a seguinte representação gráfica (Figura 6) levando em conta o circuito produtivo da cultura/comunicação, especialmente os dois momentos a que são mais explorados nesta dissertação.

**Figura 6 - Esquema da análise dos dados**



Fonte: Elaboração da autora, a partir de Johnson (2010).

A *figura 6* apresenta categorias intermediárias em cada um dos momentos do circuito da cultura proposto por Johnson (2010), incluindo o momento das condições de produção. Apesar de *condições da produção*, na representação proposta por Johnson (2010), estar fora do circuito principal, aqui foi colocado como um momento do circuito por entender-se que se trata de parte fundamental ao processo de produção cultural. Isto porque tais condições criam espaço para a produção, e também são influenciadas pelas *relações culturais*, sendo, portanto, crucial ao circuito.

A representação gráfica mostra o que, na perspectiva do jornalismo como parte da cultura, é explorado na análise feita na sequência. Para isso, retomam-se algumas compreensões acerca da proposta de Johnson (2010), adaptadas aqui para analisar a estratégia produtiva da *Pública*. Pensar o jornalismo como um processo cultural é pensar nele como um movimento intimamente vinculado às relações sociais e toda a complexidade que isso envolve. É ter presente a ideia de que a cultura e, logo, o jornalismo, envolve poder, o que contribui para produzir assimetrias nas capacidades dos indivíduos e dos grupos sociais para definir e satisfazer suas necessidades (JOHNSON, 2010).

O diagrama de Johnson (2010), que pode ser visto na página 21, representa o circuito da produção, circulação e consumo dos produtos culturais.

Cada quadro representa um momento nesse circuito. Cada momento depende dos outros e é indispensável para o todo. Cada um deles, entretanto, é distinto e envolve mudanças características de forma. Segue-se que se estamos colocados em um ponto do circuito, não vemos, necessariamente, o que está acontecendo nos outros. As formas que têm mais importância para nós, em um determinado ponto, podem parecer bastante diferentes para outras pessoas, localizadas em outro ponto. (JOHNSON, 2010, p.33).

Aplicado a essa pesquisa, significa dizer que as etapas do processo de trabalho jornalístico refletem no circuito todo, da produção à recepção, passando pelo social. A *Produção da Pública*, por exemplo, está condicionada por uma concepção do que significa essa agência de reportagens investigativas no cenário midiático e, principalmente, em sua política editorial, ou seja, as características que tornam a *Pública* um veículo que pratica um jornalismo diferenciado, ainda nem categorizado, como discutido no capítulo anterior. A produção, por sua vez, também está relacionada ao momento anterior no circuito, qual seja, o das *relações sociais/culturas vividas*, que, de uma forma ou de outra, norteiam tanto as *condições de produção*, no sentido da concepção da agência, como também a própria carga cultural dos profissionais responsáveis pelo trabalho da *Pública*.

O circuito envolve movimentos entre o público e o privado, mas também movimentos entre formas mais abstratas e mais concretas. Estes dois polos estão relacionados de forma bastante estreita: as formas privadas são mais concretas e particulares em seu escopo de referência; as formas públicas são mais abstratas, mas também têm uma abrangência maior. (JOHNSON, 2010, p.38).

Ao apresentar e fazer reflexões sobre as *condições de produção*, serão feitas considerações com relação ao que caracteriza uma agência de reportagens e o que isso diferencia o trabalho da *Pública* dos demais veículos de comunicação tradicionalmente conhecidos, como os impressos, rádio e TV, principalmente no que toca à circulação do material elaborado pela agência. Na sequência, se faz necessário uma apresentação detalhada da agência, sobre seu surgimento e características bastante próprias, como mostram as demais categorias intermediárias no eixo das *condições de produção*. A reflexão se dá em torno da independência da *Pública*, o fato de ela trabalhar exclusivamente com reportagens investigativas e com foco em pautas sobre direitos humanos. E, para finalizar a etapa, questões referentes aos financiadores da agência, ou seja, como a mesma se mantém financeiramente, ponto que, aliado aos anteriores, ditam as condições de produção da *Agência Pública*, ou seja, que orientam o trabalho de investigações jornalísticas.

A *Produção*, apontada como o momento 1 no diagrama de Johnson (2010), é constituída aqui por categorias intermediárias que dão conta do trabalho jornalístico que antecede a redação e publicação dos textos. Com base no que sugerem manuais de jornalismo e, principalmente, nas entrevistas realizadas para essa pesquisa, bem como o acompanhamento do trabalho da *Agência Pública*, foram pensadas categorias que dessem conta desse momento do circuito, aplicado a estratégia produtiva do jornalismo.

No momento da *Produção*, portanto, se tem a apuração, dividida aqui em três partes: a *pré-apuração*, onde ocorre a pesquisa com relação ao tema e elaboração da pauta, o planejamento de campo e de produto, que consiste em programar a apuração de fato, como possíveis viagens e contatos com fontes e, também, o material a ser produzido, se ele vai incluir fotos, vídeos, infográficos, entrevistas pingue-pongue<sup>30</sup>. Depois, a *apuração* propriamente, quando a equipe vai a campo, identifica as fontes necessárias, faz as entrevistas, investiga e checa informações. Por último, no momento da *produção*, a redação e edição.

Sempre lembrando que no circuito da cultura um momento tem ligação com o outro e se apresenta como um reflexo do processo anterior. Chega-se ao momento *texto*, que

---

<sup>30</sup> Entrevista apresentada ao leitor no formato de pergunta e resposta.

compreende a forma do produto cultural, qual seja, na pesquisa, o da reportagem. A *forma* final do produto é o resultado do momento da *produção*, portanto, se analisa o quê do momento anterior se encontra refletido na reportagem. O olhar sobre estrutura da reportagem deve levar em consideração elementos jornalísticos, como o eixo temático. Além disso, as fontes que aparecem na reportagem, discutindo que tipos de fontes foram utilizadas e apareceram no texto, bem como a angulação dada à reportagem. E, ainda, a narrativa e os sentidos encontrados na reportagem, por meio de técnicas da análise de discurso, com vistas a relacionar os sentidos do texto com a proposta da pesquisa para chegar às liberdades propostas por Sen.

No momento *leitura* é explorada a relação estabelecida entre a *Pública* e seus republicadores, bem como questões referentes à audiência, recepção e consumo. Resgata-se aqui o fato da *Pública* ser uma agência de reportagem, o que implica em diferentes tipos de circulação do produto cultural produzido por ela. E, ainda, um fechamento apontando com vistas a aproximar as questões referentes à comunicação, e nela o jornalismo, e o desenvolvimento, por meio da discussão das liberdades instrumentais apontadas por Sen (2010). Anterior a isso, nos demais momentos do circuito, já se busca identificar as marcas das possibilidades de garantia dessas liberdades no processo. O movimento final de análise busca responder qual a estratégia produtiva da *Pública* e se esse jornalismo é capaz de garantir tais liberdades.

#### **4.2 Relações sociais/culturas vividas: o território do tabaco**

O momento das *Relações sociais/culturas vividas*, no circuito de Johnson (2010) diz respeito à cultura e as experiências sociais no qual está inserido um processo produtivo cultural. E, também, o de valorizar os aspectos culturais, se propõe a teoria de Sen (2010) para pensar o desenvolvimento como liberdade. De acordo com o autor, tal abordagem permite “reconhecer o papel dos valores sociais e costumes prevaletentes, que podem influenciar as liberdades que as pessoas desfrutam e que elas estão certas ao prezar” (SEN, 2010, p.23). Na perspectiva do desenvolvimento como liberdade, portanto, a cultura responde pela presença ou ausência de corrupção e pelo papel de confiança nas relações econômicas, sociais e políticas (SEN, 2010). Ou, em outras palavras, as *relações sociais/culturas vividas* estão diretamente relacionadas com a expansão das liberdades instrumentais de Sen (2010), que são também influenciadas por diversas instituições, entre elas a mídia.

O tabaco chegou ao Sul do Brasil no século XIX com a vinda de famílias de imigrantes italianos e alemães que colonizaram a região com a gradativa produção colonial, onde se cultivou, entre outros, o fumo. A planta passou a ter destaque na economia mercantil dessas áreas e, nas décadas seguintes, de acordo com Silveira (2013), possibilitou o desenvolvimento de empresas locais de processamento de tabaco e fabricação de cigarro, principalmente nos municípios gaúchos de Santa Cruz do Sul e Venâncio Aires. A produção de tabaco, que coloca o Brasil, na atualidade, em segundo lugar no ranking de produção mundial da planta, atrás apenas da China (AFUBRA, 2015), é realizada, desde os primeiros colonizadores que trouxeram a cultura até a contemporaneidade, majoritariamente em pequenas propriedades familiares, sob o controle hegemônico do capital multinacional (HOFF, 2014).

Entendendo que as *relações sociais* subsidiam a *produção* e preparam para a *leitura* (JOHNSON, 2010) é que se apresenta aqui o território do tabaco e, nele, suas práticas culturais, práticas essas compreendidas pelo modo de vida das pessoas, o que significa refletir sobre como a sociedade se organiza em torno das práticas nesse território. Observar o território no circuito possibilita compreender melhor a produção cultural, no caso da pesquisa, o jornalismo, uma vez que os sujeitos envolvidos no processo são fruto de determinado território, o que carrega uma série de significados.

Como afirma Etges (2005),

Um território só existe a partir da materialidade que lhe é dada pelo seu uso. Mais do que simples base física, um território traz a marca de gerações que ali viveram e trabalharam; é resultado dos embates políticos, econômicos e sociais que se travaram entre seus habitantes [...], acima de tudo, é resultante do tipo de organização social ali criada. (ETGES, 2005, p.12).

Por território, portanto, compreende-se a apropriação de determinado espaço resultante das relações de poder e da ação social dos diferentes atores (FLORES, 2006). Trata-se de um espaço de construção social, relacionado aos limites geográficos, mas não só, “é o resultado de uma ação social que, de forma concreta e abstrata, se apropria de um espaço (tanto física, como simbolicamente)” (FLORES, 2006, p.4). Nesse sentido, Etges (2001) complementa ao dizer que o território é, também, um campo de contradições entre o Estado e o mercado e entre o uso econômico e o uso social dos recursos.

Pecqueur (2005, p.12) divide o território em dois tipos não excludentes: o território dado e o território construído. Por território dado, compreende-se “uma porção de que é objeto de observação”. Este território é entendido como pré-existente quando se analisa o que

acontece nele. Trata-se de um suporte, um território dado, institucional, que pode ser uma região, um distrito ou uma província, por exemplo, e, portanto, estabelecido por uma decisão político-administrativa.

Já o território construído, conceito que se aproxima ao entendimento que se tem aqui sobre o território do tabaco, de acordo com Pecqueur (2005, 13), “é o resultado de um processo de construção pelos autores”. É, portanto, um território construído *a posteriori*. Esse território possibilita o sentimento de pertencimento dos atores locais à identidade construída, em um espaço de apropriação coletiva. Ainda nesse sentido, no território construído se constitui a territorialidade, que depende das normas e valores sociais e culturais vigentes no território (PECQUEUR, 2005); é formada pelas relações sociais, tanto existenciais quanto de produção (RAFFESTIN, 1993).

O que se faz nesta seção, portanto, é refletir sobre a territorialidade do território do tabaco, visto que, como afirma Raffestin (1993), ela consiste naquilo que é vivido no território em todas as dimensões, o que leva às práticas desse território e, conseqüentemente, às suas *relações culturais*. É no território, a partir das contradições nele existentes, que surge a necessidade de alternativas a modelos que não contribuem para o desenvolvimento das regiões, como o caso da mídia hegemônica.

A territorialidade, como mostra o autor, se dá nas relações mantidas pelos indivíduos, sua maneira de pertencer àquela sociedade, por meio de mediadores ou instrumentos. Em outras palavras, territorialidade é

a multidimensionalidade do vivido territorial por meio de um conjunto de relações fomentadas pelo homem que pertence a uma sociedade, geradora de exclusividades, com relações exteriores promotoras de alteridades e mediadas através de instrumentos tais como língua, religião, cultura, trabalho, dentre outros. (RAFFESTIN, 1993, p.161).

A reflexão feita na sequência busca dar conta da territorialidade, originada nas práticas culturais dos indivíduos, que dá conta, como afirma Williams (1989), do modo de vida das pessoas. Toma-se o território do tabaco como parte da região Sul do país, nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, mas o foco é voltado à região do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, por duas razões. A primeira delas diz respeito à relevância que esses municípios possuem nesse território, dada sua expressiva participação na produção de tabaco no Brasil, sendo sede de multinacionais fumageiras, o que intensifica as evidências da força dessa cultura na região. O segundo motivo está vinculado à reportagem da *Pública* que,

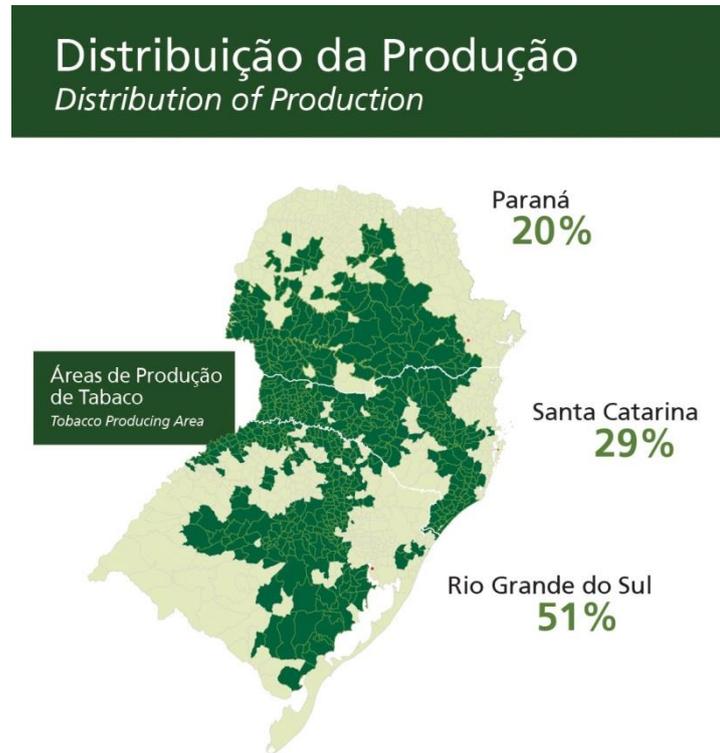
apesar de ter sido produzida tanto em municípios do Rio Grande do Sul, quanto do Paraná, foi no VRP em que a pesquisadora pode acompanhar mais de perto a investigação da pauta.

Se a produção do tabaco em pequenas propriedades foi introduzida na região Sul do país em meados do século XIX, foi só em 1970 que o processo de agroindustrialização se intensificou. Esse processo se deu, de acordo com Silveira (2013), por meio da ampliação do cultivo, da modernização do processamento e do aumento da exportação do fumo em folha. Dutra e Hilsinger (2013) apontam que foi nesse período que a fumicultura passou a ter o predomínio do capital internacional, através da venda para empresas norte-americanas, alemãs e francesas, que passam a se instalar na região, fortalecendo o processo de agroindustrialização do tabaco.

O território do tabaco, portanto, vem sendo construído desde o século XIX e a sociedade vai se organizando em torno dessa prática que tem influência direta na territorialidade do lugar. “Nos últimos 15 anos, [...] a expansão da cultura do tabaco [...] revela permanências e mudanças no modo de produção de tabaco com importantes reflexos nas dinâmicas de organização espacial, de relações socioeconômicas, e de usos do território” (SILVEIRA, 2013, p.10).

Quando se trata de Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, apesar das diferenciações internas, sejam econômicas ou culturais, de acordo com Etges (2001), é a produção de tabaco que imprime identidade a essa região, a particularizando frente às outras. Observa-se que, o VRP compartilha características com outras regiões produtoras de tabaco, que tem nessa planta sua principal atividade produtiva e econômica, tanto no estado de Santa Catarina (SELEME, 2014), quanto no estado do Paraná (KRAICZEK; ANTONELI, 2012).

Das 712.610 toneladas de tabaco produzidas no Brasil na safra 2015/14, 697.650 foram na região Sul, nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná (ANUÁRIO BRASILEIRO DO TABACO, 2015), o que constitui mais de 97% da produção. Dado o destaque da produção no sul do país, se estabelece na região o que se chama nessa pesquisa de território do tabaco, apresentado na figura 7 por meio da demarcação de municípios produtores.

**Figura 7 - Território do tabaco**

Fonte: AFUBRA, 2016.

Os números sobre a produção de tabaco no Sul do Brasil são significativos (Figura 8), como mostra o infográfico abaixo. Com os valores de arrecadações referentes ao tabaco, não é diferente: na safra 2014/2015, de acordo com dados divulgados pela Afubra (2015), foram R\$ 5 bilhões de receita aos produtores e R\$ 12,8 bilhões em impostos arrecadados no ano.

**Figura 8 - Tabaco no sul do Brasil**



Fonte: ANUÁRIO BRASILEIRO DO TABACO, 2015.

De acordo com Vargas (2013), em 2007 a cultura do fumo respondia por 66,4% do Valor Bruto da Produção de agricultura na região do VRP, onde se produz 20% do tabaco brasileiro, sendo, portanto, a cultura do fumo fonte importante para a geração de riqueza local e, a região, um importante elo na indústria fumageira no Brasil. A maioria dos 25 municípios da região “é substancialmente dependente das atividades associadas à cultura do fumo e à indústria fumageira” (VARGAS, 2013, p.133).

É preciso, no entanto, ir além dos expressivos números. Etges (2005) avalia que a riqueza gerada com a produção de tabaco deveria contribuir para o desenvolvimento regional do Vale do Rio Pardo, com a promoção de bem-estar e qualidade de vida aos habitantes. Afirma, contudo, que o que se observa é bem diferente: apenas 36,15% de toda a renda produzida ficam na região, atrás, inclusive, da média do estado, que é de 50,99% de acordo com a pesquisadora. O mesmo se observa em toda a região Sul. Dutra e Hilsinger (2013) destacam que a expansão e a qualidade da produção de tabaco no Sul do país são

acompanhadas de uma crescente subordinação econômica e dependência tecnológica dos produtores em relação às empresas multinacionais que dominam o mercado do tabaco mundial e controlam, de forma hegemônica, todo o processo de agroindustrialização do produto.

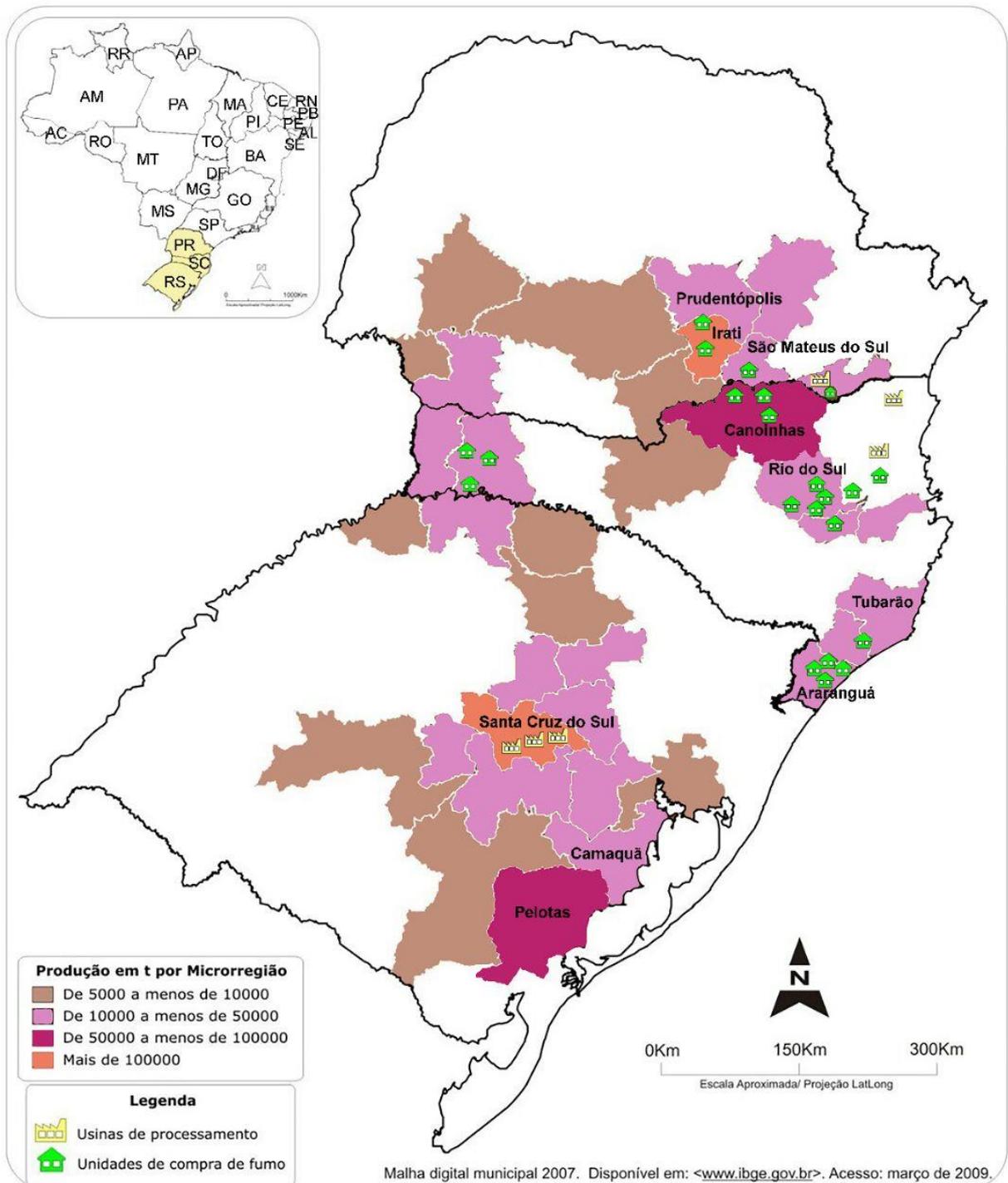
Isso se dá devido à organização do mercado mundial de tabaco em folha, que é disposto sob o domínio hegemônico de um pequeno grupo de grandes multinacionais que controlam não apenas o fornecimento do tabaco, como também a sua comercialização para as indústrias de cigarro (DORNELLES; SILVEIRA, 2013).

Segundo os autores, as empresas controlam desde a produção agrícola, até a comercialização do tabaco, o processamento industrial e a exportação. Os autores afirmam que quatro empresas – a *Universal Leaf Tobacco*, a *Alliance One International*, a *British American Tobacco* e a *Japan Tobacco International* – responderam, em 2005, por 75,3% do beneficiamento industrial do tabaco em folha no Brasil e também pela sua comercialização no país e no exterior. Junto a isso, tem-se o chamado sistema integrado de produção<sup>31</sup>, criado em 1921 pela *British American Tobacco* em Santa Cruz do Sul.

---

<sup>31</sup> No Sistema Integrado de Produção os agricultores, por meio de contrato firmado com as empresas agroindustriais, se comprometem em produzir o tabaco na quantidade e de acordo com as instruções técnicas de qualidade definidas pelas empresas, e a repassar a elas integralmente a produção, em troca da garantia empresarial do fornecimento de insumos, de assistência técnica, da intermediação de financiamento junto aos bancos, do transporte do tabaco das propriedades rurais até as usinas ou postos de compras das empresas, e da compra integral do tabaco.

Figura 9 - Concentração da produção de tabaco no sul do país



Fonte: SILVEIRA; DORNELLES, 2013, p.29, adaptado pela autora.

Na figura 9, observa-se a concentração espacial das principais usinas de processamento das empresas agroindustriais nos municípios de Santa Cruz do Sul, Venâncio Aires e Vera Cruz que, segundo Silveira e Dornelles, (2013) processam cerca de 80% da

produção de tabaco do sul do país. na articulação política e econômica no território, surgem entidades como o Sindicato das Indústrias do Tabaco (SINDITABACO) e a Associação dos Fumicultores do Brasil (AFUBRA), ambos com sede em Santa Cruz do Sul. Nas disputas do território, também surgem outras entidades representativas, que fazem um movimento na direção contrária, como o Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia (CAPA) e o Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA).

Esses diferentes atores, com distintos interesses políticos e estratégias diferenciadas de ação ditadas pela sua posição política na disputa em relação à apropriação e à distribuição dos ganhos advindos com a cultura do tabaco, têm participado ativamente do processo de organização espacial e de usos do território na região. (SILVEIRA; DORNELLES, 2013).

As contradições existentes no território evidenciam a subordinação técnica e econômica dos pequenos produtores de tabaco a exploração do trabalho familiar pelo capital agroindustrial. “[...] as empresas multinacionais materializam uma dada organização espacial que lhes seja interessante [...] ao processo de reprodução do capital” (SILVEIRA; DORNELLES, 2013, p.35).

A existência dessas empresas no Vale do Rio Pardo reflete, inclusive, no modo de vida urbano dos municípios, como por exemplo, com a forte presença de estrangeiros, que residem na região em razão dos seus empregos nas multinacionais. Outro fator é o número de empregos urbanos, sejam diretos, indiretos, safristas, ou permanentes. De acordo com dados da Afubra (2015), no Brasil, na safra de 2014/2015, foram 674.080 empregos diretos nas lavouras de fumo e outros 29 mil na indústria, além de aproximadamente 1,5 milhão de empregos indiretos gerados pela cadeia produtiva do tabaco<sup>32</sup>.

Para além das questões econômicas e empresariais, é preciso compreender quem é o produtor de tabaco. Como dito, as plantações de fumo iniciaram como produções familiares e assim se mantêm. O tabaco é produzido pela agricultura familiar e, no sul do Brasil, em 99,2% dos casos, em propriedades de até 50 hectares, sendo que a maioria não possui mais de 10 hectares e 40 mil famílias nem possuem terras próprias, produzindo tabaco em trabalhos de parcerias (AFUBRA, 2015). De acordo com dados da Afubra (2015) o tamanho médio das propriedades é de 15,2 hectares por família.

Outras duas características dos produtores é a baixa escolaridade – 89,9% possuem ensino fundamental incompleto (AFUBRA, 2015) – e o conhecimento tácito sobre a produção, ou seja, um conhecimento que passa de geração em geração. Isso, aliado às

<sup>32</sup> A Afubra não divulgou os números referentes especificamente ao Vale do Rio Pardo.

supostas vantagens do sistema integrado oferecido pela indústria e a falta de apoio de políticas públicas para agricultura familiar contribui para a conjuntura de dependência dos municípios da região com a produção de fumo.

A forte presença das indústrias multinacionais fumageiras e a representatividade dessa cadeia produtiva, pode ser observada em Santa Cruz do Sul por meio de alguns marcadores urbanos que influenciam na própria identidade do município, fato que provavelmente ocorre em outros lugares do território do tabaco. As figuras abaixo mostram algumas dessas marcas em Santa Cruz do Sul.

**Figura 10 - Pórtico de entrada em Santa Cruz do Sul**



Fonte: Registro fotográfico da autora, 2016.

**Figura 11 - Bicicletário no centro de Santa Cruz do Sul**



Fonte: Registro fotográfico da autora, 2016.

**Figura 12 - Empresas fumageiras presentes na maior festa do município, a Oktoberfest**



Fonte: Registro fotográfico da autora, 2016.

A figura 10 mostra uma das entradas ao município de Santa Cruz do Sul, em que um pórtico com o logotipo da empresa fumageira multinacional Souza Cruz dá boas vindas aos que chegam. O mesmo se repete em outro acesso de Santa Cruz do Sul. Já a figura 11 mostra um bicicletário no centro da cidade em formato de uma folha de fumo. Esse tipo de marcador urbano se repete em outros elementos, como em paradas de ônibus, por exemplo, evidenciando a força identitária e cultural da produção de tabaco. Por fim, a figura 12, mostra a rua principal de Santa Cruz do Sul, a Marechal Floriano, decorada para a *Oktoberfest*, maior festa do município, que recebe patrocínio das principais empresas fumageiras. Vale destacar que, antes de ser *Oktoberfest*, a festa se chamava Fenaf (Festa Nacional do Fumo), até 1978.

Apesar do grande número de empregos e pela lucratividade na produção, Dutra e Hilsinger (2013) chamam a atenção para alguns dos problemas ocasionados pela fumicultura, como os de ordem ambiental e de saúde do produtor. No que diz respeito ao meio ambiente, os autores destacam a poluição da água, devido ao alto índice de agrotóxicos utilizados. Já com relação à saúde, destacam a intoxicação dos produtores pelo manuseio dos agrotóxicos e do contato direto com a planta, uma vez que a produção de tabaco é extremamente manual. Os autores mencionam ainda o trabalho infantil nas propriedades, como uma atividade degradante.

É interessante observar a construção da territorialidade. Se de um lado, se tem as lógicas territoriais promovidas pela indústria e todo o reflexo que isso gera no modo de viver dos indivíduos, de outro, a presença da indústria e, conseqüentemente do capital estrangeiro se dá em razão do que Silveira e Dornelles (2013) chamam de atributos territoriais, como as condições ambientais favoráveis ao cultivo do tabaco, o conhecimento dos agricultores e a elevada qualidade de produção versus o baixo custo da mão de obra familiar.

As práticas territoriais interferem não apenas na economia e na articulação política dos municípios, mas nas *relações culturais* que se estabelecem, como por exemplo, o trabalho da imprensa, que reflete as contradições. Apesar dessa pesquisa não propor uma comparação entre o trabalho realizado pela *Pública* com a imprensa do território do tabaco, se faz necessário tal contextualização.

Diante de tal territorialidade, para ficar no caso do Vale do Rio Pardo, onde se produziu boa parte da pauta da *Agência Pública*, o jornal hegemônico, de modelo comercial, diário, com maior circulação na região, executa pautas que enaltecem a produção de tabaco na região e o mostra como a melhor, e muitas vezes única, opção aos agricultores. Observa-se

que as notícias, ou reportagens, são, em sua unanimidade, com foco econômico, em que se dá ênfase às grandes arrecadações geradas pela atividade; e no contrabando, em que se faz uma discussão da negatividade desse tipo de crime para o setor fumageiro. Não se encontra nas páginas dos jornais, nos noticiários de rádio e TV ou nos portais de notícias textos jornalísticos que investiguem questões polêmicas como a dependência econômica da região e as alternativas existentes, ou ainda reflexões acerca dos malefícios causados a saúde das famílias produtoras, para ficar em apenas dois exemplos. A imprensa hegemônica da região, portanto, diante de tal territorialidade, dificuldade um olhar crítico sobre a questão do tabaco na região.

Para ilustrar a maneira como a imprensa regional no Vale do Rio Pardo aborda as questões referentes ao tabaco, selecionou-se uma edição do jornal *Gazeta do Sul*, impresso diário, hegemônico, de maior circulação na região. No dia 20 de julho de 2016, a região recebeu a visita do então ministro da agricultura, Blairo Maggi, o que mobilizou os veículos de comunicação para uma cobertura especial. O jornal *Gazeta do Sul*, trouxe, de forma inédita, o que chamou de uma sobrecapa (ANEXO B) para a edição daquele dia, em que dava às boas-vindas ao ministro e apresentava números sobre a produção de tabaco na região Sul do país. Abaixo, trechos do texto de abertura, que muito bem ilustram o discurso apresentado pelos jornais na região.

[...] Na condição de principal liderança do agronegócio brasileiro, Blairo faz hoje sua primeira – e histórica - visita oficial ao maior polo produtivo e industrial do tabaco no mundo. Vem passar o dia no Vale do Rio Pardo para conhecer todo o processo, desde o preparo da muda até a exportação do produto para mais de uma centena de países. [...] Circulando por Venâncio Aires e Santa Cruz, Blairo Maggi sentirá, ainda, o impacto socioeconômico da atividade e os desafios enfrentados pelas lideranças do setor para continuar produzindo e beneficiando o tabaco. [...] Ninguém melhor do que a *Gazeta do Sul* [...] pode testemunhar a favor desse setor. Há mais de 70 anos contamos a expansão e a consolidação dessa atividade e acompanhamos seus inegáveis feitos e méritos sociais, culturais, ambientais e econômicos. [...] retornará à Brasília com impressões muito positivas dessa atividade pujante, cujos efeitos, em todo o Sul do Brasil, se traduzem em progresso. Bem-vindo, ministro. (GAZETA DO SUL, 2016, sobrecapa).

Na mesma edição, a manchete de capa era “Tabaco para ministro ver” (GAZETA DO SUL, 2016, capa), enquanto a reportagem trazia o título “A hora de o tabaco mostrar a sua força” (GAZETA DO SUL, 2016, p. 12,13) e, entre os subtítulos, afirma que “Propriedade modelo receberá Blairo Maggi”. As decisões editoriais, quais sejam, da angulação dada ao texto, bem como as informações que ganham destaque nas páginas evidenciam o posicionamento do jornal, bem como a sociedade em que ele está inserido.

É nesse contexto em que a pauta sobre a produção de tabaco na região sul do Brasil foi produzida e investigada. Ainda que ela tenha sido publicada e republicada para o país, e até para o mundo, é importante fazer essa ponderação, já que, de acordo com o esquema proposto por Johnson (2010), as *relações culturais* subsidiam a *produção*.

#### **4.3 Condições de produção: Pública, agência de reportagem e jornalismo investigativo**

A análise do circuito da cultura, proposto por Johnson (2010), poderia iniciar no momento da produção. No entanto, o autor destaca que, para além de observar a produção cultural, é preciso considerar o contexto em que ela se dá e, insere no circuito, o elemento “condições”, tanto de produção, quanto no momento *Leituras*. Essas condições de produção, na perspectiva dos estudos culturais, como se apresentou no capítulo anterior, são capitalistas. É importante lembrar o que Escosteguy (2010) destaca em relação ao fato de a cultura, e os produtos culturais, não serem dependentes das relações econômicas, mas sofrerem as consequências das relações político-econômicas, bem como ter influência sobre as mesmas.

Johnson (2010) entende que dentro dessas *condições de produção* também se deve observar a organização política e cultural. “As condições de produção incluem não apenas os meios materiais de produção e a organização capitalista do trabalho, mas um estoque de elementos culturais já existentes, extraídos do reservatório da cultura vivida ou dos campos já públicos de discurso” (JOHNSON, 2010). Nessa perspectiva, que coloca a *Pública* como um produto cultural condicionado às práticas capitalistas, a proposta dessa seção é compreender a agência por seu viés operacional. Em outras palavras, o que se faz na sequência é analisar em quais condições os *textos* – reportagens da *Pública* –, são produzidos. Entende-se que, por esse caminho metodológico, se chega ao objetivo principal da pesquisa, de estabelecer relação entre a estratégia produtiva da *agência* e as liberdades instrumentais de Sen.

Para isso, as condições de produção da *Pública* foram divididas nos seguintes momentos, como proposto na figura 7: a) Agência de reportagens, que busca evidenciar o que se trata o trabalho de uma agência; b) Surgimento da *Pública*, onde se faz um resgate de como começa a agência e quais são as referências de jornalismo que ela utiliza; c) Jornalismo Independente, que se propõe a compreender o que esse jornalismo é na prática, já que ele não é utilizado enquanto categoria científica; d) Reportagens investigativas, que reflete sobre o fato de a agência trabalhar apenas com esse gênero jornalístico; e) Direitos Humanos, que

aborda o fato de a *Pública* trabalhar com pautas dentro dessa temática; e f) Financiadores, em que se elucida como a *Pública* se mantém financeiramente e a relação que estabelece com esses financiadores.

E, ainda nessa seção, apontar, quando possível, a aproximação dessa proposta de trabalho da agência com as liberdades instrumentais de Sen (2010), com vistas a compreender se há uma contribuição desse jornalismo condicionado pela estratégia da *Pública* para a expansão dessas liberdades. A lembrar, são cinco as liberdades instrumentais, como apresentado no capítulo 2: liberdades políticas, facilidades econômicas, oportunidades sociais, garantia de transparência e segurança protetora.

Já no capítulo anterior se observou que a *Pública* se aproxima de diversas categorias jornalísticas, ainda que não possa, de fato, ser enquadrada em nenhuma delas, dadas suas particularidades. Em relação ao seu formato de Agência de Reportagem<sup>33</sup>, como traz em seu nome, não é diferente. Na literatura se encontra a caracterização de agências de notícias como “empresas especializadas em coletar informações de interesse jornalístico dispersas, formatá-las como notícias e redistribuí-las para assinantes” (AGUIAR, 2014, p.42). Encontra-se nesse conceito a principal diferença da *Pública* com as agências de notícias tradicionais: ela não possui assinantes e não comercializa seu conteúdo.

As agências de notícias têm como característica a circulação da informação em um formato de mercadoria, uma vez que essas notícias são vendidas a outros veículos de comunicação depois de produzidas (AGUIAR, 2014). A história das agências de notícias é marcada pelo surgimento, na Europa, no século XIX, das conhecidas *Havas*, *Reuters* e *Wolff*, que iniciaram o que Aguiar (2009) chama de jornalismo de agência. Sua principal função, de acordo com Matellart (1994), até os dias de hoje, é o de importar e exportar conteúdo jornalístico, principalmente de origem internacional.

No entanto, no Brasil, Aguiar (2014) observa que jamais houve agência de notícias internacionais, as existentes são voltadas a atender uma demanda de conteúdo nacional, sem se importar em atender um mercado internacional, no sentido de exportar notícias sobre o território brasileiro. Para o autor, as agências de notícias brasileiras não passam de agenciadoras de notícias, uma vez que existem para revender o conteúdo produzido,

---

<sup>33</sup> No que diz respeito às nomenclaturas *notícias* e *reportagem*, cabe esclarecer, que, no jornalismo, se trata de uma diferenciação de gênero textual, sendo o primeiro referente a textos factuais, com uma narrativa mais breve, enquanto o outro resulta de um processo de investigação que discute determinada pauta de forma mais aprofundada, com um maior número de fontes e documentos consultados.

originalmente, para outros veículos dos conglomerados de comunicação nos quais essas agências estão inseridas.

A *Agência Pública* se autodenomina como agência de reportagens, dado o seu interesse em disseminar a informação, ainda que seu conteúdo não seja vendido a assinantes ou a demais veículos de comunicação e, sim, reproduzidas sob a licença de *creative commons*, por uma rede de republicadores. Natalia Viana (2014a), uma das diretoras e fundadoras da *Pública* afirma: “Não comercializamos a nossa produção”. O título de agência, portanto, se justifica dada sua proposta de disponibilizar seu conteúdo para a republicação, diante das seguintes condições:

As reportagens da Pública podem ter os títulos e intertítulos alterados para adequar o conteúdo ao estilo do veículo. O conteúdo não pode ser cortado, reduzido ou editado e nem retirado do contexto. Todas as republicações devem trazer o nome da Pública e do autor com destaque, na parte superior dos textos – mesmo aqueles que editamos de parceiros internacionais. Neste caso, também deve constar o nome do autor e do parceiro internacional. Todas as histórias devem trazer o link para o site da Pública e, no caso de impressos, o nosso site: [www.PUBLICA.org](http://www.PUBLICA.org). Todos os tweets sobre reportagens nossas republicadas devem conter a menção: @agenciPUBLICA. Todas as menções no Facebook devem linkar para nossa página: <https://www.facebook.com/agenciPUBLICA>. Reportagens publicadas no site não podem ser revendidas. Fotos só podem ser republicadas junto com as reportagens, e com os devidos créditos. Vídeos podem ser reutilizados, desde que com os devidos créditos e link para nosso site. (PUBLICA, 2016a, p.1).

O jornalismo diferenciado praticado pela *Pública* rompe com o modelo comercial de se fazer jornalismo, aquele que hoje, de acordo com autores como Meyer (2007), está em crise<sup>34</sup>. Proporcionar a livre circulação das reportagens é apenas um desses diferenciais, que perpassa também o financiamento e a estrutura de trabalho, a seleção de pautas, o tempo de investigação e o estilo de texto. Tem-se aqui uma aproximação com a abordagem do desenvolvimento como liberdade. Sen (2010) afirma que as oportunidades e perspectivas de vida em sociedade dependem das instituições que existem, entre elas a mídia, e de como funcionam essas instituições. Uma mídia independente sem amarras políticas e econômicas como a *Pública*, portanto, tende a ter um papel diferenciado no que toca a sua contribuição na expansão das liberdades. Observa-se aqui a liberdade de *oportunidades sociais*, uma vez que a agência oportuniza o acesso à informação de forma gratuita, diferente de boa parte dos veículos de comunicação, bem como possibilita, com isso, a liberdade de informação da qual também usufrui.

---

<sup>34</sup> Meyer afirma que há uma crise nas empresas que produzem jornais impressos. Sua análise é econômica, a partir da queda no número de circulação dos jornais. Para o autor, para reverter essa situação, é preciso mudar a maneira que se faz jornalismo impresso diário.

A *Pública* - Agência de reportagem e jornalismo investigativo, popularmente conhecida como *Agência Pública*, foi fundada pelas jornalistas Natalia Viana, Marina Amaral e Tatiana Merlino<sup>35</sup>. Com diferentes experiências em veículos da mídia comercial, as jornalistas fazem um movimento que tem sido observado na área, nos últimos anos, de profissionais que buscam um jornalismo sem fins lucrativos e, ou, apartidário e empreendem novos projetos. A primeira reportagem publicada pela *Pública* foi *Araguaia: o massacre que as Forças Armadas querem apagar*<sup>36</sup>, em 20 de junho de 2011. Essa reportagem foi investigada dentro do eixo temático da agência, o da *ditadura*, que revisitou documentos do período militar e apurou informações sobre repressão à guerrilha do Araguaia.

Com sede em São Paulo e, mais recentemente, também no Rio de Janeiro<sup>37</sup>, a agência se diz pioneira no Brasil<sup>38</sup> dentro de um modelo sem fins lucrativos, no intuito de manter a independência editorial. Em seu site, apresenta-se da seguinte maneira: “Nossa missão é produzir reportagens de fôlego pautadas pelo interesse público, sobre as grandes questões do país do ponto de vista da população – visando ao fortalecimento do direito à informação, à qualificação do debate democrático e à promoção dos direitos humanos” (PUBLICA, 2016b, p.1).

Para Sen (2010), a liberdade de escolha política, fundamentada e refletida, perpassa a garantia de um debate democrático que possibilita a formação de valores e prioridades. “[...] não podemos, em geral, tomar as preferências como dadas independentemente de discussão pública, ou seja, sem levar em conta se são ou não permitidos debates e diálogos” (SEN, 2010, p.202). O autor acrescenta, ainda, que é a promoção desses debates que gera a conscientização da sociedade sobre diversos temas. Observa-se que, se a *Pública* trabalha, como diz, para a qualificação do debate democrático e do fortalecimento ao direito à informação, ela contribui para a expansão da *liberdade política*.

No entanto, cabe ponderar que esse discurso de um jornalismo que visa atender os interesses da população também parte da mídia, de uma maneira geral. Mas a mídia hegemônica, como se viu no capítulo anterior, está sujeita a constrangimentos organizacionais

---

<sup>35</sup> A jornalista Tatiana Merlino deixou a equipe da *Pública* ainda em 2011.

<sup>36</sup> <http://PUBLICA.org/2011/06/araguaia-o-massacre-que-as-forcas-armadas-querem-apagar/>

<sup>37</sup> Inaugurada em março de 2016, a *Casa Pública*, no Rio de Janeiro, se apresenta como “o primeiro centro cultural de jornalismo no Brasil” (PUBLICA, 2016d). Trata-se de um centro “para produção, fomento, discussão e apoio ao jornalismo independente e inovador no Brasil e na América Latina”.

<sup>38</sup> Identificou-se pelo menos duas iniciativas jornalísticas, anteriores a 2011, que também distribuem seu conteúdo de forma gratuita: a Ecoagência (2004) e a Agência das Favelas (2001).

promovidos pela necessidade de sobrevivência financeira, afetada tanto pelo poder público, quanto pelo poder privado, e acaba não conseguindo aplicar esse discurso em sua realidade.

**Figura 13 - Site Agência Pública**



Fonte: PUBLICA, 2016.

A inspiração para fundar a *Pública*, de acordo com Viana (2015), vem de iniciativas internacionais, que prezam pelo jornalismo independente, sem fins lucrativos. Ao anunciar a criação da *Pública*, a diretora afirmou, na época, que a proposta era fazer um jornalismo “puro” e elevar o nível da informação pública. Para Viana (2011), esse jornalismo de interesse público é feito com o mínimo de partidarismo possível e com a consciência da sua importância para a democracia. E, para isso, deve investigar os governos e as empresas. Isso possibilita a expansão da liberdade instrumental *garantias de transparência*, que busca garantir, de acordo com Sen (2010) o dessegredo e a clareza das ações das instituições públicas e privadas. Busca, nesse sentido, a transformação da realidade por meio do jornalismo, mais especificamente, da reportagem.

O quadro de profissionais da *Pública* se constitui por uma equipe fixa (Quadro 2), um conselho consultivo e diversos jornalistas colaboradores, caso de Moriti Silva Neto e João Peres, responsáveis pela reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, analisada nessa pesquisa. A equipe fixa da agência, portanto, é formada pelos profissionais apresentados no quadro abaixo.

**Quadro 2 - Profissionais que trabalham na Pública**

<b>NOME</b>	<b>FUNÇÃO</b>
Marina Amaral	Diretora
Natalia Viana	Diretora
Roberta Carteiro	Gerente administrativa
Andrea Dip	Repórter especial
Maurício Moraes	Editor
Ciro Barros	Repórter
Jessica Mota	Repórter
José Cícero da Silva	Fotógrafo e <i>videomaker</i>
Tina Leme Scott	Gerente de projetos
Étore Medeiros	Correspondente em Brasília
Marina Dias	Coordenadora de Comunicação
Nyle Ferrari	Redes Sociais
Anna Beatriz Anjos	Secretária de Redação
Bruno Fonseca	Repórter multimídia e infografista
Patrícia Figueiredo	Estagiária de Redação
Mariana Simões	Gerente da Casa Pública
Beth McLoughlin	Editora para o inglês
Thiago Domenici	Editor

Fonte: PÚBLICA, 2016e.

A aposta da *Pública* é produzir reportagens investigativas. De acordo com Viana (2014a), desde a criação da agência, as diretoras tinham claro que o papel da agência é de publicar fatos, dados e reportagens fundamentadas, por entenderem ser esse um gênero jornalístico pouco presente nos veículos tradicionais e hegemônicos. Dada essa opção editorial, não há uma atualização constante no site da agência, como ocorre com os portais de notícias, por exemplo. São em média, duas ou três reportagens publicadas por semana. Essas reportagens, de acordo com Viana (2016), levam de três a quatro meses para serem produzidas.

A função do jornalismo investigativo, de acordo com Sequeira (2005), é

desvendar as causas, as origens de um acontecimento, sem nunca ficar limitado ao factual; driblar *lobbies* e estratégias de *marketing* usadas por assessores de imprensa, na sua função de criar uma imagem positiva diante da sociedade dos grupos políticos, econômicos e sindicais que representam. É função ainda do jornalismo investigativo seguir o rastro de histórias ou acontecimentos que, em determinado momento, foram notícia, mas acabaram saindo das páginas dos jornais – com o

objetivo de checar se esses fatos, da forma como foram divulgados, não trouxeram prejuízos à sociedade. (SEQUEIRA, 2005, p.112-113).

No entanto, para que essa função se cumpra, Sequeira (2005) destaca quatro elementos necessários: que o trabalho do repórter ocorra em um contexto democrático, que o governo garanta que as mazelas expostas pela reportagem sejam sanadas, que as empresas de comunicação sejam independentes de instituições públicas e privadas e que o repórter trabalhe sob os princípios éticos. Observa-se, nesse sentido, que, além de poder contribuir para a expansão das liberdades instrumentais, a própria *Pública* existe dada a garantia de tais liberdades para exercer o sua produção.

Para Sequeira (2005), o repórter investigativo só poderá fazer uma apuração investigativa que, algumas vezes pode “mudar o rumo das nações”, desde que atue em um veículo livre de amarras econômicas e políticas, como ocorre com a *Pública*. “É nesse momento que o jornalismo investigativo converte a imprensa e os meios de comunicação em geral em representantes legais dos interesses dos cidadãos” (SEQUEIRA, 2005, p.113).

Com o foco em reportagens investigativas, Viana (2011) já explicava desde o anúncio do início das atividades da *Agência Pública*, de que se tratava de um novo modelo de fazer jornalismo, nem tradicional, nem alternativo. “O que a *Pública* pretende fazer é estimular um jornalismo puramente de interesse público, doa a quem doer” (VIANA, 2011, p1). E por isso, também, a *Pública* se coloca não como um veículo que confronta a mídia tradicional, ou que visa substituí-la, mas sim, um veículo que possa somar ao trabalho já realizado pelos demais, o que a afasta, como já mencionado, das categorias de jornalismo já existentes, como abordado no capítulo anterior.

Nesse sentido, de trabalhar de forma a complementar o que já é produzido jornalisticamente pelos veículos, Viana (2011) afirma que não falta interesse por parte da mídia hegemônica em se fazer reportagens investigativas. Ocorre que essa é uma prática cara, que exige dedicação e tempo e por isso não é comum nos jornais, que precisam de rapidez para chegarem nas casas das pessoas no dia seguinte. Destaca, inclusive que, mais importante do que orçamento, é o tempo de apuração nessas reportagens investigativas, já que, com os recursos tecnológicos existentes, é possível fazer grandes investigações com custo reduzido.

O jornalismo investigativo, é importante destacar, costuma ser pauta de discussão entre acadêmicos e profissionais. Há os que defendem que, para ser jornalismo, tem que ser investigativo, enquanto outros diferenciam o jornalismo investigativo, na relação do

*hardnews*<sup>39</sup>, como aquele em que mais fontes são consultadas, em que a apuração possui ainda mais rigor, além de abordar temas de maneira aprofundada e não apenas factual.

Viana (2014a, p.1) coloca a *Pública* no grupo das instituições que acredita que o jornalismo investigativo é mais um tipo de se fazer jornalismo, tão importante quanto o jornalismo de cobertura e o de entretenimento, por exemplo. “O jornalismo investigativo leva muito tempo para ser produzido, ele não é lucrativo, ele nem sempre vende. No entanto, é extremamente necessário para a democracia”. Ademais, observa-se que a opção produtiva da agência por fazer apenas jornalismo investigativo, uma condição de produção, portanto, bem como uma estratégia produtiva, a possibilita a expandir, uma vez mais, as *liberdades políticas* e as *garantias de transparência*. E, também, as *facilidades econômicas*, uma vez que investiga e retrata as desigualdades e os desequilíbrios econômicos, e ainda a *segurança protetora*, por fazer, em suas reportagens, denúncias com relação à proteção social, ou a falta dela.

Outro recorte editorial da *Pública* é ter como tema transversal de cobertura os direitos humanos. Essa escolha parte de um entendimento das fundadoras e diretoras de que esse tema, além de essencial para o debate democrático, ser mal coberto pela imprensa comercial (VIANA, 2016). Nesse sentido, a *Pública* trabalha para investigar o que chama de eixos temáticos, que deem conta de assuntos pouco, ou não, abordados pela mídia tradicional e pelos quais, portanto, existe demanda por parte dos leitores. Atualmente os principais eixos são: empresas e violação de direitos humanos, crise urbana, megainvestimentos na Amazônia, violência policial e ditadura. Compreende-se que a política editorial da agência em investigar os direitos humanos dentro dos eixos propostos pode corroborar para expansão das cinco liberdades instrumentais supracitadas no início dessa seção.

Ao acessar o site da agência também é possível encontrar alguns projetos de reportagens, como é o caso do *Copa Pública* e do *Truco eleições 2016*. Como projetos da *Pública*, também aparecem as reportagens feitas para o *Reportagem Pública 2014 e 2015*, entre outros. Esses projetos são realizados por meio de diferentes parceiros institucionais, listados na aba *Quem somos*, no site da agência, e também por diferentes tipos de recursos, como editais nacionais e internacionais e, até mesmo, por *crowdfunding*, como ocorreu com as duas edições do *Reportagem Pública*, tanto em 2014, quanto em 2015.

---

<sup>39</sup> Em inglês, tem o sentido de notícia importante. Caracteriza a notícia objetiva de fatos e acontecimentos relevantes para a vida política, econômica e cotidiana.

Esses projetos em parceria estão diretamente ligados a outras duas características da *Pública*, quais sejam, dela se intitular um jornalismo independente e sem fins lucrativos, o que faz com que ela mantenha um grupo de financiadores. Quando se autodenomina jornalisticamente independente, conceito ainda não explorado suficientemente pela academia, a *Pública* afirma buscar um modelo economicamente viável para a prática jornalística distinta daquela que é comercial – custeada por grandes anunciantes.

De acordo com Xavier (2015), nos Estados Unidos, após a recente recessão, foram criadas diversas organizações sem fins lucrativos, a maior parte delas em ambiente digital, que se dedicam a cobertura jornalística de alguns segmentos específicos. Como exemplos, estão as duas organizações de jornalismo sem fins lucrativos mais antigas do país, o *Center for Investigative Reporter*, fundado em 1977, e o *Center for Public Integrity*, de 1989.

Os dados de uma pesquisa realizada pelo *Pew Research Center* (2013), sobre as iniciativas de jornalismo sem fins lucrativos, apontam que 46% das iniciativas, nos Estados Unidos, surgiram entre os anos de 2008 e 2009. A maioria delas, principalmente as mais recentes, busca trabalhar nichos de jornalismo ao invés de tentar substituir ou replicar o modelo praticado pela mídia comercial.

Apesar de ter início nos EUA, essas novas práticas jornalísticas tem se expandido pela América Latina onde, além da *Pública*, encontram-se várias outras instituições dedicadas à investigação jornalística independente. A *Pública*, inclusive, junto com outras instituições, fundou a *ALiados - Aliança de meios independentes latino-americanos*, em 2013, formada por *Agência Pública* (Brasil), *Animal Político* (México), *CIPER* (Chile), *Confidencial* (Nicarágua), *El Faro* (El Salvador), *El Puercoespín* (Argentina), *IDL-Reporteros* (Peru), *La Silla Vacía* (Colombia), *Plaza Pública* (Guatemala) e *The Clinic* (Chile). Os membros da *ALiados*, em documento assinado na sua formação, reafirmam seu “alto padrão de qualidade profissional”, a transparência dos procedimentos, sua independência em relação aos poderes políticos e econômicos, além de rigor na apuração da realidade da América Latina e do mundo, “de uma forma como não ocorre nos meios tradicionais da região”<sup>40</sup>.

O estudo da *Pew Research Center* (2013) indicou que a maioria dessas organizações se mantém por meio de patrocínios, os chamados *grants*, de fundações filantrópicas internacionais. Com a *Pública*, não é diferente. Ela é financiada pelas seguintes instituições:

---

<sup>40</sup> A íntegra do texto pode ser conferida no endereço: <http://www.animalpolitico.com/2013/06/nace-la-red-de-medios-digitales-independientes/#axzz2WbmYGsx1>.

**Quadro 3 - Instituições que financiam a Pública**

<b>FINANCIADORES</b>	<b>ÁREA DE INVESTIMENTO</b>
<b>Fundação Ford</b>	É financiadora institucional da <i>Pública</i> , dentro do seu programa de Direito e Acesso à Mídia
<b>Instituto Betty e Jacob Lafer</b>	Apoio ao projeto Truco e ao Concurso de Microbolsas para Reportagens sobre o Judiciário
<b>Open Society Foundations</b>	É financiadora de um projeto da <i>Agência Pública</i> , trabalha para fortalecer democracias
<b>Oak Foundation</b>	É financiadora institucional da <i>Pública</i> e também do projeto Casa Pública

Fonte: PUBLICA, 2016f.

Em seu Estatuto, de 29 de julho de 2011, capítulo IV, do Patrimônio, Art. 27, fica firmado que

O patrimônio Social da associação será constituído de doações, patrocínios, resultados financeiros, de contratos, investimentos, legados, contribuições e auxílios de toda natureza dos associados e de pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, que lhe venham a ser acrescidos, além de bens transferidos pelos associados ou terceiros e dos bens móveis ou imóveis que possui ou venha a possuir.

A independência jornalística, por meio desse regime sem fins lucrativos e por meio de financiadores, é uma característica muito cara à *Pública*. Mais do que uma mera questão financeira, o que está em jogo é a qualidade da informação publicada, sem que haja interferências de qualquer tipo, por qualquer interesse. Em entrevista ao *Observatório da Imprensa*, em 2014, Natalia Viana é enfática ao afirmar que “em todos os projetos e financiamentos da *Pública*, a regra é: os financiadores não olham o que vamos produzir, não temos nenhum compromisso editorial” (VIANA, 2014b, p1). Afirma inclusive que, muitas vezes, há uma cláusula no contrato de parceria da agência com a instituição financiadora onde fica registrado que toda decisão editorial é exclusivamente de responsabilidade da *Pública*. Essa postura da agência possibilita uma *garantia de transparência*, uma das liberdades instrumentais.

Diferente do jornalismo praticado no modelo comercial, que atende as demandas de mercado e evita confrontos com suas fontes de arrecadação, sejam elas o poder público ou

grandes empresas, no chamado jornalismo independente há um desprendimento das receitas publicitárias com o objetivo de manter a independência editorial e democratizar a informação. As principais características desse tipo de jornalismo, portanto, são de cunho econômico e editorial. Na maioria das vezes, é praticado por grupos do terceiro setor, que não estão sob o controle de grandes grupos de comunicação, e possuem preocupação com as camadas mais populares da sociedade e com o aprofundamento dos fatos.

Apesar de não possuir anunciantes, a *Pública* funciona em um modelo de negócios que depende das doações dessas fundações e, portanto, mantém um vínculo com essas instituições. Esse vínculo, de acordo com a equipe da agência, como dito, não permite que haja influência por parte dessas instituições na política editorial da agência. Como exemplo disso, pode-se mencionar a reportagem *Amor ao carro*<sup>41</sup>, em que, a partir de uma investigação em defeitos de carros da General Motors que resultaram em explosões, a reportagem identificou problemas do mesmo tipo em outras montadoras, entre elas a Ford, de que dá origem a *Ford Foudation*, uma das financiadoras da agência. E essa denúncia, contra a Ford, está na reportagem.

A *Pública* conta também com financiamento coletivo, em *crowdfunding*, em projetos específicos. O *crowdfunding* consiste em um financiamento coletivo, por meio de uma plataforma online específica, que prevê recompensas aos doadores, de acordo com a quantia doada, além da interação entre os doadores e os receptores, proponentes dos projetos. De acordo com Felitti e Corrêa (2015), esse tipo de financiamento possibilita a produção e a viabilização econômica de projetos, ideias e serviços, sendo, em sua maioria, projetos de cunho cultural.

Observa-se que esse modelo de financiamento cresce no setor cultural como forma de fugir das amarras do mundo. Produtos culturais como teatro, shows musicais, livros e outros, têm se viabilizado assim no Brasil na contemporaneidade. Uma das plataformas de financiamento coletivo no país, o *Catarse*, divulgou que em 2016 houve um aumento de 41% nas arrecadações em comparação com 2015. Foram R\$162 milhões arrecadados, doados por 134.827 pessoas. Ao todo, em 2016, foram 5631 projetos publicados na plataforma, sendo que 529 deles encerraram acima de 100% a meta. De acordo com os dados do *Catarse*, os projetos de cunho cultural foram os que mais receberam doações.

No caso da *Pública*, por meio da plataforma *Catarse*, foram lançados dois projetos de *crowdfunding*: o *Reportagem Pública* e o *Reportagem Pública 2015*. A lista com o nome de

---

<sup>41</sup> <http://apublica.org/2014/05/amor-ao-carro2/>.

todos os doadores está disponível no site da agência, junto aos nomes das instituições financiadoras. No projeto de 2015, a *Pública* convidava:

A você, leitor, que acredita no jornalismo como instrumento do debate democrático, que considera a informação de qualidade essencial para a tomada de decisão individual e coletiva, é dedicado esse convite. Vamos produzir juntos reportagens que façam a diferença e construir juntos um novo jornalismo, capaz de municiar os cidadãos no legítimo desejo de transformar a sociedade e influir nos rumos do nosso país. (PÚBLICA, 2015, p.1).

Em 45 dias, o *crowdfunding* superou a meta inicial, de R\$ 50 mil, e arrecadou R\$69.997, para financiar o *Reportagem Pública 2015*, doados por 958 apoiadores, que passaram a fazer parte do Conselho Editorial da *Pública* e, com isso, puderam votar, durante um ano, nas pautas que seriam investigadas e custeadas pelo projeto. Com os R\$ 20 mil a mais arrecadados, o projeto pode ser prolongado, e financiou 14 pautas de reportagens investigativas. Como recompensas, foram distribuídos 90 exemplares de livros, 318 adesivos, 84 imagens impressas em tamanho A4 e 277 e-books. E, quem doou acima de R\$130, pode participar de *workshops* na sede da *Pública*, em São Paulo.

A *Agência Pública*, portanto, surge em uma nova perspectiva de prática jornalística, tanto do ponto de vista do financiamento, quanto de política editorial. Trata-se de uma iniciativa jornalística, sem fins lucrativos e, logo, sem amarras com anunciantes, que propõe a prática de reportagens investigativas de interesse público, com o objetivo de promover o debate democrático e com condições, como se viu, de expandir as liberdades instrumentais. É nessa perspectiva de organização política, econômica e cultural, nessas *condições de produção*, que ocorre a *produção* jornalística, que será analisada no tópico seguinte.

#### **4.4 Produção: da pauta à edição**

Na *produção*, no diagrama de Johnson (2010), reelaborado para essa análise, é quando o produto cultural é feito dentro das *condições de produção* e marcado pelas *relações sociais*. Para Hall (2003), trata-se do momento que a mensagem é construída. Esse momento carrega marcas da *cultura vivida*, é guiada pelas *condições de produção*, e imprime essas marcas no *texto* e recebe interferências das *representações públicas*. Quando vista pela ótica do jornalismo, cabe observar nela a rotina de produção, o que inclui desde as decisões de pauta, passando pelo planejamento de produtos e de investigação, até a edição do texto. Na sequência, se observa essa *produção* na prática jornalística de reportagens investigativas da

*Agência Pública*, a partir da reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, e também pelas marcas dessa produção verificadas em demais reportagens publicadas pela instituição.

O que se faz aqui é esmiuçar a produção da reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, evidenciando etapas como a pesquisa e a pauta, o planejamento de campo e de produção, a investigação propriamente dita, observando as entrevistas e métodos de trabalho, a redação da reportagem e, por fim, sua edição, bem como a aproximação dessas etapas com as liberdades instrumentais. Aborda-se essa pauta como o recorte principal, mas se busca, também, evidenciar a recorrência desse processo em outras reportagens publicadas pela *Pública*. Cabe ressaltar que essas etapas não são estanques, ou seja, elas são analisadas aqui como um processo, de fato, que ocorre, em alguns casos, concomitante. De acordo com Dias (2015), a produção de conteúdo na agência não segue uma rotina específica, dada as particularidades do trabalho com jornalismo investigativo e reportagens em profundidade que exigem que o repórter esteja na rua.

É no momento da produção também em que é possível observar com mais clareza o que Johnson (2010) insere no circuito como *representações públicas* e *vidas privadas*, a partir do modo como a *Pública* opera, define suas pautas e elabora suas notícias. A elaboração e definição da pauta do tabaco, por exemplo, parte de uma concepção da atividade que é pública e vem das *culturas vividas*. Mas ao mesmo tempo sofre interferências de uma ideia particular, que vem da *vida privada*.

#### **4.4.1 Pré-apuração**

O processo de definição e seleção de pautas na *Pública* ocorre de diversas maneiras. Sempre nos eixos temáticos trabalhados pela agência, as pautas são sugeridas pelos próprios repórteres ou pelas editoras (MOTA, 2016a), nos mesmos moldes do jornalismo tradicional, ainda que os temas e as abordagens sejam diferentes. Ocorre que, como se tem observado, a definição das pautas parte de projetos específicos – para além do fluxo de trabalho da redação.

Muitas das produções da agência estão inseridas em projetos pré-definidos. Por exemplo, a reportagem *Nenhum país adotou teto de gastos como o da PEC 241*<sup>42</sup>, pauta investigada a partir do projeto *Truco no Congresso*, com objetivos e financiamento específicos. O mesmo pode-se afirmar também sobre reportagens como *A terra das mortes*

---

<sup>42</sup> Disponível em: <http://PUBLICA.org/2016/10/truco-nenhum-pais-adotou-teto-de-gastos-como-o-da-pec-241/>. Nessa reportagem, de Étore Medeiros, apura informação contida no relatório da PEC 241 na Câmara, de autoria do deputado Darcísio Perondi (PMDB-RS).

sob encomenda<sup>43</sup>, do especial *Amazônia em Disputa* e, *Quem julga o juiz?*<sup>44</sup>, do projeto de microbolsas para investigar o judiciário no Brasil. De outro lado, reportagens como a *Escola Sem Partido caça as bruxas na sala de aula*<sup>45</sup>, são pautas propostas do fluxo contínuo de trabalho da *Pública*.

Segundo Mota (2016a), os assuntos das pautas vão surgindo de acordo com o momento político e social. A agência possui eixos de investigação com foco na investigação de violação de direitos humanos. Mas, disso, se tem “um leque para explorar, desde meio ambiente até violência policial”. A equipe busca explorar fatos que não estão sendo trabalhados pelos veículos tradicionais ou que não receberam o aprofundamento que a agência entende que deveria: uma investigação qualificada, focada no interesse público, para qualificar o debate (MOTA, 2016a). As pautas estão condicionadas, portanto, a questão dos direitos humanos e os eixos temáticos apresentados o que aproxima também essa etapa da produção com as cinco liberdades instrumentais, na mesma perspectiva que ocorre em *condições de produção*.

Nesse primeiro passo na *produção* jornalística dentro da *Pública*, tem-se o que Mota (2016a) chama de pré-apuração. Essa etapa inicia com pesquisa/elaboração da pauta/pesquisa, isso porque, quando se pensa em um assunto que possa ser transformado em pauta, é necessária uma pesquisa prévia para avaliar se o assunto se sustenta ou não como pauta. Na bibliografia se encontra a seguinte conceituação de pauta: “Pauta que é pauta define o rumo do trabalho, o ângulo, a escolha de uma ou várias nuances do que será apurado, qual o recorte da realidade que a reportagem fará, sob que modo novo será abordada a questão” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.79). E, a partir disso, é necessário que essa pesquisa seja aprofundada, a fim de obter o máximo de dados e informações sobre o tema para, então, checá-las e partir para as entrevistas.

Como exemplo desse processo, Mota (2016a) cita a reportagem *Um tapa na cara*<sup>46</sup>, uma das pautas escolhidas pelos doadores para ser financiada pelo projeto *Reportagem Pública 2015*. A sugestão de pauta partiu de uma inquietação da própria repórter. “Lia muitas notícias de casos de violência de morte com pessoas trans (*transexuais*) em São Paulo e eu não conseguia ter claro, como leitora, o que acontecia”. Na pré-produção Mota (2016a)

---

<sup>43</sup> Reportagem de Ciro Barros, disponível em: <http://PUBLICA.org/2016/10/a-terra-das-mortes-sob-encomenda/>.

<sup>44</sup> Reportagem de Vinícius Assis, disponível em: <http://PUBLICA.org/2016/09/quem-julga-o-juiz/>.

<sup>45</sup> Reportagem de Andrea Dip, disponível em: <http://PUBLICA.org/2016/08/escola-sem-partido-caca-bruxas-nas-salas-de-aula/>.

<sup>46</sup> <http://PUBLICA.org/2015/11/um-tapa-na-cara/>

passou a seguir pessoas no *Facebook* para acompanhar o que diziam ou faziam a respeito da causa: fossem transexuais e/ou também ativistas no movimento LGBT. Outro trabalho foi o de ler reportagens e textos sobre assuntos, tanto os acadêmicos quanto os não-acadêmicos, em maior número e diversidade possível.

É importante observar o quanto os elementos descritos em *condições de produção* interferem nesse momento do circuito, confirmando o que diz Johnson (2010) sobre a influência que um momento tem sobre o outro, como a questão dos eixos temáticos, por exemplo. Outro elemento que merece destaque nesse sentido, é sobre os financiamentos.

A pauta *Sob a fumaça, a dependência*, recorte nessa pesquisa, por exemplo, foi oferecida pelos jornalistas Moriti Silva Neto e João Peres a outros veículos, antes da *Pública*<sup>47</sup>, mas não foi aceita. A pauta chegou a receber o apoio da editora de um grande jornal de circulação nacional, mas acabou sendo negada pela diretoria (SILVA NETO, 2015a). A pauta foi proposta, então, ao projeto *Reportagem Pública 2015*, não venceu a votação, mas a Aliança de Controle do Tabagismo (ACT), que tinha um representante no grupo de doadores do projeto, se interessou em financiar a pauta, sem que houvesse nenhuma observação quanto à angulação da reportagem.

A ideia dessa pauta já existia há muitos anos, na verdade. O João (*Peres*) já vinha fazendo uma pesquisa, um levantamento. Ele já tinha feito até campo, no Paraná. Mas como os recursos acabaram e como, nós, jornalistas independentes, estamos normalmente envolvidos com várias frentes, e muitas vezes tirando dinheiro do bolso para fazer as reportagens, alguma coisa você engaveta. O João já vinha fazendo isso em 2014, apurando a questão do fumo no Paraná. Então essa parte já estava toda adiantada. Já tinha feito campo, já tinha falado com agricultores, já tinha falado com entidades de representação, já tinha ouvido várias partes, poder público e etc. Faltava o Rio Grande do Sul e era para isso que a gente precisava de recursos para continuar. E a ACT financiou essa parte. (SILVA NETO, 2015a).

Desde a proposta de financiamento, Silva Neto e o colega deixaram claro que não haveria qualquer tipo de interferência por parte da entidade financiadora. “Não mudou absolutamente nada em nossa pauta” (SILVA NETO, 2015a). Destaca, ainda, que se trata de uma política da própria *Pública*, como afirma Mota (2016b), desde seu estatuto, não aceitar intervenção das instituições que financiam as pautas. Tendo sido, esse processo, também muito transparente junto a ACT.

Se, de um lado, não houve interferência da ACT quanto a produção e conteúdo da reportagem, de outro, cabe observar mais atrás e perceber que, se a Aliança de Controle ao

---

<sup>47</sup> Os dois jornalistas, como já mencionado, são independentes e não integram o quadro fixo de funcionários da *Pública*.

Tabagismo propôs financiar essa pauta é porquê, diante do texto apresentado, houve uma identificação das ideias da instituição com a angulação proposta pela *Pública*.

A proposta de pauta apresentada, fornecida por Silva Neto a essa pesquisa (ANEXO C), diz que

A questão central desta reportagem será entender como é a vida do produtor de tabaco no Brasil, desde o cotidiano na lavoura até o contrato com as gigantes tabagistas. Essa produção é marcada pela sobreposição de problemas: intoxicação por agrotóxicos, contratos irregulares, baixa remuneração e trabalho infantil.

Têm-se, a partir dessa proposta de pauta, elementos que levam à expansão das liberdades instrumentais. De uma maneira geral, a discussão proposta para a reportagem investiga questões que se enquadram na *segurança protetora*, no que diz respeito, a proteção social do trabalhador. As *oportunidades sociais*, por sua vez, estão contempladas na questão da discussão da saúde do produtor de tabaco. No que toca os contratos irregulares mencionados na pauta, há uma aproximação com as *facilidades econômicas*, uma vez que essa liberdade pressupõe a não privação de direitos econômicos (SEN, 2010) que, mais adiante, em *texto*, se observa que é retratado pela reportagem.

Resultado da etapa de pesquisa, o jornalista Silva Neto demonstrou conhecimento sobre a realidade da região, ao chegar para a apuração no Vale do Rio Pardo. Conforme Mota (2016a), depois da pauta estar elaborada, o repórter se volta mais uma vez à pesquisa. Dessa vez, procura fontes, tanto documentais, quanto de especialistas e cidadãos que possam contribuir na checagem da informação. É na apuração, ou seja, na ida a campo, que os dados coletados na etapa da pesquisa são visualizados e checados<sup>48</sup>.

Esse movimento de pesquisa fica bastante evidente na fala de Silva Neto (2015a). Antes mesmo de conversar com as famílias produtoras de tabaco no Vale do Rio Pardo, com representantes sindicais, pesquisadores e instituições representativas nesse contexto, o jornalista questionava a situação da saúde dos produtores e de sérios problemas econômicos pelos quais passavam.

Ao explicar a pauta, Silva Neto (2015a) cita a perspectiva do desenvolvimento regional, da baixa diversificação da economia e conseqüente dependência econômica da produção de tabaco. A influência do capital estrangeiro, o desequilíbrio econômico entre indústria e produtores, o endividamento do agricultor e questões políticas também são

---

<sup>48</sup> A checagem de informação também ocorre em fluxo contrário: a partir do que emerge da apuração no campo, o repórter volta aos documentos e pesquisas para conferir aquela informação.

mencionadas. E ainda, casos mais pontuais, como o do Pronaf<sup>49</sup>, o alto índice de suicídio na região, a falta de cuidado do produtor com sua saúde, bem como dificuldade de organização e a pouca atenção que recebem por parte das políticas públicas.

Trata-se de informações obtidas por meio da leitura de outras reportagens e também de pesquisas acadêmicas. Segundo Silva Neto (2015a) de um lado, “empresas muito poderosas” e, de outro, “pessoas extremamente fragilizadas pelo processo”, denota uma situação de desequilíbrio no segmento. “A proposta consiste em tentar, no campo, constatar as origens, as raízes desse desequilíbrio e como isso afeta a vida da comunidade local” (SILVA NETO, 2015a).

Ademais, a capacidade das indústrias fumageiras em renovar argumentos em sua defesa e a fragilidade das entidades de representação ligadas à produção de tabaco parecem buscar uma preservação e uma conciliação dessa dependência econômica, e não um enfrentamento dos muitos problemas que podem ser observados na cadeia produtiva do tabaco (SILVA NETO, 2015a). “É um fenômeno social que a gente gostaria de observar de perto”.

A pesquisa e a elaboração da pauta são processos que caminham juntos. A pesquisa, principalmente, é um trabalho que ocorre antes e depois da elaboração da pauta, como ficou evidente na fala dos jornalistas Silva Neto (2015a) e Mota (2016a). Num primeiro momento, ela busca elementos que justifiquem e auxiliem na construção da pauta e na angulação<sup>50</sup> que a reportagem vai tomar e, depois, como um método de coleta de informações, em um processo de apuração, de fato.

Fica evidente nas entrevistas de Viana (2011, 2014a, 2014b, 2016), de Mota (2016a, 2016b) e de Silva Neto (2015a, 2015b), a importância da consulta exaustiva a documentos para a investigação das reportagens, o que demanda bastante tempo de pesquisa por parte dos repórteres e também domínio de uma linguagem técnica. Sobre essa pesquisa em documentos oficiais, Mota (2016b) destaca a complexidade que é compreender uma literatura muitas vezes burocrática e técnica.

Como exemplo desse trabalho de *produção* se observa uma série de três reportagens sobre hidrelétricas no Rio Tapajós, que Mota fez em 2014, junto com a repórter Ana Aranha:

---

<sup>49</sup> O jornalista se refere aos desvios de recursos do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). A chamada Operação Colono apontou que 5,7 mil agricultores do Vale do Rio Pardo foram lesados por um esquema supostamente operado por uma entidade que intermediava financiamentos com o governo federal, a Associação de Pequenos Agricultores Camponeses (Aspac), braço jurídico do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA). Ao todo, R\$ 9,9 milhões teriam sido desviados.

<sup>50</sup> Abordagem, direcionamento, dado à reportagem.

*Um aviso à Funai*<sup>51</sup>, *A batalha pela fronteira Munduruku*<sup>52</sup> e *Exclusivo: relatório da Funai determina que terra é dos Munduruku*<sup>53</sup>. Na pesquisa para essas reportagens o destaque fica no enfrentamento com uma literatura sobre impacto ambiental, demarcação de terras indígenas e viabilidade elétrica, além dos planejamentos do Ministério de Minas e Energia para aquela região da Amazônia. “Era preciso se debruçar sobre isso, para que quando a gente fosse para o Tapajós, tivéssemos todas essas informações em mente” (MOTA, 2016b).

Também é por meio da pesquisa em documentos que emergem subsídios para a apuração, como na pauta *Sob a fumaça, a dependência*, em relação ao índice de suicídios no Vale do Rio Pardo e sua relação com a produção de tabaco. Vale ressaltar que a *Pública* produz reportagem, que “é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística” (MARQUES DE MELO, 2003, p.66). Sendo o diferencial desse formato jornalístico, como aponta Medina (1990), justamente esse tratamento diferenciado que a produção recebe, tanto no tempo de ação quanto no processo de narrar.

Na investigação do caso Pronaf, foram contabilizados 10 suicídios na região. Conforme Silva Neto (2015a), embora a Polícia Federal não afirme que a causa dos suicídios tenha sido o envolvimento dos agricultores no escândalo, no relatório da própria polícia há entrevistas com famílias que diziam já não saber mais o que fazer em relação às dívidas e que pensavam em acabar com a própria vida. A partir do relatório do caso Pronaf, portanto, o jornalista obteve mais informações para serem apuradas no campo.

Outra etapa na pré-produção é a de planejamento dos produtos, ou seja, estabelecer quantos textos serão feitos, se haverá fotografias, vídeos, infográficos, entre outros. No caso da série de reportagens sobre as obras no Rio Tapajós, apresentadas pela repórter Jessica Mota (2016b), na fase de pré-apuração, foi combinado entre a equipe que, além dos textos, seria feita uma linha do tempo com infográficos e um mini documentário. De fato, a série, que levou cinco meses de produção, se desdobrou em quatro reportagens, uma linha do tempo<sup>54</sup>, que apresentou décadas de disputas pela bacia do Tapajós, e um mini documentário, dirigido por Marcio Isensee e Sá, chamado *Tapajós, um rio em disputa*<sup>55</sup>.

<sup>51</sup> <http://PUBLICA.org/2014/11/um-aviso-a-funai/>

<sup>52</sup> <http://PUBLICA.org/2014/12/batalha-pela-fronteira-munduruku/>

<sup>53</sup> <http://PUBLICA.org/2014/12/relatorio-funai-determina-que-terra-e-dos-munduruku/>

<sup>54</sup> <http://PUBLICA.org/linha-do-tempo-decadas-de-luta-pelo-tapajos/>

<sup>55</sup> <http://PUBLICA.org/2015/02/tapajos-um-rio-em-disputa/>

Já o planejamento no que diz respeito ao desdobramento da pauta com relação à quantidade de reportagens que serão feitas depende muito de como será a apuração. De qualquer forma, Pereira Júnior (2006) aponta que o planejamento para a apuração das informações organiza a edição e, sobretudo, representa a própria cadeia produtiva, em uma rotina de apuração. Na pauta sobre a produção de tabaco havia a possibilidade desse desdobramento, inclusive com entrevistas em profundidade, uma vez que alguns pesquisadores poderiam vir a merecer um espaço maior (SILVA NETO, 2015a).

Em relação ao planejamento dos demais produtos, a produção de fotografias, vídeos e infográficos, varia muito de uma pauta para outra, do que ela oferece e também das opções feitas pelos profissionais encarregados pela apuração, redação e edição (SILVA NETO, 2015a). Esclarece que, na maioria das pautas as fotografias são feitas por fotógrafos contratados na região da apuração, pois não há a disponibilidade de um profissional desses para acompanhar a pauta e contratar um para esse serviço, por muitos dias, o que aumenta o custo de produção. Custo esse que o jornalismo independente não consegue arcar. “A gente acaba fazendo o campo, as entrevistas, muitas vezes sem o fotógrafo. Ele vai depois fazer as fotos. Combinamos isso com as fontes”.

Para a pauta do tabaco não se tinha planejado vídeos e infográficos. A previsão de se fazer vídeos, aliás, precisa já aparecer no texto da pauta. Trata-se de uma exigência editorial da *Pública*. Quando isso ocorre, parte da verba destinada à produção é direcionada para isso. Silva Neto (2015a), no entanto, ressalva que, no campo, pode surgir algo extremamente interessante para ser trabalhado em vídeo e, por isso, ele carrega alguns equipamentos que possam captar imagens e áudio para esse fim.

Ainda na pré-apuração é feito o planejamento de campo, que consiste em programar a viagem e estabelecer contato com algumas fontes. Trata-se, como se pôde observar, de um processo bastante individual em cada pauta, para cada jornalista. Na pauta sobre as obras no Tapajós, por exemplo, as repórteres fizeram uma viagem de 20 dias, divididas entre os indígenas Munduruku, os ribeirinhos de Pimentel e em Itaituba, de maneira que fosse possível observar as diferentes realidades de perto.

Já o campo da reportagem *Sob a fumaça, a dependência* foi feito em Porto Alegre, Santa Cruz do Sul e Venâncio Aires, entre os dias 30 de agosto e 4 de setembro de 2015. O planejamento de campo previa uma viagem de avião de São Paulo, onde o repórter reside, a Porto Alegre, mas acabou sendo alterado e o jornalista viajou com o próprio carro. Essas decisões com relação à viagem devem ser bem pensadas por causa do custo e do orçamento que se tem para a reportagem (SILVA NETO, 2015a). Com relação a isto, afirma que fazer a

viagem de carro ou de avião – e ter que alugar um carro no Rio Grande do Sul -, não fazia diferença nos gastos com o campo, contudo, facilitava a mobilidade.

Nesse mesmo sentido, se pode observar, uma vez mais, o quanto um momento do circuito da cultura influencia no outro, como aqui, em que as questões referentes aos valores recebidos dos financiamentos interferem no campo, inclusive, no tempo em que o repórter pode permanecer em determinado lugar para a apuração *in loco*. Assim como em relação à viagem em si e as escolhas do meio de transporte, ocorre a escolha pela hospedagem mais barata (SILVA NETO, 2015a).

É também nesse planejamento de campo que se inicia a busca e o contato com as fontes. Trata-se de um trabalho de seleção de pessoas a serem consultadas que, impreterivelmente, também darão o tom da reportagem e, portanto, diz muito do resultado final. Segundo Silva Neto (2015<sup>a</sup>), essa busca por fontes se dá de inúmeras maneiras, tanto por meio da internet quanto por uma rede de contatos que os jornalistas vão construindo ao longo de suas carreiras. O mesmo pode ser observado no jornalismo comercial, o que muda, no entanto, em geral, é o tipo, e o número, de fontes consultadas.

Para a reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, foram consultados outros textos jornalísticos já existentes sobre o tema para verificar tanto informações quanto fontes. Assim como as pesquisas acadêmicas que, além de subsidiar o jornalista de informações sobre o assunto, indicam pesquisadores que têm domínio sobre o assunto e que devem ser entrevistados, além de indícios, nessas pesquisas, sobre outras fontes ou instituições. No entanto, para chegar às famílias de agricultores não é um processo tão simples, e essa aproximação ocorreu, de fato, durante a apuração no campo (SILVA NETO, 2015a).

Durante a pré-apuração se planejou que o intermédio com as famílias fosse feito por meio de entidades representativas, essas sim, já contatadas antes do campo. Para não depender apenas das entidades sindicais e ter alternativas para além das sugeridas por eles, há indicação sobre as famílias também por parte dos pesquisadores e de pessoas que trabalham com os direitos humanos, como o Movimento de Justiça e Direitos Humanos de Porto Alegre (SILVA NETO, 2015b).

O planejamento feito na pré-apuração, que tinha como fontes determinadas entidades sindicais, demonstra parte da estratégia produtiva da *Pública*. No entanto, de acordo com Silva Neto (2015b), ocorreu que as *culturas vividas* e as *relações sociais* encontradas no campo – àquelas discutidas em tópico anterior sobre o território -, mostraram que aquelas fontes não eram o suficiente para o que se pretendia, qual seja, de chegar às famílias produtoras de tabaco.

Esse contato com as fontes já na pré-apuração é feito à distância. Primeiro como uma forma de planejamento de campo mesmo e, também, por essa rede de contatos dos jornalistas. E aí está um dos diferenciais na produção de reportagens de um jornalismo que se coloca alternativo à mídia comercial: uma rede de contatos ligados aos movimentos de direitos humanos. Para Silva Neto (2015a), em algum momento, isso facilita o trabalho do repórter.

Tem o Movimento de Justiça e Direitos Humanos, tem o pessoal da Justiça Global, tem o pessoal dos movimentos internacionais... E a gente sempre está em contato, tanto com os de Porto Alegre, quanto com os de São Paulo. E eles conhecem outras organizações, te indicam. A gente vai atrás, então isso facilita. Mesmo assim não é fácil. Não é fácil. Ainda mais em uma região como essa [*o Vale do Rio Pardo*], em que o poder da indústria é tão grande. A gente não sabe exatamente onde eles estão presentes.

Para essa pauta, ainda na pré-apuração, também foram feitos contatos com as assessorias de comunicação de algumas indústrias do tabaco instaladas na região, no entanto, até a ida do repórter ao campo ele não havia recebido o aceite para as entrevistas e não sabia se seria recebido, apesar de, nas palavras de Silva Neto (2015a), terem sido “muito receptivos”. Com esse planejamento de campo pensado e estruturado, o repórter, ou a equipe, viaja e inicia a apuração.

#### **4.4.2 Apuração**

O trabalho de apuração consiste em, além de fazer entrevistas e com elas obter mais dados sobre o assunto, checar as informações coletadas na fase de pré-apuração. A afirmação de Mota (2016b) sobre o trabalho de apuração na série de reportagens no Tapajós deixa claro do que se trata esse momento: “a gente tinha todas as informações (*vindas do trabalho de pré-apuração*) e o que a gente fez foi não encarar todas elas como verdade. Buscamos checar essas informações no campo e ver o que a gente conseguia de novo”.

A partir do relato da repórter sobre a pauta do Tapajós é possível observar os diferentes momentos da apuração. As duas jornalistas responsáveis pela investigação tinham informações coletadas na pré-apuração, mas foi chegando ao campo que puderam constatar outros fenômenos. Elas sabiam de antemão que, mesmo antes da concretização das obras de hidrelétricas no Tapajós, já havia grandes impactos do ponto de vista das relações sociais, que haveria uma polarização de opiniões entre a população, dividida entre aqueles que eram contra e os que eram a favor das obras.

No entanto, com as entrevistas e investigações no campo, as jornalistas constataram que a população estava em uma condição de “refém”, de acordo com Mota (2016b). As pessoas que se diziam a favor se posicionavam dessa forma, pois não acreditavam que havia alternativa, diante da intimidação que a presença da Força Nacional no Tapajós causou às comunidades indígenas e ribeirinhas. Esse é um tipo de observação impossível quando não se vai a campo. “Isso vem do exercício de a gente ficar lá um dia, uma tarde, conversando com todo mundo que abriu a porta da sua casa para nos receber” (MOTA, 2016b).

Para chegar a essa compreensão as repórteres, de acordo com Mota (2016b), tinham um roteiro de perguntas para as entrevistas. Primeiro questionavam se a pessoa era a favor ou contra as obras e o porquê. Depois questionavam se, caso houvesse uma votação sobre as obras no Tapajós, se o sujeito votaria contra ou a favor, e aí todos responderam que votariam contra. Em campo, foram feitas entrevistas com índios, ribeirinhos, ativistas e empresários locais.

Na apuração de campo, portanto, que o jornalista entra em contato com a realidade da pauta, checa informações, faz entrevistas e tem acesso a dados que não teria caso não saísse da redação, seja no jornalismo à margem, como o praticado pela *Pública*, seja no jornalismo comercial. O que difere esse trabalho está nas entrevistas feitas, no tempo dedicado a essa apuração, nos métodos de trabalho utilizados, na quantidade e origem das pessoas consultadas.

Conforme Mota (2016b), na apuração da série de reportagens no Tapajós, foi o acesso ao *Relatório Circunstanciado de Identificação e Delimitação da Terra Indígena Sawré Muybu*, um documento elaborado pela FUNAI que determina que as terras em disputa na Amazônia – parte da pauta da reportagem – pertencem aos Mundurucus. Apesar de ser um documento público e que devia ser publicado, de acordo com ação do Ministério Público, ele estava disponível apenas na vara de Itaituba, um dos locais de campo da reportagem. “Ele não estava online, ele estava lá. Nós conseguimos o relatório porque a gente foi lá e conversou com as pessoas e descobriu que o relatório estava lá” (MOTA, 2016b).

O relatório se tornou uma das principais fontes da reportagem e documento de checagem de informação e, inclusive, foi disponibilizado no site da *Pública* junto à reportagem. E, como destaca a repórter, só se soube da existência dele por meio da apuração da reportagem que foi a campo, fez entrevistas e investigações.

É possível observar também na apuração da pauta sobre a produção de tabaco no sul do Brasil a importância da imersão e trabalho de campo. No campo, de acordo com Silva Neto (2015b), foi possível comprovar as informações que se tinha da pré-apuração e também,

o que é muito importante para a construção desse tipo de reportagem investigativa, foi possível entender como se vive na região, ou seja, as *relações culturais*.

No relato de Silva Neto (2015b) sobre os cinco dias de apuração no Vale do Rio Pardo emerge, de forma bastante contundente, com relação às investigações feitas no campo, a importância da preparação do repórter na pré-apuração. São as pesquisas feitas pelos repórteres antes da ida a campo que o possibilitam conduzir as entrevistas de determinada maneira, assim como a observar contradições nos discursos das fontes. Para Medina (1990), é o preparo do entrevistador que encaminha a pauta, por meio de um repertório acumulado generalista do repórter e também pelos conhecimentos específicos adquiridos na pesquisa.

No caso da pauta *Sob a fumaça, a dependência*, fez-se contato com algumas instituições no intuito de promover uma aproximação do repórter com famílias de agricultores. Ocorre que, em um primeiro momento, algumas instituições, de acordo com Silva Neto (2015b) tentaram mostrar para ele famílias que estivessem contentes com a produção de tabaco e que, ao contrário do que a pauta indicava, não havia “um cenário de terra arrasada”.

No entanto, uma vez a par dos problemas relacionados à produção de tabaco, e também com a diversidade de fontes consultadas, o repórter estava preparado para, durante as entrevistas com as famílias, fazer questões referentes a esses problemas e encontrar contradições no discurso daqueles que se diziam plenamente contentes com a produção de fumo.

Uma coisa interessante, mesmo no lado que os sindicatos procuraram me mostrar, deu para captar algumas coisas. Teve um exemplo de uma família extremamente satisfeita com a plantação de fumo, mas os outros exemplos que eles me mostraram – que foram mais três – todos me mostraram algum nível de insatisfação. ‘Olha, a gente continua também porque não tem saída’. Mostraram um conformismo, na verdade. Como se eles tivessem realmente presos a um ciclo vicioso do qual eles não conseguem sair. (SILVA NETO, 2015b).

Silva Neto (2015b) entrevistou nove famílias produtoras de tabaco durante os cinco dias em que esteve fazendo a apuração no Vale do Rio Pardo. As entrevistas foram feitas nas próprias propriedades das famílias, nas quais o jornalista chegava por intermédio ou indicação de alguma fonte. Nas primeiras famílias foi acompanhado de alguma representação sindical ou de lideranças de movimentos sociais, em outras, foi sozinho. As entrevistas constituíam em longas conversas, de acordo com o jornalista e, assim, era possível observar, entre outras informações, as contradições já expostas.

Diante do exposto até aqui sobre as características de produção da *Pública*, que a diferenciam do que se observa na mídia comercial, como os eixos temáticos que norteiam as escolhas de pauta, a opção por privilegiar determinadas fontes e, com isso, uma certa angulação, que eleva a reportagem a um patamar mais crítico da realidade social, é que se pode aproximar o momento com as *liberdades políticas*.

É importante observar que as opções feitas pelos repórteres e editoras refletem no resultado final da reportagem e, antes disso, no tipo de informação que conseguem coletar. Delimitar as pautas em torno dos direitos humanos, junto de um tipo específico de angulação dada pela *Pública* – ter um olhar de baixo para cima, ou seja, ouvindo os movimentos sociais, as pessoas, as comunidades locais, as pessoas que são afetadas para daí entender a complexidade da situação e buscar os outros atores como empresas e governos (VIANA, 2014) – leva o repórter a determinadas fontes. As fontes, por sua vez, possuem um tipo de leitura da realidade. Porém a realidade é múltipla, permite diversas interpretações, que se relacionam às concepções de mundo e às posições dos sujeitos no processo social. Ou o que, no circuito da cultura de Johnson (2010), entende-se por *culturas vividas e relações sociais*.

Nesse sentido, questionou-se o jornalista Silva Neto sobre como o mesmo se apresentava aos seus entrevistados, fossem essas entrevistas formais ou não. Ele se apresentava como jornalista e dizia que estava na região do Vale do Rio Pardo para fazer um trabalho investigativo sobre a cultura do fumo. Informava às fontes que procurava, na investigação, abordar as diversas perspectivas, falando tanto dos problemas com relação a produção de tabaco, mas também que gostaria de ouvir sobre a relevância da cultura do fumo para a região (SILVA NETO, 2015b).

Ao chegar ao Vale do Rio Pardo para o campo da reportagem em setembro de 2015, Silva Neto (2015a) falava dos contatos estabelecidos com fontes que o levariam às famílias produtoras de tabaco e também que o abasteceriam de informações com relação aos problemas do cultivo do fumo, seja sobre a saúde ou questões econômicas. Mas enfatizou que também estava na região para “ouvir as autoridades”, o “discurso oficial”.

Uma coisa que o jornalista, na nossa visão, não pode ser, é preconceituoso. Não pode ter preconceito contra qualquer classe, qualquer origem da fonte. Seja de qualquer círculo, seja da cultura da vida corporativa, seja do poder político. Não pode ter preconceito em entrevistar e conversar com as fontes. A gente tem que estar presente. Isso se a fonte quiser falar conosco, lógico. Às vezes algumas não querem. Muitas vezes não querem. Porque veem a posição do veículo e falam ‘para vocês eu não dou entrevista’. (SILVA NETO, 2015a).

Além dos cinco dias que ficou no Vale do Rio Pardo, Silva Neto também esteve em Porto Alegre, antes, para algumas entrevistas. Na capital gaúcha conversou com pessoas do Movimento de Justiça e Direitos Humanos de Porto Alegre, como o presidente do movimento, Jair Krischke, que também assessora a União Internacional dos Trabalhadores na Alimentação (UITA). Silva Neto (2015a) explica que a UITA é a maior organização sindical, que envolve sindicatos do mundo inteiro e Krischke assessora a UITA justamente na questão do tabaco.

Em Porto Alegre, o jornalista esteve também na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), onde entrevistou o pesquisador Sebastião Pinheiro e pessoas do Núcleo de Economia Alternativa. Outro contato foi com a Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Rio Grande do Sul (FETAG), que colocou o repórter em contato com os sindicatos do Vale do Rio Pardo. Além de inúmeras outras pessoas (SILVA NETO, 2015a).

As entrevistas feitas em Porto Alegre, segundo Silva Neto (2015a), foram para, além de estabelecer contato com outras possíveis fontes e contextualizar historicamente a produção de tabaco na região. “É gente que conhece a região, que não fala só olhando de longe. Que passou tempo, que pesquisou, que veio pra cá, que viveu aqui por um tempo, que conhece bem a história” (SILVA NETO, 2015a).

Depois do campo, já de volta a São Paulo, Silva Neto (2015b) conta sobre algumas entrevistas que fez na região. Os representantes da indústria acabaram não sendo ouvidos. De acordo com o jornalista, ele não conseguiu falar com ninguém, sendo “uma combinação de resistência e falta de tempo, já que a prioridade era entrevistar as famílias produtoras de tabaco”, que poderia ter sido diferente caso ele tivesse permanecido mais tempo na região, o que foi impossibilitado pelo orçamento da reportagem (SILVA NETO, 2015b). O mais próximo de representantes da indústria do tabaco entrevistado foi um classificador de fumo, que pediu para o jornalista não revelar o nome.

Duas características da *Pública* ficam claras aqui: o modelo chamado de independente oferece recursos financeiros reduzidos para a apuração da reportagem, o que impossibilitou, de acordo com o repórter, que fontes oficiais fossem entrevistadas; e também a valorização das histórias contadas a partir dos seus personagens, em geral à margem, no caso, os produtores de tabaco, e não os representantes da indústria, do poder público e dos sindicatos, que tem espaço garantido nos veículos hegemônicos.

O processo de apuração, cabe ressaltar, não inicia e termina no campo. Ele começa antes disso, já na pesquisa e segue depois que o jornalista vai embora. No caso de Silva Neto, por exemplo, algumas entrevistas ainda foram feitas por telefone e e-mail quando o mesmo já

estava de volta a São Paulo, como com professores da Universidade de Santa Cruz do Sul. Concomitante, inicia a redação da reportagem.

#### 4.4.3 Texto e Edição

Os textos jornalísticos, de acordo com o gênero, possuem características específicas de redação. Com a reportagem não é diferente e, na *Pública*, há uma preocupação com essa redação, ainda que não existam regras e modelos. É importante ter em mente, também, que, em um primeiro momento, as reportagens da *Pública* são publicadas *online* e, depois, em alguns casos, em veículos impressos, de acordo com o interesse dos seus republicadores. Ocorre que, assim como nos diferentes gêneros, as diferentes mídias também exigem textos diferentes. E a diferenciação não é observada na *Pública*.

As reportagens publicadas pela agência são, de maneira geral, longas, com uma média de 40 mil caracteres por reportagem, sendo que, em um jornal impresso, por exemplo, uma reportagem considerada longa, de duas páginas, tem cerca de 10 mil caracteres. A pauta *Sob a fumaça, a dependência*, extrapola essa média da *Pública* e foi publicada com mais de 66 mil caracteres.

O jornalismo online pressupõe o imediatismo e, com isso, um texto curto, pois há uma dispersão do leitor. No entanto, a *Pública*, mesmo na internet, investe no jornalismo investigativo, aprofundado, que exige textos mais longos. E investe, em suas narrativas, em uma combinação de linguagem jornalística e literária<sup>56</sup>. “É mentira que as pessoas não leem textos longos na internet. Nós publicamos grandes reportagens. As pessoas leem bastante, compartilham bastante” (VIANA, 2012).

A “qualidade literária” dos textos da *Pública* é destacada por Mota (2016b). Ela afirma ser uma preocupação da agência fazer textos que as pessoas tenham vontade de ler e capazes de transmitir a dimensão do campo pela forma textual. A jornalista diz que a reportagem não pode ter um formato “duro”, o trabalho de investigação aprofundada, que exigiu tanta dedicação do repórter, acabará não sendo lido.

Para a construção do texto, além de uma boa investigação, Mota (2016b) afirma ser necessário um exercício “quase antropológico, de alteridade”, ou não é possível transcrever no texto a dimensão daquilo visto em campo. Para ela, o fato do tempo que a *Pública* permite que um repórter fique envolvido com a produção de uma pauta, possibilita a criação de uma

---

<sup>56</sup> Questões referentes a estrutura e linguagem do texto serão discutidos no próximo item dessa pesquisa.

relação íntima do jornalista com aquela realidade, pois ele fica muito tempo dedicado ao tema, entrevistando pessoas, observando e até vivendo determinada realidade. “Isso se reflete nessa forma de você se posicionar com empatia, sem preconceitos, que permite essa formulação de texto” (MOTA, 2016b).

A *Pública* tem como referência os textos que eram produzidos na *Revista Realidade*<sup>57</sup> (1966-1976), que fazia reportagens aprofundadas. Sérgio de Souza, jornalista da *Realidade*, trabalhou, anos mais tarde, com Natália Viana e Marina Amaral na *Caros Amigos*<sup>58</sup>, de onde as diretoras da *Pública* trazem sua trajetória de referências em reportagem aprofundada (VIANA, 2012).

O processo de redação de cada reportagem é bastante particular, ainda que tenha, também, o trabalho de edição por parte de uma das editoras. Silva Neto (2015b) diz que é o seu ritmo e o seu estilo que definiram as linhas gerais da reportagem *Sob a fumaça, a dependência*. Mota (2016b) destaca a preocupação em deixar o texto fluido e que seja capaz de engajar o leitor. E é também a busca em transformar uma linguagem que, muitas vezes, é técnica ou antropológica, em uma linguagem jornalística que dê a dimensão para as pessoas daquela realidade investigada pelas pessoas. “Como você explica, por exemplo, para uma pessoa que vive em São Paulo como é a vida na floresta, quando ela não tem a menor noção do que é a vida na Amazônia?” (MOTA, 2016b).

Para além das funções administrativas que Natália Viana e Marina Amaral desempenham na *Pública*, elas também são as editoras do processo produção das reportagens. Mota (2016a) explica que elas cumprem com o papel de editoras, num primeiro momento com orientações sobre a apuração e depois, com a edição<sup>59</sup> do texto. “Elas leem o texto para ver se não tem nenhuma informação solta, se não falta checar algo que não ficou claro ou de repente uma informação que faltou” (MOTA, 2016a). Quando é o caso, o repórter volta no

---

<sup>57</sup> *Realidade* foi uma revista brasileira publicada pela Editora Abril, que circulou entre 1966 e 1976. Foi considerada inovadora para época, pela produção de grandes reportagens e por ter um modo de produção que permitia aos repórteres uma dedicação de um mês ou mais com a pauta, semelhante ao que a *Pública* faz hoje nesse sentido.

<sup>58</sup> A *Caros Amigos* é um projeto de um grupo de jornalistas e outros profissionais da comunicação que tinham como objetivo fundar um veículo que se contrapusesse ao jornalismo tradicional. O projeto previa a publicação de conteúdo questionador, crítico e progressista. A revista foi lançada em abril de 1997 e se tornou referência como uma publicação contra-hegemônica. A revista procura praticar um jornalismo independente, crítico e comprometido com a transformação da sociedade brasileira.

<sup>59</sup> No jornalismo o termo *edição* dá conta de um processo de finalização dos textos, normalmente feito por um jornalista que possua o enquadramento profissional de *editor*. Pode ser também entendida como *fechamento*. (MEDINA, 1990).

processo e apura mais alguma informação. De acordo com Mota (2016a) a qualidade dos textos está diretamente ligada ao trabalho de edição de Natália Viana e Marina Amaral.

As editoras acompanham a produção desde a pré-apuração. Silva Neto (2015a) esclarece que as pautas são muito discutidas nessa etapa, entre repórteres e editoras e às vezes com toda a equipe. Natália e Marina dividem as reportagens, em geral, cada investigação tem edição de apenas uma delas. Na reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, a edição foi de Marina Amaral. Durante o período de apuração, antes e depois do campo até a publicação da reportagem, Silva Neto (2015a) conta que o contato dele com a editora ocorreu semanalmente. Algumas vezes conversas pontuais, em outras, cabia ao repórter enviar um relatório sobre o andamento da pauta. E, pontualmente, quando havia uma informação nova, a editora era informada. Mas o jornalista destaca a liberdade dada a ele.

O editor, na *Pública*, tem um posicionamento bem democrático. Não existe essa coisa de ele fazer uma sugestão e você acatar sem discutir. Não tem essa coisa de imposição. A gente procura debater no final, antes do texto ser construído. A gente procura debater quais foram as questões relevantes e o que deve estar em que lugar. (SILVA NETO, 2015a).

Após a apuração de campo no Vale do Rio Pardo, e no momento em que a reportagem sobre o tabaco ainda estava sendo redigida, Silva Neto (2015b) contou que estava trabalhando na redação do texto e que, depois de pronto, passaria pela edição. E, nesse momento, há uma conversa entre repórteres e editora e ela diz o que acha que poderia ser modificado no texto, como por exemplo, alguma informação que poderia receber maior destaque.

#### **4.5 Textos e Leituras – a reportagem *Sob a fumaça, a dependência***

O momento *textos* do circuito da cultura de Johnson (2010) compreende no produto cultural produzido, executado. Aqui ele diz respeito às reportagens produzidas pela *Pública* e, como sugere a proposta de Johnson (2010), parte-se do entendimento de que esse momento do circuito sofre influências da *produção* assim como interfere em *leituras*. Para Johnson (2010, p.75) o *texto* é estudado no circuito “pelos formas subjetivas ou culturais que ele efetiva e torna disponíveis”. Esse momento será analisado aqui com vistas a identificar, principalmente, marcas da *produção*, das *condições de produção* e das *relações culturais* no *texto*. Busca-se também observar o momento *leituras* para, então, poder estabelecer a relação entre a estratégia produtiva da *Pública* com as liberdades substantivas de Sen, com vistas a aproximar a comunicação do desenvolvimento.

A partir do momento *textos* se verifica aqui a materialização dos demais momentos do circuito já analisados. O foco da análise nesse item recai sobre a reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, para garantir maior profundidade nas observações. Destaca-se que a opção pela pauta como recorte de pesquisa se deu em razão da possibilidade da pesquisadora acompanhar não apenas o texto, por meio do site da agência, mas também a sua produção no Vale do Rio Pardo (RS). Fez-se, ao longo de 2015 e 2016, o acompanhamento das reportagens publicadas pela *Pública* a fim de estabelecer recorrências, como se fez até aqui e, então, chegar à análise de uma única reportagem.

No circuito da cultura proposto por Johnson o momento *textos* se desdobra em *formas*. Por *textos* o autor se refere ao produto cultural em si e, *formas*, ao formato que o produto possui, qual seja, no caso da *Pública*, de uma reportagem. Kovach e Rosenstiel (2003) dividem as reportagens investigativas em três modelos, a saber: a reportagem investigativa original, a reportagem investigativa interpretativa e a reportagem investigativa sobre investigações. Identifica-se nas *formas* da *Pública*, de acordo com o que se observou durante dois anos, os dois últimos modelos propostos pelos autores.

Na reportagem investigativa original há um empenho do repórter para obter informações que sejam de interesse público e que são mantidas em sigilo por interesses políticos ou particulares (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003). Como já se mostrou na pesquisa, essas são características da estratégia produtiva da *Pública*. De acordo com os autores, nesse modelo, mais importante do que informar é descobrir e fazer com que determinada informação chegue aos cidadãos.

A reportagem investigativa interpretativa, por sua vez, na qual se identifica a pauta *Sob fumaça, a dependência*, também exige um esforço e iniciativa dos repórteres, ainda que o empenho na apuração não seja a revelação de algo inédito. Conforme Kovach e Rosenstiel (2003) o objetivo da reportagem é contextualizar a informação e explorar, por meio da análise e reflexão, as diversas dimensões do assunto e, assim, proporcionar ao público que ele próprio, por meio das informações disponibilizadas pela reportagem, faça sua interpretação.

Esta seção caminha por algumas categorias de análise pré-definidas. Inicia-se observando o eixo temático em que a reportagem se enquadra, dentro daqueles já apontados em *condições de produção*. Na sequência, identificam-se as fontes utilizadas a qual grupo pertencem, bem como sua relação com a angulação da reportagem. Observa-se também a reportagem pelo viés da narrativa e, para finalizar o momento *textos*, se utiliza da análise do discurso a fim de identificar formações discursivas no texto, que indiquem os sentidos presentes nele.

O primeiro elemento que se observa aqui, no texto da reportagem sobre a produção do tabaco é o eixo temático em que ela se enquadra. Como apresentado em *condições de produção*, a *Pública* trabalha com alguns grandes eixos temáticos que permitem desdobramentos em muitos assuntos, sempre relacionados à questão dos direitos humanos. Cabe destacar que a reportagem foi publicada vinculada ao assunto *meio ambiente*.

Uma pauta que, como visto no momento da *produção*, propõe investigar as relações que existem entre o agricultor, produtor de tabaco, e as empresas que compram esse fumo, por si só, já é uma reflexão sobre direitos humanos. Mas não só. A proposta de pauta (ANEXO C) sugere uma angulação que caminhe por assuntos como a saúde dos agricultores, devido à intoxicação por agrotóxicos, os contratos irregulares com a indústria, a baixa remuneração e, com isso, uma dependência econômica desse setor, e ainda o trabalho infantil.

A presença desses aspectos no *texto* já fica evidente no título da reportagem, que fala da dependência. As informações vão sendo apresentadas para o leitor de maneira que, aos poucos, ele vá compreendendo a angulação que a temática da produção do tabaco, investigada à luz das questões dos direitos humanos, ganha forma. A linha de apoio<sup>60</sup> evidencia um pouco mais a abordagem. “Não são apenas os fumantes que estão atrelados a um hábito do qual é difícil se livrar. O Brasil, líder global na exportação de tabaco, oculta sob os dados econômicos um quadro social de efeitos devastadores”.

Ao longo da reportagem, tanto vão sendo apresentados os caminhos escolhidos pela *produção* e, antes, condicionados pelo modelo de trabalho da *Pública*, como também as justificativas para isso, como se pode observar nos trechos destacados.

Viveu na pele os efeitos da prisão que é a cadeia do tabaco.

A utilização de agroquímicos na produção de tabaco foi compreendida pelos familiares como algo que atacava a saúde e também degradava o meio ambiente.

Heitor e família chegaram a cultivar 94 mil pés de fumo nos picos de produção. E os problemas de saúde vieram.

O Rio Grande do Sul é um dos estados que reúnem os melhores indicadores sociais no Brasil. Na contramão disso, está à frente também em suicídios, causa de tragédias familiares e debates efervescentes entre pesquisadores. As estatísticas do povo gaúcho atingem o dobro da média nacional. [...] A maioria, no Vale do Rio Pardo.

A ideia predominante entre os moradores da região do Vale do Rio Pardo é que não existe porta de saída da cultura do fumo.

---

<sup>60</sup> Linha de apoio ou subtítulo, no jornalismo, diz da frase que se apresenta em destaque logo abaixo do título.

Doenças, suicídios e trabalho infantil são exemplos de questões naturalizadas por um sistema que violenta os saberes de milhares de famílias de agricultores, provocando abalos emocionais e fragilidade física, além de uma nociva dependência econômica individual e coletiva.

Estão presos a um esquema poderoso que enredou toda a região.

O sistema integrado, como foi batizado pelas empresas, é a prisão dos camponeses.

Elemento seguinte ao tema, no momento *textos*, que se propõem observar são as fontes jornalísticas. Em *produção* já se fez algumas observações com relação às fontes, diretamente ligadas às *condições de produção* e as *relações sociais*, no que diz respeito, em um primeiro momento, no tipo de fonte necessária para a produção de reportagens sobre direitos humanos, como é a proposta da agência. E, ainda, na rede de contatos dos repórteres, a partir de uma determinada compreensão da realidade. Viu-se, ainda, que as *relações sociais* que existem no campo, no caso no Vale do Rio Pardo, também interferem no processo e, na reportagem sobre o tabaco, desconstruiu, em certa medida, o que se tinha planejado sobre as fontes.

É preciso ter claro que, no jornalismo, as fontes recebem uma classificação que, de acordo com Schmitz (2010) é necessária para conhecer a força das fontes. O autor apresenta a seguinte tipificação:

**Quadro 4 - Tipificação das fontes de notícias**

CATEGORIA	GRUPO	AÇÃO	CRÉDITO	QUALIFICAÇÃO
Primária	<b>Oficial</b>	Proativa	Identificada	Confiável
Secundária	<b>Empresarial</b>	Ativa	Sigilosa	Fidedigna
	<b>Institucional</b>	Passiva		Duvidosa
	<b>Individual</b>	Reativa		
	<b>Testemunhal</b>			
	<b>Especializada</b>			
	<b>Referência</b>			

Fonte: SCHMITZ, 2010.

No intuito de identificar marcas dos outros momentos do circuito em *textos* e com a compreensão de que as fontes falam a partir de um lugar social e emitem certas posições sobre determinado assunto, corroborando para a angulação da reportagem, a análise aqui se

detém aos **grupos** das fontes (em destaque no quadro), que as divide, como mostra o quadro, em oficial, empresarial, institucional, individual, testemunhal, especializada e referência.

A fonte oficial, de acordo com Schmitz (2010, p.9) é alguém em função ou cargo público, que se pronuncia em nome do Estado. O autor destaca que essas são as fontes preferidas da mídia e ressalva que elas “podem falsear a realidade”. Já as fontes empresariais são os representantes das indústrias, comércio, serviços e agronegócio. Para Schmitz (2010), elas buscam, junto à mídia, preservar sua reputação. A institucional, por sua vez, também conhecida como independente, representa as organizações sem fins lucrativos ou movimentos sociais e, como destaca o autor, estão desvinculadas de qualquer interesse próprio, ainda que defendam sempre seu ideal.

Schmitz (2010) conceitua ainda os outros quatro grupos de fontes. A individual, que representa a si mesma, pode ser uma pessoa comum e humaniza a narrativa jornalística. Ela também contextualiza a informação da vida cotidiana. A testemunhal, que relata o que viu e ouviu, desempenhando um papel de portadora da verdade; a especialista, que é alguém com saber específico, em geral relacionada à profissão ou área de atuação e, por fim, a referência, que diz respeito à bibliografia, documentos e mídias pesquisadas.

Em *condições de produção* e em *produção* já se destacou, das entrevistas, que a *Pública* ouve primeiro o cidadão envolvido em determinado acontecimento para depois buscar respostas junto ao Estado ou as empresas. Com a reportagem da produção de tabaco no sul do Brasil não foi diferente. Silva Neto (2015b) diz que a prioridade era ouvir os produtores de fumo e conhecer a sua realidade, ainda que tenha mencionado, no planejamento de campo, diversas outras fontes. A inversão de prioridade por determinado grupo de fontes, que se observa na *Pública* em relação ao comportamento dos veículos tradicionais, deixa explícito uma particularidade do *modus operandi* da agência. A opção por valorizar certas fontes em detrimento de outras interfere diretamente na angulação dada às investigações jornalísticas e, conseqüentemente, no produto final que chega ao leitor.

Schmitz (2010) afirma que as fontes oficiais são as preferidas dos jornalistas, mas não é isso que se observa nas reportagens da *Pública*, em especial na sobre o tabaco. Rastream-se as fontes citadas no texto e não se encontrou nenhuma que se enquadre no grupo das oficiais. Pelo contrário, o grupo de fontes que mais aparece na matéria é o das fontes individuais, bem como já apontava a pauta na *produção*. Encontrou-se 15 fontes desse grupo, sendo, a maioria, produtores de tabaco. A valorização das fontes individuais pela *Pública*, em detrimento das fontes oficiais, evidencia a proposta da agência em dar luz às questões não

tratadas pela mídia hegemônica, uma vez que nos veículos dessa mídia, o que predomina, como aponta Schmitz, são as fontes oficiais, que dão determinada versão dos fatos.

O segundo grupo com mais incidência na reportagem foi o de fontes de referência, somando um total de 7, entre documentos, pesquisas e conteúdo midiático. Outros dois grupos foram identificados: o de fontes especializadas e o de fontes institucionais, somando 6 entrevistados em cada um deles. A identificação de fontes na reportagem corrobora para a fala de Viana (2014b) que diz que as entrevistas, na *Pública*, são feitas de baixo para cima, ou seja, ouvindo primeiro as fontes individuais.

Ao comparar os entrevistados mencionados em entrevista pelo jornalista Silva Neto (2015a) no planejamento da pauta com os encontrados na reportagem, nota-se uma diferença: tanto nomes que, de acordo com o jornalista foram entrevistados e não aparecem no texto, como também entrevistados que estão no texto e que não estavam no planejamento. Ocorre que no processo de apuração de uma reportagem, diversas fontes são consultadas a fim de contextualizar a temática da pauta e também no intuito de checar informações. Dessa forma, de fato, nem todos são citados no texto, ainda que suas contribuições tenham colaborado para o conteúdo da reportagem.

Os grupos de fontes consultadas em uma reportagem estão diretamente ligados à angulação dada ao texto, ao tipo de abordagem dada ao tema. A reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, como se viu, aborda a produção de tabaco no sul do Brasil. Em *relações sociais e culturas vividas*, se apresentou as características do território do tabaco, da cultura para a região e dados que expressam a sua representatividade para a economia do Sul do Brasil, mais especificamente o Vale do Rio Pardo e, também, o quanto a presença do fumo na região está ligada a cultura.

A partir do conhecimento que se tem sobre o território do tabaco se percebe a possibilidade de se fazer muitas abordagens, como por exemplo, uma reflexão que se origine dos dados em relação ao faturamento tanto dos produtores, quanto da indústria e do Estado, ou ainda sobre o número de empregos gerados e de famílias produtoras. Contudo, o que se vê em *Sob a fumaça, a dependência* é uma abordagem crítica em relação aos dados objetivos, rotineiramente apresentados pelos setores produtivos do tabaco.

No momento *textos* do circuito da cultura, sendo o objeto de análise uma reportagem, cabe observar também a forma como o texto foi construído, ainda que esse não seja um estudo de narrativas. Narrativa entendida como “o relato de um conjunto de acontecimentos dotados de sequência, que capta, envolve o leitor, conduzindo-o para um novo patamar de

compreensão do mundo que o rodeia e, tanto quanto possível, de si mesmo, pelo espelho que encontra nos seus semelhantes retratados pelo relato” (LIMA, 2009, p.138).

A partir da compreensão de narrativa, Lima (2009, p.141) sugere que aumentar o escopo da narrativa pode rejuvenescer o jornalismo e acrescenta, ainda, que a qualidade do texto jornalístico se dá pela narrativa. Ou seja, pela maneira como o repórter ordena e distribui os elementos na reportagem, com o objetivo de criar uma “interação frutiva” entre o texto e o leitor. Essa concepção vai ao encontro do que diz Mota (2016b) em relação à preocupação da *Pública* em elaborar textos que sejam fluidos e que engajem o leitor.

Para Lima (2005), a narração é um dos fundamentos da reportagem e, por isso, merece ser observada aqui. O autor ressalta que, na narração, o elemento que merece atenção é a descrição e que, na maioria das vezes, é um recurso narrativo deixado de lado pelos repórteres. A descrição ilustra características físicas e particulares de pessoas, ambientes e objetos. “É um lançar luzes que amplia a nossa percepção, emoldurando melhor o acontecimento do qual trata a matéria” (LIMA, 2005, p.1).

O uso da descrição na narrativa jornalística é um recurso que, além de tornar o texto atrativo para o leitor, como destaca Lima (2009), conduzindo-o para determinado ambiente, também corrobora para dar credibilidade à reportagem, pois evidencia a presença do repórter em determinado local. Apesar do autor destacar que esse seja um recurso pouco presente no jornalismo, observa-se nas reportagens da *Pública* a presença dessa técnica. Abaixo, destacam-se trechos da reportagem em que se faz uso da descrição.

A ascendência é alemã, algo que fica expresso no sotaque.

O ano era 2011 quando esta história começou a ser apurada. E não só o frio de uma tarde de sábado de inverno trazia um ar cinzento ao lugar. Os olhares de todos mostravam tristeza, como se estivessem à espera de notícias ruins em um corredor de hospital. A casa de Lídia Maria Bandacheski do Prado estava constantemente sob uma névoa de tensão. Ao fundo, finalmente, ela aparece, sentada – ou depositada – sobre uma cadeira. Não se permite sorrir em momento algum durante as horas de conversa.

A tristeza continua sendo a marca da conversa.

Enxada nas mãos, em meio a folhas de fumo, Maicon Inácio Wagner mora também na comunidade.

Já é noite de 1º de setembro em Venâncio Aires. O corpo sente o cansaço de quem circula desde as primeiras horas da manhã e a mente está atordoada depois das declarações na propriedade dos Haas. Ainda havia 31 quilômetros a percorrer até Santa Cruz do Sul.

Trinta minutos de estrada e a marca da líder do mercado de fumo do país dá as “boas-vindas” a quem chega. As folhas de tabaco esculpidas na madeira e o nome da Souza Cruz estampado logo nos primeiros metros de solo de Santa Cruz do Sul já dão uma ideia do tamanho do poder.

Uma atendente de farmácia abaixa a cabeça e ignora a pergunta sobre a dependência do comércio municipal em relação ao tabaco. Outra moça, dessa vez numa padaria, passa um bom café, mas o olhar por cima do ombro do interlocutor denuncia o temor de que alguém esteja à espreita sempre que se toca no assunto.

Se a marca da Souza Cruz está estampada na entrada do município, a da americana Universal Leaf Tabacos está em destaque no principal parque público da cidade. Os nomes delas, aliás, são lidos em muitos lugares.

Enfim, chega o sol do dia 2. Acionado o telefone anotado na noite anterior. Do outro lado, uma voz feminina confirma o lugar e o nome do coordenador.

Do hotel ao Capa, o caminho é curto e a distância é percorrida a pé. Logo, um homem alto, barba e cabelos brancos, se apresenta. É Sighard e, pela primeira vez em todos os contatos feitos em Santa Cruz, a resposta sobre falar abertamente sobre a cultura do tabaco é positiva. Alívio. (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

Da construção da narrativa, que diz de um processo estético, passa-se a observar o teor informativo do texto, ou seja, o que de fato a reportagem informa aos seus leitores, a partir de determinadas *relações sociais, condições de produção e produção*. Para isso, faz-se uso de uma técnica da análise de discurso<sup>61</sup>, que identifica as formações discursivas e indicam os sentidos presentes na reportagem. “A formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada [...] determina o que pode e deve ser dito” (ORLANDI, 2003, p.43).

#### 4.5.1 Os sentidos em Sob a fumaça, a dependência

Aqui são identificadas as *formações discursivas* (FD) da reportagem e se elas possibilitam alguma das liberdades instrumentais. As FDs permitem compreender como ocorre a produção dos sentidos e possibilita que o pesquisador estabeleça regularidades no funcionamento do discurso (ORLANDI, 2003, p.43). Cada formação discursiva é composta por sequências discursivas (SDs) que dão sentidos ao texto.

Identificaram-se as formações discursivas apresentadas na sequência, que foram numeradas e nomeadas indicando o seu sentido principal. No que diz respeito aos sentidos presentes na reportagem, foram dez as FDs, com inúmeras SDs em cada uma delas. Buscou-se

---

<sup>61</sup> Cabe destacar que essa pesquisa não tem como objetivo analisar o discurso da reportagem, mas que, no entanto, se entendeu que a utilização dessa técnica contribuiria no processo.

observar FDs que apresentassem sentidos amplos, a fim de dar conta de todo o conteúdo da reportagem. Elas serão apresentadas na sequência, na ordem em que foram identificadas no texto e com o destaque de algumas SDs.

A primeira FD identificada é a *Diversificação de cultura* (FD1). Enquadrou-se aqui, discursos que de maneira explícita, ou não, buscaram mostrar a possibilidade não apenas de trocar a cultura do tabaco por outra, como também diversificar a cultura nas propriedades, como mostram algumas SDs a seguir. Utiliza-se o grifo em negrito para destacar as marcas que configuram a formação discursiva.

Difícil acreditar que o solo de onde antes **só** brotava fumo, hoje dê morangos tão saborosos. (SD1).

Hoje, as terras dos Richter **não têm um só pé de fumo. Os jovens produzem morango, hortaliças, temperos**. Entregam em feiras e para iniciativas de compras públicas, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae). Na busca por diversificar receitas, também vendem a professores da Uergs. (SD4).

Passaram, assim como Heitor, a investir no **leite**, mas ainda têm medo: não estão certos que “vai dar” se **abolirem o fumo** de suas vidas e partirem para **outra cultura**. (SD6).

[...] Sighard sabe bem dos problemas criados pelo monocultivo. Por isso, partiu da cidade para **vivenciar e estudar métodos agroecológicos de diversificação de culturas**. “Saí de Santa Cruz por um tempo. Voltei para cá no projeto Capa, em 1984, para trabalhar em **alternativas no campo**, mas não é fácil”. (SD8).

Feliz, o rapaz conta que a família está em um quadro de **conversão agroecológica**, implementando **outras atividades**, como **pomar, criação de cabras, árvores frutíferas nativas e cereais**. (SD10). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

Foram observadas 10 sequências discursivas na FD1, que tratou sobre a diversificação de culturas no que toca a relação de agricultores do sul do Brasil com a produção de tabaco. A análise de discurso, quando se propõe identificar os sentidos do texto, pressupõe que as formações discursivas são decorrência de uma estrutura externa ao texto (BENETTI, 2007). A externalidade, no que diz respeito à diversificação de culturas, foi apresentada em *relações sociais*, por meio de Vargas (2013) que reflete sobre a dependência econômica causada pela não-diversificação da cultura do fumo mas que, ao mesmo tempo, aponta para iniciativas que buscam sair dessa condição, como também mostra a reportagem. Observou-se, no entanto, a partir do que foi identificado em relações sociais, que os limites e dificuldades encontrados pelos agricultores em diversificar a produção na região não foram contemplados.

A FD2 é sobre a *etnia germânica* preponderante na região do Vale do Rio Pardo, onde parte da pauta foi apurada, que está diretamente relacionada aos primórdios da produção de tabaco na região. Ainda que a FD2 tenha apresentado menos SDs perante as outras, apenas 4, ela é trazida para o contexto de análise dada sua importância em determinadas discussões feitas no texto.

A **ascendência é germânica**, algo que fica expresso no **sotaque**. Os antepassados chegaram ao Brasil durante o grande fluxo migratório no século 19, caso da maioria das pessoas que mora na região do Vale do Rio Pardo, no interior do Rio Grande do Sul, especialmente nos municípios de Santa Cruz do Sul e Venâncio Aires. (SD1).

E a hipótese preponderante ao senso comum é a influência da cultura **alemã** e o rigor trazido por ela. (SD2).

Com a chegada das primeiras **famílias alemãs**, veio também o tabaco, em 1849. (SD4). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

Nas SDs destacadas acima cabe uma observação para além da FD2. A SD1 consiste em um trecho retirado do primeiro parágrafo da reportagem que faz uma breve contextualização histórica e geográfica da região de onde o texto fala. A segunda foi retirada de um contexto onde o foco do texto era o grande número de suicídios da região que, como expressa o trecho, é associado à cultura germânica, bem como a SD4, que associa a chegada dos imigrantes alemães ao início do cultivo do tabaco.

A *dependência produtiva* foi identificada como a FD3, com 11SDs. Nessa formação discursiva foram observadas marcas relacionadas à produção de tabaco e, mais especificamente, a dificuldade que as famílias de agricultores possuem em abandonar essa cultura, por inúmeros fatores. Consequentemente, evidencia a dependência econômica gerada pelo setor.

“[...]cultura do fumo, que tira a autonomia do agricultor, desconsidera o saber dele. **A empresa fumageira que faz contrato com ele decide tudo**. O agricultor não é dono processo que pratica na própria terra. Ele é só mão de obra”, critica Anderson. (SD4).

“Qual é a cultura que tem garantia de compra? É o fumo. Por mais que seja ruim a relação, o agricultor plantou, sabe que vai vender.” A fala de Paulo Perna resume o que pensam muitos agricultores, inclusive Lídia: **como escapar a essa cultura do fumo?** Quando se escapa, acaba-se expulso. (SD6).

A ideia predominante entre os moradores da região do Vale do Rio Pardo é que **não existe porta de saída da cultura do fumo**. (SD7).

“Falar o quê do fumo? É ele que faz girar meu bar, que faz girar essa cidade. **Sem tabaco, isso tudo aqui quebra**. Você quer que eu fale dessas coisas delicadas?”, indaga o comerciante, que nem chega a pronunciar o nome. O que disse, entretanto, foi o bastante. (SD10). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

Outra FD, a quarta, também abarca a questão da dependência, mas dessa vez a *dependência cultural*. De acordo com o discurso da reportagem, além das questões econômicas e dos contratos com as indústrias do tabaco, que acabam aprisionando o agricultor, existe ainda a questão cultural na produção. Ou, em outras palavras, o fato de a produção de tabaco ser característica da região e estar nas famílias por muitas gerações. Identificaram-se 9SDs na FD4.

E não só pela resistência inicial dos pais, mas pelo **caldo de cultura** que **influencia** toda a comunidade. (SD1).

Talvez as propriedades antigas que guardam **lembranças dos avós e bisavós**, ou mesmo de **antepassados mais distantes** que **iniciaram as lavouras de tabaco** expliquem. Ali, o trabalho está **cravado em mentes e corpos como parte da genealogia**. Idosos, jovens e crianças. Mulheres e homens. A **herança** faz com que **gerações sigam a espalhar o monocultivo das folhas de fumo por quilômetros de solo**. (SD3).

Aos 63 anos, o marido reconhece que **herdou automaticamente** hábitos dos quais mal se recorda de como e quando começaram. Sabe o ano de nascimento do pai, 1916. E que, antes disso, **com o avô, ainda no século 19, o fumo já dominava o cotidiano da família**. Do pouco que se lembra sobre o início do próprio trabalho, diz que ao menos desde os 13 anos já se envolvia na produção. “São pelo menos 50 anos trabalhando”, murmura, com ar cansado. (SD4).

Sobre gostar do **trabalho que restou**, breves palavras: “**Decidi seguir. Não adianta dizer que não gosto**”. E ele segue, faz 21 anos. (SD6).

**Herdou** do pai, Beno, o **gosto** pelas lavouras de fumo. (SD7).

[...] Como tantos na região, **os avós começaram, os pais herdaram e ele continuou**. (SD9). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

Uma das formações discursivas que teve mais sequências foi a FD5 *Suicídio*. Logo na apresentação da reportagem, Venâncio Aires, município do Vale do Rio Pardo, é apresentado como um dos líderes em suicídios no país. O assunto ganha, inclusive, um dos subtítulos da reportagem, o que denota a importância que a informação ganha no texto. Foram identificadas 16SDs, das quais algumas são destacadas abaixo.

Delicado de tocar, faltava abordar uma questão com os Richter. Eles teriam informações dos **suicídios** de agricultores em Venâncio Aires? A resposta vem demolidora, nas palavras de Anderson: “Meu bisavô **se suicidou** em junho, aqui pertinho, nas terras dele”. Fazia tempo era vítima de depressão. **Matou-se por enforcamento**, aos 85 anos. (SD2).

Anderson crê que o **suicídio** do bisavô se deu por dois motivos: uma longa vida lidando com agrotóxicos e dívidas. “O veneno te leva para o **precipício** e o endividamento te dá o **último chute**”, diz, encerrando com um alerta: “Na comunidade, tem outros casos de **suicídio**, também com **plantadores da tabaco**”. (SD3).

O Rio Grande do Sul [...] está à frente também em **suicídios**, causa de tragédias familiares e debates efervescentes entre pesquisadores. As estatísticas do povo gaúcho atingem o dobro da média nacional. Entre 2007 e 2011, o estado teve 10,2 mortes por suicídio a cada 100 mil habitantes. Dados do Ministério da Saúde mostram que nove das vinte cidades acima de 50 mil habitantes que tiveram mais casos proporcionais estavam no Rio Grande do Sul. **A maioria no Vale do Rio Pardo**. (SD4).

[...] Isso deixa a cidade (de Venâncio Aires) numa preocupante e **mórbida** segunda colocação na contagem dos **suicídios** no país e na primeira em solo gaúcho. (SD6).

“[...] Pensei várias vezes em **acabar com a minha vida**, mas continuo aqui pelas minhas filhas”. (SD15). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

O *trabalho infantil* também foi uma formação discursiva com bastante evidência na reportagem, sendo identificado com a FD6, com 15SDs. A prática, apesar de ilegal hoje em dia, estava implícita nas falas dos entrevistados, fosse ao relembrar o passado dos adultos ou mesmo dos jovens.

**Trabalhou, ainda criança**, nas lavouras de fumo. (SD2).

Quando **tinha 9 anos**, o pai morreu. E a garota **assumiu tarefas pesadas da produção de fumo** para que a mãe não sofresse tanto. (SD5).

A naturalidade com que Glacy e Hugo Bohn encaram o **trabalho infantil** que já existiu em sua família [...]. (SD8).

Está desde os **12** na lida com a terra e o tabaco, **que o levou a interromper os estudos no 6º ano do ensino fundamental**. (SD9).

Com uma crítica desmedida às gerações mais jovens e a defesa nada sutil do **trabalho infantil**, a representante do sindicato arremata: “Sou uma cidadã que trabalha, que tem carteira assinada, mas a geração de hoje? [...] O que mais a gente vê hoje é um bando de vadios, se drogando, outros se prostituindo, uma sociedade doente por falta de se ocupar **desde pequeno**”. (SD13).

Além disso, **9% dos filhos abaixo de 12 anos contribuem na lavoura**. Outros estudos da Unisc indicam que **as crianças sofrem mais que os adultos com os agrotóxicos** e citam déficit de crescimento e de cognição, além de desnutrição, como **consequências do trabalho infantil nas plantações de fumo**. (SD14). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

Uma das grandes motivações da reportagem, de acordo com Silva Neto (2015a), era relacionada à *saúde* das pessoas que trabalham nas lavouras de fumo. Não casualmente, por tanto, essa foi a FD7 encontrada, com 10SDs. A FD7 aparece na reportagem tanto associada a doenças causadas pela própria folha de tabaco, quanto pelos agrotóxicos utilizados na plantação e, também, diretamente ligado ao suicídio, uma formação discursiva já abordada.

E os problemas de **saúde** vieram. **Dores de cabeça, indisposição, vômitos e manchas na pele eram recorrentes**, mas o trabalho não podia parar. (SD1).

[...] os agroquímicos fazem entrar num ciclo penoso, pessoas **adoecem** e a terra também. (SD3).

Para agravar a situação, **a filha e a esposa tiveram a saúde fragilizada**. Micaela conta que, quando morava com os pais, **estava “sempre mal”, com náuseas**. Traudi, **a mãe, tem dores de cabeça e tonturas que não a abandonam**. “A fumageira defende que é a nicotina que tem na folha do tabaco que faz mal, mas a gente sabe que o agrotóxico tem parte aí”, lembra a jovem. (SD4).

Ela relata que algumas vezes chegou a ter **paralisia dos músculos** dentro da empresa que lhe comprava o tabaco, durante o processo de pesagem. (SD7).

[...] Glacy **é quem sente mais**. E revela **os males que lhe atacam o corpo**. Ela não o faz, contudo, em tom de desabafo. Conta a situação quase como uma confissão de culpa. [...] **“Fico ruim se colher fumo molhado de sereno. Tenho ânsia de vômito, dor de cabeça, acabo de cama**. É a nicotina [liberada pela folha], acho, quando a folha do tabaco está verde.” (SD8). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

A reportagem da Pública reflete sobre a produção de tabaco pelo viés humano e, portanto, aborda o tema na perspectiva dessa preocupação com os sujeitos e suas condicionalidades. A FD8 constitui o principal aspecto do texto, *o desequilíbrio* entre produtores e indústrias, sendo observada em 22SDs.

Ele queria ter parado antes, mas tinha dívida com a fumageira, feita na aquisição de produtos e equipamentos prevista em contrato com a empresa. “Sempre quando eu tinha **dívida, o preço que pagavam pelo fumo não era bom, foi difícil sair**”. (SD4).

Mais uma linha do modo de atuar das fumageiras está exposta. Na época do loteamento feito pela empresa, **quem comprava uma porção de terra era obrigado a pagar plantando fumo**. **Muitos pequenos produtores não**

**conseguiram dar conta das metas impostas pelos contratos e perderam os terrenos.** (SD6).

“O agricultor que cultiva o fumo tem uma **mão de obra muito qualificada, mas é mal remunerado e fica exposto a doenças terríveis.** Enquanto isso, uma associação como a **Afubra enriquece com o ciclo produtivo do tabaco [...]**”. (SD10).

Estão presos a um **esquema poderoso que enredou toda a região.** (SD13).

Ao jogar luzes sobre os contratos de compra e venda do tabaco, **não restou dúvida de que a relação era muito desigual [...].** No final de uma safra dura, **a comercialização era exclusividade da empresa,** sem possibilidade de contestação dos preços apresentados. (SD15).

[...] Além de **acorrentados ao sistema integrado,** os pequenos agricultores são **reféns dos métodos das fumageiras no que se refere ao ritmo de mercado** e aos preços do fumo. E as empresas têm peso político. (SD16). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

É possível observar pelos trechos destacados, que a abordagem do *desequilíbrio* feita pela reportagem, não é apenas no sentido econômico, mas também humano e de trabalho. A reportagem evidencia um sentido de poder total por parte da indústria fumageira, que retém a maior parte dos lucros e que, para isso, também coloca o produtor de tabaco dentro de um sistema do qual é difícil sair, como os próprios relataram. Para isso, o texto apresenta dados das principais entidades do setor, bem como entrevistas com pesquisadores e juristas que auxiliam a construir o sentido de que o território do tabaco é uma região dependente da produção de fumo e, conseqüentemente, da sua indústria, bem como possui sérios problemas de saúde em decorrência desse sistema.

Nessa formação discursiva sobre o *desequilíbrio* entre as partes, encontram-se SDs que apresentam dados sobre o setor no Sul do Brasil, à semelhança do que se apresentou em *relações sociais*, que contrastam com o que dizem os agricultores, como na SD6. Abaixo, reproduz-se parte da SD9, que traz esses dados.

Ao entregar um documento sobre o setor, ele mencionou a **relevância social e econômica do fumo.** Basicamente, o que se fez foi compilar dados ofertados pelo SindiTabaco e pela Afubra. “**Em 2013, o tabaco representou 1,3% do total das exportações brasileiras, com US\$ 3,27 bilhões embarcados.** Da produção de **mais de 700 mil toneladas, mais de 85% foram destinados ao mercado externo.** Para o Sul do país, **a cultura é uma das atividades agroindustriais mais significativas.** No Rio Grande do Sul, a participação do tabaco representou 9,3% no total das exportações; em Santa Catarina, 10,2%.” **O Brasil é o maior exportador de fumo,** posto disputado palmo a palmo com a Índia há duas décadas. **Quase 90% da produção é enviada a uma centena de países,** China à frente.

[...] Ele diz que, se o Brasil deixar de plantar, outro país assumirá esse mercado. **“A fumicultura tem considerável importância socioeconômica no Rio Grande do Sul e em toda a região Sul do Brasil.** Em Venâncio Aires, o setor tabagista, desde a produção, beneficiamento até a exportação, **gera riquezas anuais superiores a R\$ 600 milhões, o que representa cerca de 70% do valor adicionado do município”**, defende. (SD9). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

A reportagem apresenta ainda mais duas formações discursivas: a FD9, com três longas sequências discursivas, mostra ao leitor como funciona o *processo de produção do tabaco*; e a FD10, com 5SDs traz informações sobre os *contratos* firmados entre empresas e agricultor.

**O trabalho é todo manual**, delicado. Não há mecanização que possa assessorar o produtor. Geralmente **em maio, no caso gaúcho, inicia-se a feitura dos canteiros, o que dura até junho. De julho a setembro, milhares de mudas são plantadas**, uma a uma. Na sequência, vem o **ciclo de manutenção e a aplicação de agrotóxicos**. O corpo fica em contato frequente com o veneno, essencialmente as mãos. **Entre outubro e janeiro, a época é da colheita**, que se dá por etapas. Verifica-se o amadurecimento de cada folha. Debaixo de forte calor, **o agricultor as retira meticulosamente para garantir que tenham boa qualidade e aparência**, algo de que vai necessitar muito no momento de negociar preços com os representantes das empresas. São três meses no trabalho de colher [...]. (FD9 – SD2). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

É assim que se constrói a cadeia que coloca os pequenos produtores na condição de empregados na própria terra, num esquema imposto pelas empresas. Tal lógica persegue, realmente, a previsibilidade e a segurança, mas não para o trabalhador do campo. **As garantias são voltadas para o cumprimento dos contratos de exportação de fumo em folha com o mercado internacional.** [...] **O ritual de assinatura dos contratos se repete todos os anos.** Nos meses de abril e maio, o agricultor, procurado por funcionários chamados de “orientadores” das empresas, já acertou a venda de tabaco em folha, num acordo de prestação de serviços no qual **não há nenhuma possibilidade de negociação por parte do pequeno produtor. É um documento de adesão** em que resta especificar o tipo de fumo (Virgínia, Burley e Comum), o tamanho da área onde será feito o plantio, a variedade de semente a ser utilizada, a estimativa de pés que serão cultivados e a quantidade de tabaco, em quilos, a ser entregue às fumageiras. Se entregar menos do que prometeu no documento, cai em dívida, já que, além de venderem grande variedade de itens aos camponeses, as fumageiras, muitas vezes, exigem investimentos dos produtores, como a construção de fornalhas para secagem do fumo. (FD10 – SD4). (PERES; SILVA NETO, 2015, p.1).

Identificar as formações discursivas na reportagem não diz apenas dos sentidos presentes nos textos e das informações que foram levadas ao leitor, ainda que essas sejam questões relevantes dentro do objetivo dessa pesquisa. As FDs também mostram os reflexos dos demais momentos do circuito no *texto*, especialmente com relação às *condições de produção* e a própria *produção*. Mesmo que em algum momento, como se mostrou nos trechos destacados, a reportagem apresente os números em relação às exportações e lucros gerados pela produção de tabaco, de uma maneira geral, o que se observa, é uma coerência no

que diz respeito às condicionalidades de trabalho apresentadas pela agência, bem como com a proposta de pauta, o planejamento e a apuração de campo.

#### **4.5.2 Leituras – audiência e consumo na *Pública***

O momento *leituras* do circuito da cultura proposto por Johnson não é o foco dessa análise, diferente dos demais momentos, por se entender que uma pesquisa que considere a complexidade toda do circuito em sua análise exigiria um tempo maior de dedicação a fim de dar conta de todo o processo. Ainda assim, o momento *leituras* está aqui contemplado com vistas a sempre destacar que o circuito, de acordo com Johnson (2010), não deve ser visto de maneira isolada, mas sim em seu conjunto, para mostrar as interferências de um momento em outro da produção cultural.

Para Johnson (2010), transformações culturais sempre ocorrem a partir das *leituras* e, por isso, o autor define esse momento também como de produção de significados. Até porque, é no momento *leituras*, e no consumo desse produto cultural, que é a reportagem, que o *texto* se realiza e passa a produzir sentidos. As *leituras* são feitas com base na objetividade e na subjetividade dos leitores, por meio de “suas localizações sociais, histórias, seus interesses subjetivos, seus mundos privados” (JOHNSON, 2010, p.88-89). Em outras palavras, o consumo se dá a partir de determinada territorialidade.

Em seu diagrama do circuito da cultura, como pode ser visto na figura 1, Johnson inclui, externo ao circuito em si que envolve os quatro momentos, em *leituras*, uma observação com relação ao concreto/particular e ao abstrato/universal que regem esse momento. Johnson (2010) explica que as *leituras* são feitas de um lugar particular, ou seja, de uma concepção de mundo construída por meio das culturas vividas e das relações sociais, mas que, no entanto, parte de uma compreensão universal sobre determinados temas.

Os demais momentos do circuito, conscientes da forma como ocorre essa leitura, usam de certos artifícios, como mostra Lima (2009), na construção da narrativa da reportagem, por exemplo. Para Lima (2009), o texto jornalístico só atrai o leitor na medida em que o engaja por meio de determinados valores, que são universais. “[...] sugere que o indivíduo se estenda, percebendo desdobramentos de aspectos do seu particular transmutados no universo coletivo”. (LIMA, 2009, p.144).

Sobre o momento *leituras* na produção cultural da *Pública*, é preciso ter claro algumas características. Ela funciona, como se viu em *condições de produção*, como uma agência de reportagens, ou seja, distribuindo o conteúdo que produz para que ele seja publicado por outros veículos. Isso implica em não ter um público leitor definido. Inclusive, Viana (2012) afirma que a *Pública* não tem um público-alvo, uma vez que funciona como uma agência. E, no entendimento da jornalista, também não é interessante que ocorra essa identificação, pois assim, em sua compreensão, acabaria por trabalhar para determinado público e não para o interesse público, como é o objetivo.

Nesse sentido, já em *condições de produção*, se apresentaram as exigências da *Pública* para que seu conteúdo seja republicado. Cabe deter-se nesse aspecto para compreender as condições de audiência da agência, ou seja, observar quem são os leitores desse conteúdo. Em seu site, a agência disponibiliza para o internauta uma lista com 54 republicadores, reproduzida na sequência.

#### Quadro 5 - Republicadores

REPUBLICADORES		
Brasil de Fato	Adital	Jornal do Tocantins
Advivo	Congresso em Foco	Jornal Mais
Agazeta.net	Click Notícia	Brasil Post
Agência de Notícias das Favelas	Diário de Pernambuco	Latin America Bureau
Última Instância	Diário Liberdade	Leia Agora – BH
UOL Esportes	EBC – Empresa Brasil de Comunicação	Ludopédio
IG	EcoDebate	Es Materia
Combate ao Racismo Ambiental	Fórum Amazônia Sustentável	Nação Z
Blog do Juca	Ferozes FC	NE10
Blog do Sakamoto	Gazeta de Santarém	Yahoo! Brasil
Escrevinhador	Giro Sustentável	America Economia
Bom Dia ABCD	Huffington Post	Nota de Rodapé
BR Press Agência de Notícias	Huffington Post	Urbânia 4
Carta Capital	Diário do Pará	Portal Vermelho
Catraca Livre	Jornal A Crítica	O Liberal
Revista Ecológico	Sul 21	Opera Mundi
Revista Samuel	Rede Brasil Atual	Outras Palavras
Página 20	Passa Palavra	Papo de Homem

Fonte: PÚBLICA, 2016g.

Observa-se que, em sua maioria, são veículos de comunicação à margem do modelo hegemônico. Contudo, os republicadores não se limitam a esses. De acordo com Mota (2016b), a cada reportagem a *Pública* faz novos contatos, para dizer que uma matéria sobre determinado assunto está pronta, questionando se há interesse do veículo em publicá-la. “Tudo o que publicamos é em *creative commons*, é de livre reprodução, e temos uma unidade de republicação que faz relacionamento com os jornais para que eles usem esse material” (VIANA, 2014b, p.1).

O *El País Brasil* e a *Folha de São Paulo*, por exemplo, não estão na lista, mas já publicaram reportagens. O primeiro, em seu site, tem a *Pública* como um autor, e em uma busca pelo nome da agência, lista todas as reportagens já republicadas<sup>62</sup>, como por exemplo, *Atletas mulheres recebem menos na maioria dos esportes*<sup>63</sup> e *O cruel treinamento militar que deforma os policiais no Brasil*<sup>64</sup>, entre outros 33 títulos, em 2015 e 2016. Já a *Folha de São Paulo* chegou a publicar com exclusividade a reportagem *Funai perde 23% do orçamento e opera só com 36% dos servidores*<sup>65</sup>. Em seu site, o jornal informa que o texto “é uma versão editada com exclusividade pela Agência Pública para o jornal de sua série de reportagens sobre o especial Amazônia em Disputa” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2016).

A partir de um rastreamento online, verifica-se que a reportagem *Sob a fumaça, a dependência* - algumas vezes com outros títulos, mas sempre preservando o corpo do texto – foi republicada pelo menos 15 vezes, entre sites, blogs, revista e jornal. São eles: os sites ACT Brasil, Adital, JusBrasil, Paróquia Santo Afonso, Racismo Ambiental, Dom total, FGS Saraiva, Jornal GGN, Outras Palavras, Agroecologia e alternativas ecológicas, The Old Reader, Além da Mídia, o Jornal Brasil de Fato (p4-5) e a Revista O Lutador (p.54-55), todos em português. Encontrou-se, ainda, a reportagem publicada em inglês, no site Oximity, de Londres, uma plataforma global de mídia independente.

Na página da *Pública* no *Facebook*, o *link* com a reportagem foi publicado três vezes: duas delas, no dia 26 de outubro de 2015, dia em que a matéria foi publicada, e outra no dia 31 de outubro de 2016, ao noticiar que a reportagem havia recebido uma menção honrosa no

<sup>62</sup> A lista pode ser conferida no link [http://brasil.elpais.com/autor/agencia\\_publica/a](http://brasil.elpais.com/autor/agencia_publica/a).

<sup>63</sup> [http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/10/deportes/1470862391\\_130924.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/10/deportes/1470862391_130924.html)

<sup>64</sup> [http://brasil.elpais.com/brasil/2015/07/21/politica/1437513159\\_283861.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2015/07/21/politica/1437513159_283861.html)

<sup>65</sup> <http://m.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/06/1782194-funai-perde-23-do-orcamento-e-opera-so-com-36-dos-servidores.shtml?mobile>

prêmio Anamatra de direitos humanos<sup>66</sup>. Juntas, as postagens somam, de acordo com os números que aparecem na página da agência na rede social, 55 compartilhamentos.

Apesar de a *Pública* evidenciar o seu formato de agência e, portanto, de que escreve para outros veículos, observa-se uma interação dos leitores diretamente com a agência, por meio das redes sociais e dos comentários nas reportagens publicadas em seu site. A reportagem sobre a produção de tabaco, por exemplo, possui 32 comentários abaixo do texto da matéria no site da agência, entre críticas e elogios. Isso evidencia que, para além dos seus republicadores, a *Pública* conta com um público leitor que acessa seu conteúdo direto na fonte. De acordo com dados fornecidos pela agência, ela possui uma média de 100 mil acessos por mês, sendo que a reportagem sobre a produção de tabaco teve 6 mil acessos (DOMENICI, 2016).

Vale ressaltar que o conteúdo produzido pela *Pública* tem a intenção de circular e ser consumido em todo território nacional, por meio de seus republicadores. Ou seja, apesar de a reportagem do tabaco ser produzida a partir de determinado território e de ser elaborada, também, a partir das *relações culturais e culturas vividas* nesse território, a reportagem não é feita exclusivamente para o público leitor daquele lugar. Ainda assim, observou-se que o texto não foi reproduzido por veículos do Vale do Rio Pardo, que carece de uma abordagem jornalística crítica sobre o tema.

Contudo, é possível afirmar, a partir de um rastreamento feito nos compartilhamentos no *Facebook*, que a reportagem chegou a uma determinada parcela da região, que replicou o conteúdo da *Pública*, direcionando outros leitores ao próprio site da agência. Pela rede social também constatou-se que esses compartilhamentos foram feitos por pessoas entrevistadas para a reportagem e por outras envolvidas com movimentos sociais. Houve indicativos também da possibilidade de um processo jurídico por parte de uma indústria beneficiadora de tabaco, mas que não se concretizou.

Diante disso, e do circuito da cultura, que propõe observar as condições de leitura as quais o processo está submetido, é preciso considerar que a recepção do conteúdo produzido pela *Pública* se dá na internet e de forma gratuita, o que expande a liberdade das *facilidades econômicas*. A própria existência da agência, no formato que ela possui, é condicionada, e possibilitada, pelo uso da rede. A internet possibilita a interação entre as pessoas do mundo todo e facilita o acesso a uma variedade de informações. O jornalismo, por sua vez, não ficou

---

<sup>66</sup> A Associação dos Magistrados da Justiça do Trabalho, em 2016, na sétima edição da premiação, premiou com uma menção honrosa a reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, na categoria imprensa.

indiferente e também sofreu alterações. Mais do que isso, passou a ter mais uma plataforma para explorar.

Iniciativas à margem de um modelo hegemônico de mídia, ainda não categorizados como se viu no capítulo 3, aos moldes do que propõe a *Agência Pública*, viram na internet uma possibilidade de exercerem esse jornalismo que preza pelo interesse público e pela promoção do debate democrático e dos direitos humanos. Isso se dá, principalmente, pelo barateamento dos custos tanto de produção, quanto de publicação, em um jornalismo feito na internet, além de proporcionar a possibilidade de uma maior audiência.

A prática de um jornalismo contra-hegemônico - seja alternativo, comunitário, popular, etc - como se viu, não é nova. Ocorre que um dos principais problemas encontrados por essas iniciativas ao longo dos anos foi justamente a sustentabilidade financeira, visto o alto custo de impressão de jornais e revistas, por exemplo, que, além disso, chegava a um número limitado de pessoas. Com a internet, esse problema parece estar de resolvendo. “A internet permite um crescimento da audiência segmentada de modo a contribuir mais significativamente para formar opinião, ao mesmo tempo que não necessita de grandes recursos para divulgação” (CARVALHO, 2014, p.6).

A internet, portanto, possibilita *leituras* diferenciadas daquelas feitas nos dispositivos tradicionais, bem como proporciona que o conteúdo nela publicado chegue a um número muito maior de leitores. Uma vez que faz uso da internet, a *Pública* pode alcançar propagação mundial, ser acessada, multiplicada e reproduzida por leitores de todo o mundo.

É preciso ponderar, no entanto que, apesar de a internet ser vista como uma ferramenta de disseminação de conteúdo em rede, ela ainda é um recurso disponível a poucos, especialmente no Brasil. De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (2014), a internet está em 54,9% dos domicílios, o que significa que 95,4 milhões de brasileiros têm acesso em casa. Interessante observar que em 80,4% desses domicílios o acesso a internet é feito pelos celulares, o que também implica um outro tipo de *leitura*.

O momento das *leituras* consiste, portanto, na recepção, no consumo, do produto cultural. Como já explicitado, essa pesquisa não se propõe fazer um estudo de recepção das reportagens produzidas pela *Pública*. Contudo, dada a importância desse momento para o circuito da cultura e, como dito, para que todo o processo visto até aqui ganhe sentidos, o que se faz é esboçar alguns conceitos no intuito de compreender essa relação entre produtor de conteúdo e consumidor e as aproximações desse momento com a expansão das liberdades instrumentais.

De acordo com Ronsini (2010) a recepção consiste no sentido que se produz a partir da experiência cotidiana dos meios, baseada na articulação entre o concreto e o abstrato. Trata-se de um conjunto de processos sociais de apropriação dos produtos midiáticos, por meio do qual os sujeitos constroem suas cidadanias e identidades. Nos Estudos Latino-americanos, destacam Escosteguy e Jacks (2005), a recepção engloba as pesquisas que tratam da relação estabelecida entre a comunicação e suas audiências. O receptor, que nos primeiros estudos da área era visto como um sujeito passivo, passa a ser reconhecido como parte do processo de comunicação, caracterizando, como já apontou Johnson (2010), o consumo como um espaço de produção cultural.

Esse consumo, por sua vez, de acordo com Martín-Barbero (2003), é entendido como uma prática sociocultural em que os significados e os sentidos de viver são construídos. O que se vê em *leituras*, é a potencialidade desse consumo. É no consumo que se dá a interação da mídia com o leitor, fazendo com que determinado conteúdo perpassa a vida das pessoas e, no caso, garante as liberdades. É uma compreensão, não apenas do que a mídia faz com as pessoas, mas também, e sobretudo, como as pessoas recebem, reelaboram e devolvem às *relações sociais* esse conteúdo. Cabe lembrar, no entanto, a presença das relações de poder entre ambas, que torna esse processo desigual, dado um sentido preferencial ao discurso midiático (FELIPPI, 2008).

Diante desse entendimento de consumo midiático, como a apropriação e o uso desse bem cultural na rotina de quem o usufrui (RONSINI, 2010) e da compreensão de como se dá a audiência da Pública com seus leitores e republicadores, em especial por estar na internet, é que se faz aqui uma aproximação com a proposta de Sen (2010) de desenvolvimento como liberdade.

#### **4.5.3 Liberdades instrumentais em *Sob a fumaça, a dependência***

A proposta de Sen (2010) para se pensar o desenvolvimento como liberdade perpassa a garantia das liberdades instrumentais para, então, se ter a liberdade substantiva que consiste no próprio desenvolvimento. A partir da leitura de Sen (2010) compreende-se que a garantia dessas liberdades se dá por meio do trabalho de diversas instituições presentes na sociedade, entre elas a mídia que, inclusive, usufrui dessas liberdades, uma vez que o autor pressupõe, para o desenvolvimento, uma imprensa livre e sem censura e, principalmente, sem amarras com os poderes políticos e econômicos.

Cabe ressaltar que, apesar da possibilidade de verificar individualmente cada uma das liberdades instrumentais, Sen (2010, p.25) destaca que elas atuam de maneira a se complementar. “Na visão do desenvolvimento como liberdade, as liberdades instrumentais ligam-se umas às outras e contribuem com o aumento da liberdade humana em geral”. As **facilidades econômicas** por exemplo, não apenas elevam a renda e possibilitam o consumo, como também permitem ao Estado financiar a **segurança protetora** e as **oportunidades sociais**.

O que se faz na sequência é destacar do processo e do produto da reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, marcas que indiquem que a estratégia produtiva da *Pública*, potencializa a expansão das liberdades instrumentais e, logo, possibilita condições para o desenvolvimento. Identificou-se na estratégia produtiva da *Pública* e na reportagem sobre o tabaco abordagens que discutem assuntos referentes às cinco liberdades instrumentais: as *oportunidades sociais, facilidades econômicas, garantias de transparência, segurança protetora e liberdades políticas*.

A liberdade das **oportunidades sociais** diz respeito às condições que proporcionam que os indivíduos vivam melhor. As *oportunidades sociais*, de acordo com Sen (2010) são os arranjos que a sociedade estabelece em áreas como a saúde, educação, saneamento, moradia, meio ambiente e, acrescenta-se aqui também, a oportunidade de acesso à informação. A garantia dessa liberdade é importante tanto para a vida privada, como indica Sen (2010) quanto para uma participação mais efetiva dos cidadãos nas atividades políticas e econômicas. O autor destaca que a privação dessa liberdade influencia nas outras. Como exemplo, usa o analfabetismo, com o qual as pessoas não estariam qualificadas a participar de determinadas atividades econômicas.

Temas centrais na reportagem estudada, a saúde e as condições de trabalho do produtor de tabaco são assuntos que, investigados a partir de técnicas jornalísticas e das condições de produção estabelecidas pela *Pública* e da angulação dada ao texto, informam o leitor e geram um conhecimento que o capacita a expandir as **oportunidades sociais** ou, ao menos, fornece subsídios para que possa buscar essa liberdade. A relação é semelhante à garantia de educação, no sentido de viabilizar o conhecimento sobre a realidade. Oportunizar o acesso à informação é fundamental, pois garante que a sociedade tenha conhecimento não só sobre o que ocorre, mas também sobre serviços disponíveis, por exemplo.

A reportagem associa as condições de trabalho do agricultor com os problemas de saúde que os mesmos relatam e problematiza a questão. Associa os sintomas apontados pelos trabalhadores com a folha do tabaco e também com a utilização de agrotóxicos. Em boa parte

dos relatos das famílias de agricultores, há depoimentos de problemas de saúde muito semelhantes, o que se repete na reportagem, como no trecho abaixo, que também evidencia as condições de trabalho as quais estão submetidos.

Dores de cabeça, indisposição, vômitos e manchas na pele eram recorrentes. [...] A dura época da colheita, entre novembro e janeiro, ficou marcada como o pior período. Com chuva forte ou sol escaldante, era preciso colher as folhas e secá-las na estufa. Depois, as plantas secas ficavam depositadas em um pequeno depósito sem ventilação. A família se reunia nesse local para classificar o fumo de acordo com a qualidade, o que definia o preço. (PERES, SILVA NETO, 2015, p.1).

Ainda com relação às *oportunidades sociais*, liberdade que, entre outras coisas, possibilitaria a saúde da população, emerge da reportagem, com certo destaque, o grande número de suicídios no território do tabaco, mais especificamente no Vale do Rio Pardo. A reportagem apresenta alguns índices e traz entrevistas com pesquisadores sobre o assunto. Entende-se que ao fornecer subsídios ao leitor e dar escuta às fontes, especialmente os agricultores do tabaco, a reportagem tem potencial para possibilitar a liberdade das **oportunidades sociais**.

De acordo com Sen (2010, p.59), as **facilidades econômicas** “são as oportunidades que os indivíduos têm para utilizar recursos econômicos com propósitos de consumo, produção ou troca”. O autor destaca que essas oportunidades dependerão do funcionamento do mercado. Mas o que interessa mais aqui é o fato de que o modo como a riqueza é distribuída está diretamente relacionada com a garantia dessa liberdade (SEN, 2010). Sendo assim, uma vez que a mídia é uma das instituições que seria capaz de garantir as liberdades, uma das formas de o fazer, é investigando e retratando como se dá essa distribuição de riquezas por meio da informação.

Observa-se na *Pública* um movimento que é informacional, mas também político. Ao possibilitar o consumo de certos produtos, com acesso gratuito para o público final e para a mídia em geral, via republicação as pessoas passam a ter condição de poder de decisão, ou seja, uma maior liberdade e potencialidade de **facilidades econômicas**. Aproximação da estratégia produtiva da agência com essa liberdade se dá pela oportunidade de consumo de um produto jornalístico, que é informacional, de forma gratuita e por meio de diversas mídias e plataformas, uma vez que a *Pública* opera com a republicação de seu conteúdo. Ainda que haja outras mídias que se possam dizer gratuitas, como o rádio e a TV aberta, elas também têm um custo, mas que é pago por anunciantes e isso influencia diretamente na angulação dada a informação que chega até a sociedade.

Na visão de Sen (2010, p.60), nas interações sociais, as relações entre os sujeitos se dão com base “em alguma suposição sobre o que lhes está sendo oferecido e o que podem esperar obter”. Ou seja, essas interações se dão a partir de uma presunção básica de confiança. A liberdade de **garantias de transparência** diz respeito justamente a isso, à necessidade de sinceridade pela sociedade, com uma garantia de dessegredo e clareza. “Essas garantias têm um claro papel instrumental como inibidores da corrupção, da irresponsabilidade financeira e de transações ilícitas” (SEN, 2010, p.60).

As **garantias de transparência** são observadas na reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, nas informações plurais oferecidas ao leitor no *texto*, com o uso de fontes que não são as ditas oficiais e na angulação dada à reportagem. Ao contrário, ele dá espaço para as fontes individuais, ou seja, aquelas que de fato sofrem o processo, diferente do que se observa na mídia comercial, como se mostrou em *relações sociais/culturas vividas*. Esse processo é distinto do que se observa na mídia comercial, ao menos na que está presente no território do tabaco.

Além disso, entende-se que essa seja a liberdade que mais se aproxima do trabalho do jornalismo, considerando sua função social. Para Karam (1997), o papel do jornalismo é dar acesso imediato à realidade social, que é plural e diversa. Segundo o autor, é preciso garantir o direito social da informação, que deve incluir a pluralidade de fontes a fim de expressar a diversidade de significados presentes nas relações sociais. A partir das elaborações feitas no capítulo 2 sobre as finalidades do jornalismo, ao fim, sua função nada mais é do que garantir a transparência dos processos por meio de investigação e informação.

Essa liberdade instrumental é aqui contemplada, também, visto que a reportagem sobre a produção de tabaco investiga a relação econômica que se estabelece entre produtores e indústrias, que evidencia um desequilíbrio entre as partes, garantindo uma transparência de informação. O trecho a seguir traz de maneira bastante clara esse desequilíbrio: “É assim que se constrói a cadeia que coloca os pequenos produtores na condição de empregados na própria terra, num esquema imposto pelas empresas” (PERES, SILVA NETO, 2015, p.1).

Esse desequilíbrio econômico entre as partes, que mostra a má distribuição do lucro gerado pela exportação do tabaco às empresas, também fica claro quando a reportagem fala sobre o sistema integrado. O texto explica que um “orientador”, funcionário da indústria fumageira, acerta a venda de tabaco em folha em um acordo de serviços em que não há possibilidade de negociação por parte do produtor. É o sistema integrado, um contrato de adesão, que especificam o tipo de fumo produzido, o tamanho da área de plantio, a estimativa de quantos pés de fumo serão plantados e a quantidade de tabaco em quilo a ser entregues

para a empresa. A reportagem apresenta dados desse contrato e explica como o agricultor fica preso a ele e, inclusive, corre o risco de se endividar com a empresa.

Mudanças materiais, ou não, podem afetar adversamente a vida das pessoas e assim, as colocar sob uma vulnerabilidade social, uma grande privação (SEN, 2010). Assim, a **segurança protetora** dá conta de uma rede de segurança social. Nos exemplos de Sen (2010), essa liberdade impediria que a população afetada por tais mudanças fosse reduzida à miséria, e em alguns casos, à fome e à morte, por exemplo.

Na reportagem sobre o tabaco no sul do Brasil, observa-se a possibilidade de expansão dessa liberdade instrumental dada a liberdade que a *Pública* oportuniza às fontes individuais, qual seja, de que elas tenham um espaço para falar sobre sua situação de trabalho, nesse caso, enquanto produtores de fumo. Dessa maneira, com a sua realidade de vida investigada, denunciada e divulgada, se torna possível a busca por essa segurança social. Entende-se que a própria agência se constitui como uma **oportunidade social** ligada à **segurança protetora**, pois possibilita o acesso à informação de forma gratuita e ainda permite a republicação de seu conteúdo, de maneira a garantir uma maior reprodução da informação, o que permite que ela seja acessada por muitas outras pessoas.

Por fim, as **liberdades políticas**, também perpassam todo o circuito produtivo da *Pública*. Conforme Sen (2010) essa liberdade instrumental refere-se à possibilidade que as pessoas têm de escolher quem deve governar e com base em quais princípios. Essa liberdade inclui que a sociedade possa fiscalizar e criticar autoridades, ter liberdade de expressão e de escolha. Inclui também os poderes políticos associados às democracias, como as oportunidades de diálogo. Observa-se que o trabalho da *Pública* tem condições para potencializar essa liberdade, diante de seu modo de operação analisado, como fornecendo subsídios para a participação política e social dos indivíduos e na medida em que ouve as pessoas, suas reivindicações.

Cabe lembrar que as liberdades dependem, como afirma Sen (2010,) de diferentes determinantes, para além da riqueza. O autor cita como exemplo as disposições sociais e econômicas e, nelas, serviços como a educação e a saúde; os direitos civis, como poder participar de discussões públicas. Afirma, ainda, que a industrialização e a modernização social também podem contribuir para expandir as liberdades. Acrescenta, também, que para que haja desenvolvimento, as fontes de privação das liberdades precisam ser removidas.

Essas privações são de toda ordem. A pobreza econômica, que priva as pessoas de saciar a fome, de ter boa nutrição, remédios para doenças tratáveis, acesso à água potável, oportunidade de se vestir e morar em locais adequados (SEN, 2010). De acordo com o autor, a

privação da liberdade também pode estar relacionada à carência de serviços públicos e assistência social. “Em outros casos, a violação da liberdade resulta diretamente de uma negação de liberdades políticas e civis [...] e de restrições impostas à liberdade de participar da vida social, política e econômica da comunidade” (SEN, 2010, p.17).

Entende-se, nesse sentido, que a *Pública*, enquanto uma agência de reportagens que em suas *condições de produção e produção* procura defender os direitos humanos e apresentar aos seus leitores reportagens investigativas que deem conta das fragilidades da realidade social, está possibilitando a expansão das liberdades instrumentais aos sujeitos. Ao expor as diversas situações e cobrar que algo seja feito, tudo por meio de seu *texto* – resultado dos momentos anteriores – a estratégia jornalística da agência corrobora para a remoção das principais privações de liberdades. E esse processo se dá pelo consumo dos *textos*, em *leituras*.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito de desenvolvimento como sinônimo de crescimento econômico, já é sabido, não dá conta das dimensões sociais essenciais para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. As reflexões feitas acerca do desenvolvimento precisam, cada vez mais, ser interdisciplinares e, nesse sentido, ter sempre em vista o imaginário social, as relações culturais e os modos de ser e viver das pessoas. O mesmo ocorre em relação à concepção de jornalismo da mídia tradicional e hegemônica, chamada aqui nessa pesquisa de mídia comercial. O que se observa é que esse modelo que visa o lucro e está atrelado aos poderes políticos e econômicos a fim de se sustentar financeiramente, acaba levando às suas audiências um conteúdo comprometido com determinadas instituições e não com o interesse público, como deveria fazer o jornalismo.

A partir dessa compreensão se propôs investigar nessa pesquisa, à luz dos estudos culturais, a estratégia produtiva da *Agência Pública* na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento, sendo o desenvolvimento entendido como a expansão das liberdades e também a não privação dessas liberdades, como sugere o economista Amartya Sen. Compreende-se que o trabalho do jornalismo, no exercício de sua função social e nos moldes de uma mídia alternativa ao modelo hegemônico – que é comercial e possui amarras políticas e econômicas - pode promover as liberdades instrumentais e substantivas, bem como contribuir para a não privação das mesmas, como se buscou verificar com essa pesquisa.

Adotou-se como protocolo teórico-metodológico o circuito da cultura proposto por Johnson para pensar o processo produtivo dos produtos culturais. O jornalismo é entendido aqui como um processo cultural e, logo, seus produtos, da mesma forma, podem ser avaliados por esse protocolo. Dessa maneira, adaptou-se a proposta de Johnson para compreender a estratégia produtiva da *Pública*, analisada por meio dos momentos propostos no circuito, em especial, o da produção, que se desdobrou ainda em condições de produção, e o momento textos, que dá conta do produto em si. A análise a partir do circuito, ainda que com atenção especial em três momentos, permite observar a integralidade do processo produtivo de bens culturais e, nesse caso, de reportagens.

Constatou-se com a análise dos dados coletados por meio das entrevistas e de uma observação sistemática do conteúdo publicado pela agência que sua estratégia produtiva se diferencia daquela que se vê cotidianamente nos veículos de comunicação hegemônicos,

principalmente, pelas *condições de produção, produção e texto*, dada a influência que um momento tem sobre o outro dentro do processo produtivo.

O recorte da pesquisa na reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, no intuito de, a partir dela, elencar recorrências na estratégia produtiva da agência, permitiu uma melhor compreensão por parte da pesquisadora sobre esses diferenciais encontrados no processo. Isso se deu em decorrência do assunto tratado pela pauta: a produção de tabaco no sul do Brasil. Por estar inserida no território do tabaco e em um Programa de Pós-graduação que tem esse assunto como algo recorrente em suas pesquisas, foi possível analisar a reportagem com mais propriedade do que se a pauta fosse sobre a Amazônia, por exemplo. E, também, por reconhecer as diferenças com relação ao uso das fontes e da angulação da matéria, se comparado com o que costuma sair na mídia hegemônica regional, visto que a produção de tabaco é uma pauta recorrente entre os veículos de comunicação onde pesquisadora e PPG estão inseridos.

No momento do circuito da cultura nomeado por Johnson de *produção*, que foi tratado nessa pesquisa em duas etapas – as *condições de produção* e a *produção* – se pode observar um diferencial da *Pública* em diferentes etapas do processo. Em *condições de produção* destacou-se o fato de a agência não se sustentar por meio de anunciantes, mas sim de financiadores, e, dessa forma, não possuir amarras políticas e econômicas que interfiram na produção editorial. Verificou-se, inclusive, que nem mesmo os financiadores da agência têm influência sobre as decisões do que será investigado e nem sobre a abordagem que o assunto irá receber.

Da mesma forma, evidenciou-se que a opção por recortar suas investigações jornalísticas no tema transversal dos direitos humanos, a diferencia da mídia hegemônica, visto que esse é um tema pouco tratado por ela e essencial ao debate democrático. Esse elemento de *condições de produção* tem interferência direta em *produção*, na etapa de definição e elaboração da pauta. Assim como no momento anterior, a pauta também se coloca como um diferencial da estratégia da *Pública*, uma vez que os assuntos propostos para investigação estão condicionados ao tema dos direitos humanos. Isso também leva a outros dois elementos da *produção* que se mostraram caros à estratégia produtiva da agência: o tipo de fontes entrevistadas (individuais e as ligadas a movimentos sociais e sindicais) e, conseqüentemente, a angulação dada à reportagem na hora de redigir o texto.

A influência de um momento do circuito em outro pôde ser observado, ainda, na relação da sustentabilidade econômica da *Pública* com o tempo de permanência em campo para entrevistas e apuração. Como se viu, o valor disponível para a produção de cada

reportagem acaba por definir como será a ida à campo e quanto tempo será possível dispensar para essa atividade. O tempo de produção de uma reportagem, aliás, é outro diferencial da estratégia da agência. Os repórteres chegam a ficar até quatro meses, ou mais quando necessário, entre pesquisa, apuração e redação.

No momento *textos*, em que se analisou a reportagem *Sob a fumaça, a dependência*, destaca-se o que se verificou com relação às fontes e à angulação. Reflexo do momento anterior, da *produção*, as fontes consultadas e suas entrevistas utilizadas na construção da narrativa da reportagem levam a uma angulação, a uma abordagem, mais crítica da realidade, se comparado com o que se observa na mídia atuante no território do tabaco. A reportagem levou ao leitor informações sobre a dependência que o produtor, e o território, possuem com a produção de fumo e a influência das relações trabalhistas estabelecidas entre produtor e indústrias de beneficiamento do fumo.

Nesse sentido, também, a estratégia da *Pública* se diferencia dos veículos hegemônicos, nos quais não se observa a discussão crítica sobre o assunto, possivelmente em decorrência da cultura regional, bem como de suas relações políticas e econômicas. Isso se evidencia a partir das fontes entrevistas pela *Pública* para a reportagem. Se, na mídia hegemônica, as fontes oficiais são ouvidas rotineiramente, a agência propõe ver o outro lado, a partir das fontes individuais, que permitem um olhar sobre a realidade através de outra perspectiva. Uma perspectiva crítica, dificultada pela mídia hegemônica, que possui suas amarras e interesses políticos e econômicos. E, assim, com esse jornalismo, a *Pública* possibilita a expansão das cinco liberdades de Sen, processo comprometido pela mídia comercial.

A agência, por sua vez, ao propor esse tipo de angulação e a materializar no texto, dá conta de seu princípio de trabalhar em prol dos direitos humanos e do interesse público. A temática da pauta, que aborda o desequilíbrio entre as partes envolvidas na produção de tabaco, desde a lavoura até as empresas que compram e beneficiam o fumo, possibilita uma geração de conhecimento no leitor, por meio do momento da *leitura* e, conseqüentemente, o prepara para um debate democrático de qualidade.

Mais do que identificar a estratégia produtiva da *Pública* enquanto um veículo de comunicação alternativo à prática que se observa na mídia hegemônica era compreender se, e de que forma, essa estratégia contribui para a expansão das liberdades, que são o fim do desenvolvimento (SEN, 2010).

Em *condições de produção* indicou-se que há a possibilidade de expansão das liberdades instrumentais diante de algumas características da *Pública*. As *oportunidades*

*sociais*, por exemplo, são possíveis de serem expandidas dada a oferta de informação gratuita proporcionada pela agência, bem como pela liberdade à informação. Já a expansão das *liberdades políticas* é viável a partir do objetivo da agência em, por meio de suas reportagens, promover o debate democrático. E a *garantia de transparência* se dá na investigação de governos e empresas e, também, pelo modelo de financiamento da *Pública* que busca essa transparência junto aos seus financiadores, o que reflete no seu produto cultural, a reportagem.

O fato de agência trabalhar apenas com jornalismo investigativo, também uma condição de produção, além de permitir a expansão das liberdades já citadas, possibilita a ampliação da *segurança protetora* por meio de investigações que denunciam e expõem situações em que a privação da proteção social, seja por instituições públicas ou privadas. E, ainda em *condições de produção*, a estratégia da agência em recortar sua cobertura investigativa no tema dos direitos humanos possibilita uma aproximação com as cinco liberdades instrumentais. E em *produção*, verificou-se igualmente o potencial da estratégia da *Pública* para a garantia de todas as liberdades, ainda que o destaque fique para as *liberdades políticas*, expandida pelas opções feitas nessa etapa do trabalho jornalístico da *Pública*, que elevam as reportagens como textos que fazem uma leitura crítica da realidade social.

Observou-se no momento *textos* do circuito, mais uma vez, a possibilidade de expansão das cinco liberdades instrumentais. Para além das questões próprias do conteúdo específico da reportagem sobre o tabaco, o que se viu foi o reflexo da adoção de determinada estratégia produtiva materializada no texto e com ganho de sentidos a partir da leitura. Evidenciou-se ainda, o fato de que a liberdade de *garantias de transparência* mais se aproxima do trabalho jornalístico, mais especificamente, do jornalismo praticado pela *Pública*. Isso se dá pela oferta de informações da agência, em quantidade e clareza. O fornecimento de reportagens investigativas de qualidade, de forma gratuita, com pluralidade de fontes e de angulação permite que o trabalho da *Pública* contribua de forma significativa para a expansão dessa liberdade instrumental.

Os papéis instrumentais das liberdades possuem encadeamentos entre si e podem se dar em diferentes direções. Para sustentar essa inter-relação, cara ao processo de desenvolvimento, é necessário desenvolver e sustentar, de acordo com Sen, uma pluralidade de instituições, como facilidades para a mídia e outros tipos de comunicação. Fato é que, para se chegar à liberdade substantiva, que, conforme Sen (2010), constitui no próprio desenvolvimento, é preciso informação. É preciso observar que não se tratam apenas informações sobre acontecimentos, mas também, e principalmente, com relação à vida prática

das pessoas, como sobre leis, políticas públicas, calendários, plebiscitos, informes trabalhistas, cotações econômicas, entre tantas outras. São questões fundamentais para potencializar as liberdades e, logo, a qualidade de vida em sociedade e que, na maioria das vezes, as pessoas têm acesso exclusivamente pelo jornalismo. Não há, portanto, liberdades, sem a informação divulgada pelo jornalismo.

A estratégia produtiva da *Pública* se diferencia da dos demais veículos, como se constatou, nas *condições de produção* de seu conteúdo, que refletem em algumas opções na *produção* e culminam em reportagens que se diferenciam das apresentadas pela mídia hegemônica principalmente em angulação e pluralidade de fontes. Contudo, é preciso destacar que a técnica jornalística utilizada pela agência são as mesmas utilizadas pelo jornalismo tradicional: a definição de pauta, a pesquisa, as entrevistas, a redação e a edição da reportagem. Todas essas etapas também ocorrem nos veículos hegemônicos, mas sob outras *condições de produção*, que resultam em outro *texto*.

A pesquisa mostrou que a agência *Pública* circula em território nacional, mas dá visibilidade para os territórios, por meio de suas pautas regionalizadas. Quando a *Pública* vai até os territórios produzir suas reportagens investigativas ela dá visibilidade a esses lugares, às suas temáticas e aos seus problemas e assim oportuniza que essas questões se tornem de conhecimento da opinião pública, o que não ocorre por parte da mídia regional que, em razão do seu modelo de gestão comercial e de conteúdo, não permite que isso ocorra.

Nesse mesmo sentido, observou-se que o modo de operar da *Pública*, sob a perspectiva administrativa, também se assemelha aos veículos comerciais, uma vez que a agência muitas vezes segue a tendência atual do mercado de trabalho em ter profissionais com multifunções – no caso do jornalista, que ele não apenas apure e escreva, mas que também fotografe e produza vídeos, quando necessário. Da mesma maneira, o fato de ter uma equipe reduzida e contar com profissionais sem vínculos empregatícios, os chamados colaboradores. O limite nos resultados da pesquisa fica por conta de não se ter podido afirmar como se dá o consumo da informação publicada pela agência. No entanto, cabe destacar que essa pesquisa não se propôs a fazer um estudo de recepção, que exige que um outro trabalho de pesquisa seja feito. Ainda assim, é preciso ter claro que não é possível apreender toda a realidade social devido sua complexidade.

A pesquisa buscou aproximar os campos da comunicação, e nele o do jornalismo, e do desenvolvimento, por meio de uma teoria própria do desenvolvimento. E, a partir de Sen e Johnson, identificou a produção e circulação – mas principalmente a primeira – de informação e temáticas de interesse público. Contatou-se que o jornalismo da *Pública* possibilita a

expansão das liberdades, o que não se observa na mídia comercial. Pôde-se observar que se trata de uma abordagem carente de estudos, principalmente quando se constata a importância do trabalho da mídia dentro de um processo de desenvolvimento. Também se verificou com essa dissertação que o circuito da cultura enquanto um protocolo teórico-metodológico responde bem às necessidades de uma pesquisa nas ciências sociais que busque essa aproximação entre os dois campos, bem como o uso das liberdades instrumentais como indicadores de relevância do trabalho midiático nesse processo.

Emergiu, ainda, do que se verificou com a pesquisa, que se faz necessário repensar a organização midiática no país. Os veículos hegemônicos - aqueles que informam e formam a opinião pública, concentrados em conglomerados de comunicação - acabam, muitas vezes, não dando conta de seu compromisso público de informar, de forma plural, a sociedade. Iniciativas contemporâneas de jornalismo, como a *Pública*, identificam que boa parte do problema está na relação de dependência econômica que se estabelece veículos e anunciantes e busca maneiras alternativas de sustentabilidade.

Essas iniciativas que praticam um jornalismo sem fins lucrativos, mas auto sustentáveis, ganharam força no Brasil, e na América Latina, especialmente nos últimos cinco anos e merecem atenção por parte da academia. Não se encontrou para essa pesquisa uma categoria que dê conta do que tem se autodenominado de jornalismo independente. Compreende-se que esse novo jornalismo, nos moldes do jornalismo praticado pela *Pública*, proporciona aos cidadãos conhecimentos para que haja um debate público de qualidade, capaz de transformar a sociedade e, assim, promover o desenvolvimento.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- AFUBRA – ASSOCIAÇÃO DE FUMICULTORES BRASILEIROS. 2015. Disponível em: < afubra.com.br>. Acesso em: 12 ago. 2016.
- AGUIAR, Pedro. Marx Explica a Reuters: a economia política das agências de notícias. In: SILVA JÚNIOR, J. A.; ESPIRIDÃO, M. C.; AGUIAR, P. (Org). *Agências de Notícias: perspectivas contemporâneas*. Recife: Edufpe, 2014. p. 38-64.
- ANUÁRIO BRASILEIRO DO TABACO 2015. Santa Cruz do Sul: *Editora Gazeta*, 2015. Disponível em: < <http://www.editoragazeta.com.br/produtos/categoria/agronegocios/>>. Acesso em: 12 ago. 2016.
- ARAÚJO, Inesita. *A reconversão do olhar: prática discursiva e produção dos sentidos na intervenção social*. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2000.
- BAGDIKIAN, Bem H. *O monopólio da mídia*. São Paulo: Página Aberta, 1993.
- BENKO, Georges; PECQUEUR, Bernard. Os recursos de território e os territórios de recursos. *Geosul*. Florianópolis, v. 16, n. 32, 2001. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/view/14006>>. Acesso em: 10 ago. 2015.
- BERGER, Christa. Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. In: MOUILLAUD, Maurice (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.
- BOLAÑO, César R. S. *Campo aberto: para a crítica da epistemologia da comunicação*. Aracajú: Edise, 2015.
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. *O que é comunicação rural?*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- \_\_\_\_\_. *Novas perspectivas na capacitação em comunicação para o desenvolvimento rural*. Rio de Janeiro: INCA, 1974.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.
- BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CAPARELLI, Sergio. *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&PM, 1982.
- CAPPARELI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. *Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo: Hacker, 2004.
- CARVALHO, Guilherme. Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública. *Revista AlterJor*, São Paulo, v.2, n.10, p. 126-142, 2014. Disponível em: <

<http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/view/aj10-a7>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; TRICHES, Guilherme Longo. Interesse público: uma justificativa moral codificada. *Revista Famecos*. v.21, n.2, 2014. p. 484-503. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/17588/0>>. Acesso em: 20 dez, 2016.

CRUZ NETO, Otávio. O trabalho de campo como descoberta e criação. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes, 1994.

DIAS, Marina. *Funcionamento da agência Pública*. Entrevistadora: V.C. Oliveira, 2015. [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <[nessa.costa.oliveira@gmail.com](mailto:nessa.costa.oliveira@gmail.com)>, em 29 de junho de 2015.

DOMENICI, Thiago. *Números de acesso no site da Pública*. Entrevistadora: V.C. Oliveira, 2016. [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <[nessa.costa.oliveira@gmail.com](mailto:nessa.costa.oliveira@gmail.com)>, em 20 de dezembro de 2016.

DONOS DA MÍDIA. Disponível em: <[www.donosdamidia.com.br](http://www.donosdamidia.com.br)>. Acesso em: 5 jan. 2016.

DORNELLES, Beatriz. Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais comunitários. *ALCEU*. v.8.n.16. Rio de Janeiro, 2008. p. 159-173. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu\\_n16\\_Dornelles.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu_n16_Dornelles.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2016.

DORNELLES, Mizael; SILVEIRA, Rogério Leandro Lima da. A produção de tabaco no sul do Brasil: um olhar geográfico sobre a sua dinâmica produtiva e organização territorial. In: SILVEIRA, Rogério Leandro Lima da (Org.). *Tabaco, sociedade e território: relações e contradições no sul do Brasil*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2013.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE Jorge; BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

DUTRA, Éder J.; HILSINGER, Roni. A cadeia produtiva do tabaco na região sul do Brasil: aspectos quantitativos e qualitativos. *Geografia, Ensino e Pesquisa*, Santa Maria, v.17, n.3, p.17-33, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/geografia/article/view/File/12490/pdf>>. Acesso em: 9 set. 2016.

ESCOSTEGUY, Ana C.; JACKS, Nilda. *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Ana Carolina Escosteguy: cenários dos estudos culturais. Entrevistadores: E.W Araújo, T. Bueno, M. Gehlen, L. Reino, 2015. Entrevista concedida à revista *Rizoma*, p. 137-143. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/6447>>.

\_\_\_\_\_. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: Um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo/ Escola Superior de Propaganda e Marketing*. V.4, n.11. São Paulo: ESPM, 2007.

\_\_\_\_\_. *Estudos culturais*. Estudos culturais e comunicação. Programa de Pós-graduação em Comunicação Social – FamecosPUCRS, 2006. Disponível em: [http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/estudos\\_culturais\\_08\\_06.php](http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/estudos_culturais_08_06.php)>. Acesso em: 01 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Estudos culturais: uma introdução. In: JOHNSON, Richard; ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SCHULMSN, Norma. *O que é, afinal, Estudos culturais?*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

\_\_\_\_\_. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e recepção. *Comunicação, mídia e consumo*, 2007. p. 115-135. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/111>>. Acesso em: 15 out. 2015.

ETGES, Virgínia Elisabeta. A região no contexto da globalização: o caso do Vale do Rio Pardo. In: VOGT, Olgário Paulo; SILVEIRA, Rogério Leandro L. *Vale do Rio Pardo: (re) conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001. p. 351-365.

\_\_\_\_\_. Desenvolvimento Regional sustentável: o território como paradigma. *REDES*, Santa Cruz do Sul, v.10, n.3, p.47-55, set/dez. 2005.

FACEBOOK. *Grupo Reportagem Pública 2015*. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/reportagempublica2015/>>. Acesso em: 12 ago. 2016.

FELIPPI, Ângela C.T., BRANDT, Grazielle B. Aproximações entre estudos culturais e desenvolvimento regional: uma proposta teórico metodológica para estudar a comunicação na interdisciplinaridade. *Revista Brasileira de Gestai e Desenvolvimento Regional*, Taubaté, v.12, n.4 (número especial, p.44-63, dez/2016. Disponível em: <<http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/2603>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

FELIPPI, Ângela C.T., ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Jornalismo e estudos culturais: a contribuição de Jesús Martín-Barbero. *Rumores*, 2013. p. 8-27. Disponível em:<<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/viewFile/69433/72013>>. Acesso em: 15 out. 2015.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. *Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2008. Disponível em: <http://www.unisc.br/portal/pt/editora/e-books/61/jornalismo-e-identidadecultural-construcao-da-identidade-gaucha-em-zero-hora.html>. Acessado em: 05 jun. 2015.

FELITTI, Guilherme; CÔRREA, Elizabeth Saad. O crowdfunding no Brasil: configuração de um canal midiático ou uma siples modalidade econômica. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (Org). *Indústria da Comunicação no Brasil: dinâmicas da academia e do mercado*. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. p.109-126.

FERNANDES, Marcio. Que fim levou o Civic Journalism? In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Jeniro. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1285-1.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

\_\_\_\_\_. Civic Journalism no Brasil: a construção deum plano de referência para um jornalismo público. In: 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 2007, Braga. *Anais...*Braga: Universidade do Minho, 2008. Disponível em: <

<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/view/58>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

FERREIRA, Maria Nazareth. *Imprensa operária no Brasil*. São Paulo: editora ática, 1988.

FLORES, Murilo. *A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento: Uma visão do estado da arte*. 2006. Disponível em: <[http://indicadores.fecam.org.br/uploads/28/arquivos/4069\\_FLORES\\_M\\_Identidade\\_Territorial\\_como\\_Base\\_as\\_Estrategias\\_Deenvolvimento.pdf](http://indicadores.fecam.org.br/uploads/28/arquivos/4069_FLORES_M_Identidade_Territorial_como_Base_as_Estrategias_Deenvolvimento.pdf)>. Acesso em: 10 ago. 2016.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* São Paulo: Paz e Terra, 2011.

FURTADO, Celso. *O mito do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

\_\_\_\_\_. *Criatividade e dependência da civilização industrial*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

GADINI, Sergio Luiz. Crise de modelos, adaptações tecnológicas e desafios do campo jornalístico. *Contemporânea*, Salvador, v.12, n.01, jan-abr, 2014. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/9808>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2012.

GAZETA DO SUL, Santa cruz do Sul, nº151, 20 de julho de 2016, ano 72.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2008.

GIOANNOTI, Vito. *O que é jornalismo sindical*. São Paulo: Brasiliense, 1998.

HALL, Stuart. *Da Diáspora: Identidades e Mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Unesco, 2003.

\_\_\_\_\_. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Cultura, Mídia e Educação - Educação & Realidade*. Porto Alegre, v. 22, n 2, p 15-46, jul./dez. 1997.

HEBERLÊ, Antonio. O papel dos Relações Públicas na comunicação para o desenvolvimento. In: GONÇALVES, Gisela; FELIPPI, Ângela. *Comunicação, desenvolvimento e sustentabilidade*. Covilhã: LabCom, 2014. p. 9-20.

HEBERLÊ, A. L. O. ; SOARES, F. B. Comunicação para o desenvolvimento: estratégias e conceitos. *Estudos em Comunicacao*, v. 13, p. 151-174, 2013.

HERMET, Guy. *Cultura & Desenvolvimento*. Petrópolis: Vozes, 2002.

HOFF, Sandino. As relações sociais no cultivo do fumo. *Redes*, Santa Cruz do Sul, v.19, n.3, p.31-50, 2014.

HUNT, E. K.; SHERMAN, Howard J. *História do pensamento econômico*. Petrópolis: Vozes, 2010.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, os Estudos culturais?. In: JOHNSON, Richard; ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SCHULMSN, Norma. *O que é, afinal, Estudos culturais?*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

KARAM, Francisco. *Jornalismo, ética e liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.

KNIGHT FOUNDATION. *Finding a Foothold: How nonprofit news ventures seek sustainability*. Disponível em: <<http://www.journalism.org/files/legacy/Nonprofit%20New%20Study.pdf>>. Acesso em: 14 de jun. de 2016.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KRAICZEK, Tarcizio; ANTONELI, Valdemir. O avanço do cultivo do tabaco no município de Prudentópolis-PR: estudo de caso da década de 2000. *Revista Percurso*, Maringá, n.2, v.4, p.59-77, 2012. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Percurso/article/view/16847/10212>>. Acesso em: 09 set. 2016.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Página Aberta, 1991.

LERNER, Daniel; SCHRAMM, Wilbur. *Comunicação e mudança nos países em desenvolvimento*. São Paulo: Melhoramentos, 1973.

LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Barueri: Manole, 2009.

\_\_\_\_\_. A importância da descrição. São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.edvaldopereiralima.com.br/index.php/jornalismoliterario/posgraduacao/memoria-portal-abjl/147-a-importancia-da-descricao>>. Acesso em: 04 dez. 2016.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza*. São Paulo: Ática, 1989.

\_\_\_\_\_. *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*. São Paulo: Kacker editores, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MCQUAIL, Denis. *Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público*. Porto Alegre: Penso, 2012.

MEDINA, Cremilda. *Profissão jornalista: responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1982.

MARQUES DE MELO, José. *Teorias do jornalismo: identidades brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2006.

- \_\_\_\_\_. *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes, 1977.
- \_\_\_\_\_. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- MATTELART, Armand. *Comunicação-mundo: histórias das idéias e das estratégias*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MEDINA, Cremilda. *Profissão jornalista: responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1982.
- \_\_\_\_\_. *Entrevista: o diálogo possível*. São Paulo: Ática, 1990.
- MEYER, Philip. *Os jornais podem desaparecer?: como salvar o jornalismo na era da informação*. São Paulo: Contexto, 2007.
- MILL, J. S. *A liberdade: utilitarismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- MORAES, Ana Luiza Coiro. *Epistemologia dos Estudos culturais: Da dialética ao materialismo cultural*. Trabalho apresentado no 20º Encontro da Compós. Porto Alegre, junho 2011.
- MOTA, Jessica. *O trabalho jornalística na Agência Pública*. Entrevistadora: V.C. Oliveira, 2016a. Arquivo de áudio digital (22min). Entrevista concedida à pesquisa *A estratégia produtiva de uma agência de reportagens na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento*.
- \_\_\_\_\_. *Jornalismo e violações aos indígenas e ao meio ambiente*. Arquivo de áudio digital (1h40min). Palestra proferida na Jornada Acadêmica: jornalismo e conflitos ambientais. Porto Alegre: UFRGS, 2016b.
- NEOTTI, Clarêncio. *A nova ordem mundial da informação e da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- OLIVEIRA, Dennis de. *Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta*. In: *SBPJor, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, VII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, São Paulo, 2009.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2003.
- ORTIZ, Renato *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- PAIVA, Raquel. *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- PASTI, André Buonani. *Notpicias, informação e território: as agências transnacionais de notícias e a circulação de informações no território brasileiro*. 2013. 237p. Dissertação (mestrado). Universidade Estadual de Campinas, 2013.

PECQUEUR, Bernard. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do sul. *Raízes*, Campina Grande, v. 24, n. 1-2, p.10-22, jan-dez 2005. Disponível em: <[http://www.ufcg.edu.br/~raizes/artigos/Artigo\\_53.pdf](http://www.ufcg.edu.br/~raizes/artigos/Artigo_53.pdf)>. Acesso em: 10 ago. 2016.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. *A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa*. Petrópolis: Vozes, 2006.

PERES, João; SILVA NETO, Moriti. Sob a fumaça, a dependência. *Agência Pública*. 2015. Disponível em: <<http://apublica.org/2015/10/sob-a-fumaca-a-dependencia/>>. Acesso em: 26 out. 2015.

PERUZZO, Cicília. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional, Ano 6, n. 6, jan-dez, São Bernardo do Campo: UMESP/SP, 2002.

\_\_\_\_\_. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2016.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. *Estudos em jornalismo e mídia*. v.1, n.2. p.13-30, 2004.

PEW RESEARCH CENTER. *Nonprofit Journalism: A Growing but Fragile Part of the U.S. News System, 2013*. Disponível em: <<http://www.journalism.org/files/legacy/Nonprofit%20News%20Study.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2015.

PÚBLICA. *Republique*. 2016a. Disponível em:<<http://PUBLICA.org/quem-somos/#republique>>. Acesso em: 10 set. 2016.

PÚBLICA. *Sobre*. 2016b. Disponível em:<<http://PUBLICA.org/quem-somos/#sobre>>. Acesso em: 10 set. 2016.

PÚBLICA. *Página inicial*. 2016c. Disponível em: <<http://PUBLICA.org>>. Acesso em: 10 set. 2016.

PÚBLICA. *Casa Pública*. 2016d. Disponível em:<<http://PUBLICA.org/casPUBLICA/>>. Acesso em: 10 set. 2016.

PÚBLICA. *Quem somos*. 2016e. Disponível em:<<http://PUBLICA.org/quem-somos/#quem-somos>>. Acesso em: 10 set. 2016.

PÚBLICA. *Financiadores*. 2016f. Disponível em:<<http://PUBLICA.org/quem-somos/#financiadores>>. Acesso em: 10 set. 2016.

PÚBLICA. *Parcerias*. 2016g. Disponível em: < <http://PUBLICA.org/quem-somos/#parcerias>>. Acesso em: 10 set. 2016.

PÚBLICA. *Reportagem Pública 2015: agora os leitores ocupam a redação*. 2015. Disponível em: <<http://PUBLICA.org/2015/01/reportagem-publica-2015-agora-os-leitores-ocupam-a-redacao/>>. Acesso em: 23 jul. 2015.

PÚBLICA. Estatuto do Centro de Jornalismo Investigativo. 2011.

PULITZER, Joseph. *A escola de jornalismo na Universidade de Columbia: a opinião pública*. Florianópolis: Insular, 2009.

RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.

RECH, Terezinha. Dimensões psicossociais da entrevista. In: SCARPARO, Helena (Org.). *Psicologia e pesquisa: perspectivas metodológicas*. Porto Alegre: Sulina, 2000.

REGINATTO, Gisele Dotto. *As finalidades do jornalismo: o que dizem os veículos, jornalistas e leitores*. 2016. 260p. Tese (doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

RONSINI, Veneza V. Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Marín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). *XIX Encontro da Compós*, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: < [http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12\\_veneza\\_ronsini.pdf](http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12_veneza_ronsini.pdf)>. Acesso em: 10 dez. 2016.

SANTI, Vilso J. Chierentin. *As representações nos circuitos das notícias: o movimento dos trabalhadores rurais sem-terra no jornal Zero Hora*. 2009.184p. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Maria, 2009.

SCHMITZ, Aldo Antonio. *Classificação das fontes de notícias*. 2010. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2016.

SCHRAMM, Wilbur. *Comunicação de massa e desenvolvimento: o papel da informação nos países em crescimento*. Rio de Janeiro: Bloch, 1970.

SCHULMAN, Norma. O Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham: uma história intelectual. In: JOHNSON, Richard; ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SCHULMAN, Norma. *O que é, afinal, Estudos culturais?*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1997.

SELEME, Rejane. *Agricultura familiar: um estudo a respeito do trabalho da pessoa idosa no cultivo do tabaco na região de Canoinha/SC*. 2014. Dissertação (Programa de Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Universidade do Contestado, Canoinhas, 2014.

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2010.

SEQUEIRA, Cleofe Monteiro de. *Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia*. São Paulo: Summus, 2005.

SEQUEIRA, Cleofe; BICUDO, Francisco. Jornalismo comunitário: conceitos, importâncias e desafios. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0507-1.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

SILVA NETO, Moriti. *A construção da pauta e o planejamento da apuração em campo para a reportagem Fumo, Fogo e Fumaça*. Entrevistadora: V.C. Oliveira, 2015a. Arquivo de áudio digital (1h20min). Entrevista concedida à pesquisa *A estratégia produtiva de uma agência de reportagens na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento*.

\_\_\_\_\_. *A apuração de campo para a reportagem Fumo, Fogo e Fumaça*. Entrevistadora: V.C. Oliveira, 2015b. Arquivo de áudio digital (1h14min). Entrevista concedida à pesquisa *A estratégia produtiva de uma agência de reportagens na perspectiva da informação como fator para o desenvolvimento*.

SILVEIRA, Rogério Leandro Lima da (Org.). *Tabaco, sociedade e território: relações e contradições no sul do Brasil*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2013.

SMITH, Adam. *A riqueza das nações: investigação sobre sua natureza e suas causas*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

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

VARGAS, Marco Antonio. Cultivo do tabaco, agricultura familiar e estratégias de diversificação no Brasil: uma análise comparativa em áreas de cultivo de tabaco no Vale do Rio Pardo. In: SILVEIRA, Rogério Leandro Lima da (Org.). *Tabaco, sociedade e território: relações e contradições no sul do Brasil*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2013.

VEIGA, José Eli da. *Meio ambiente e desenvolvimento*. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2006.

\_\_\_\_\_. *Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

VIANA, Natalia. 2011. In: MAZOTTE, Natália. *Brasil ganha agência de jornalismo investigativo*. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/brasil-ganha-agencia-de-jornalismo-investigativo>>. Acesso em: 11 set. de 2016.

\_\_\_\_\_. 2014a. In: COSTA, Andriolli. *O jornalismo na era dos creative commons: entrevista especial com Natalia Viana*. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/527682-o-jornalismo-na-era-dos-creative-commons-entrevista>>. Acesso em: 11 set. 2016.

\_\_\_\_\_. 2014b. In: MALIN, Mauro. *Agência Pública luta pelo bom jornalismo*. Disponível em: <[http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/\\_ed783\\_agencia\\_publica\\_luta\\_pelo\\_bom\\_jornalismo\\_](http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed783_agencia_publica_luta_pelo_bom_jornalismo_)>. Acesso em: 11 set. 2016.

\_\_\_\_\_. 2016. In: *O papel do jornalismo em sociedades democráticas*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0Dr1B0-ZuPM>>. [vídeo]. Acesso em: 11 set. 2016.

\_\_\_\_\_. 2012 In: Observatório da imprensa: Pública - Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=0Dr1B0->>. [vídeo]. Acesso em: 11 set. 2016.

XAVIER, Aline C. R.; PAULINO, Fernando O. Jornalismo investigativo: a emergência das organizações jornalísticas sem fins lucrativos e o desafio da sustentabilidade. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2014. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2477-2.pdf>>. Acesso em: 14 jun.2016.

XAVIER, Aline Cristina Rodrigues. *Agência pública: espaços, atores, práticas e processos em reconfiguração na produção de investigações jornalísticas*. 2015. 172f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) – Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

WILLIAMS, Raymond. Culture is ordinary. In: WILLIAMS, Raymond. *Resources of hope: Culture, Democracy, Socialism*. London: Verso, 1989, p. 3-14.

## APÊNDICE A

**Questões exploratórias – 18/08/2015 – Marina Dias, coordenadora de Comunicação da Agência Pública – mensagem trocada por e-mail.**

- Como surgiu a Pública?
- Como a agência se mantém dentro desse modelo de jornalismo independente? O que se entende por jornalismo independente?
- Qual é a constituição da equipe?
- Como funciona a produção das reportagens investigativas?
- De que forma o conteúdo produzido pela agência é disseminado?
- Qual é o alcance desse conteúdo?
- Qual é a relação da Pública com a mídia tradicional/comercial?
- O que vocês entendem como sendo função do jornalismo?
- A pública se enquadra em um novo modelo de jornalismo? Que modelo é esse?

## APÊNDICE B

### **Primeira entrevista com Moriti Silva Neto - Iluminura, 1º/09/2015 – Duração: 1’20’’**

- Como ocorreu o financiamento da pauta Fogo, Fumo e Fumaça?
- Qual era a proposta inicial dessa pauta, no Reportagem Pública?
- A partir do momento que a pauta recebe o financiamento de uma instituição o que muda?
- Uma pauta sobre o tabaco, como vocês estão apurando, sairia em veículos tradicionais da mesma forma, teria alterações, ou não sairia? Pela tua experiência como jornalista independente, o que tu pensas?
- Por que vir para a região do Vale do Rio Pardo? O que chega com relação à produção de tabaco aqui, no centro do país?
- Com relação à produção da reportagem mesmo, como é o trabalho repórter e editoras?
- Vocês tem previsão de quantos textos serão feitos nessa reportagem? Vi que algumas pautas acabam se desdobrando.
- O que se faz antes do campo, quais contatos, como encontrar as fontes?
- Começaste o campo em Porto Alegre, ontem?
- Com relação a fotografias, vídeos, como vocês se organizam?
- E a organização da viagem, como é com relação a passagem, hospedagem?
- Para encerrarmos, o que tu fez até o momento, o que tem planejado, agendado para os próximos dias?
- E nas indústrias, tu tens alguma entrevista prevista?

## APÊNDICE C

### **Segunda entrevista com Moriti Silva Neto – Via Skype, 30/09/2015 – Duração: 1’15’’**

- Moriti, na verdade é uma continuação da nossa primeira conversa. Mas agora com o que tu fizeste no campo, quais foram as entrevistas, o acesso às fontes. Mas antes disso, tens previsão da data de publicação da reportagem?
- E tua ida à campo aqui em Santa Cruz, como foi?
- Do planeamento que tu tinhas, que nós conversamos aquele outro dia. Tu já falaste que os primeiros dias foram mais difíceis. O que tu conseguiste seguir e que caminhos tiveram que ser feitos diferentes?
- Como tu te apresentavas às pessoas?
- Quantas famílias tu entrevistaste?
- Tu foste nas propriedades?
- E acompanhado de algum representante do sindicato ou de alguém do CAPA ou não?
- Chegaste a falar com alguém vinculado às empresas?
- E a Universidade?
- Moriti, e do ponto de vista do teu trabalho, das entrevistas, pesquisas, contatos com as pessoas, o que tu destaca?
- A partir do momento que tu foste a campo e começa a escrever a matéria, ou continua a apuração de longe, como fica o teu contato com as editoras, com a Pública?

## APÊNDICE D

### Entrevista com a repórter Jessica Mota, Agência Pública – 16/06/2015 – UFRGS – 22min

- Jessica, como ocorre a discussão das pautas? Pelo que eu tenho visto, muitas delas partem de projetos específicos da pública sobre determinado tema ou vem de iniciativas como o Reportagem Pública. Mas fora esses projetos com financiamentos específicos, e as outras, que eu imagino que sejam custeadas pela principal receita da Pública que vem das duas instituições internacionais. Como funciona esse processo?
- E com relação àqueles momentos de produção que tu falaste antes (*na palestra*) de pré-apuração, apuração e finalização. Como se dá cada um desses momentos?
- E na finalização das reportagens como se dá a participação da Natalia e da Marina, como editoras?
- Tu comentaste (*na palestra*) sobre a preocupação em fazer textos que sejam gostosos de ler. Essa é uma preocupação da Pública desde sempre? Como é esse processo?
- E com relação à dificuldade de obter respostas do governo e das empresas. Isso é recorrente nas reportagens que vocês fazem? Tu pensa que isso possa ter relação com o fato de o foco da Pública ser em direitos humanos e em pautas mais delicadas?
- E a interação com o leitor, tu consegues ver isso de uma forma diferente na Pública?
- O que pra ti diferencia o trabalho da Pública do trabalho da mídia tradicional?

## ANEXO A

### **Sob a fumaça, a dependência**

Não são apenas os fumantes que estão atrelados a um hábito do qual é difícil se livrar. O Brasil, líder global na exportação de tabaco, oculta sob os dados econômicos um quadro social de efeitos devastadores

por João Peres, Moriti Neto

Difícil acreditar que o solo de onde antes só brotava fumo, hoje dê morangos tão saborosos. Nem é necessário açúcar: basta colher e experimentar o fruto saído direto da terra. Isso é apenas parte do trabalho liderado por um rapaz de 20 anos – e que aparenta ter menos idade. O nome é Anderson Rodrigo, membro da família Richter. A ascendência é alemã, algo que fica exposto no sotaque. Os antepassados chegaram ao Brasil durante o grande fluxo migratório de alemães no século 19, caso da maioria das pessoas que mora na região do Vale do Rio Pardo, no interior do Rio Grande do Sul, especialmente nos municípios de Santa Cruz do Sul e Venâncio Aires. Os dois são uma espécie de capital informal da produção de fumo do Brasil, sede das principais empresas do setor. Venâncio, com pelo menos 3,7 mil famílias envolvidas na cultura, segundo estimativas da prefeitura da cidade, é conhecido também por ser a capital da erva-mate e carrega ainda o incômodo posto de ser um dos líderes de suicídios no país.

O terreno na comunidade de Linha Santana em que se localiza a propriedade de Anderson, em Venâncio, era grande quando Adolfo Richter, o primeiro antepassado de que ele tem notícia, chegou. As casas, a igreja, muito se construiu em torno dela. Outros Richter vieram, formaram as próprias famílias. Dividiram a terra. E o fumo se espalhou por todos os pedaços. Anderson não escapou a essa herança. Conta que, quando se deu por gente, estava cercado por tabaco. “Nem vi acontecer. Quando eu nasci, já era assim fazia muito”, conta. E foi com a presença intensa desse monocultivo que ele cresceu. Ao lado dos pais, Heitor e Marilei, auxiliou no plantio até os 14 anos, em 2009. Foi então que começou a virada.

Naquele ano, começou os estudos de agroecologia na Escola Família Agrícola de Santa Cruz do Sul (Efasc), onde se formou, em 2011. Atualmente estudante do curso superior de Tecnologia em Agroecologia na Horticultura, na Universidade do Estado do Rio Grande do Sul (Uergs), o rapaz fez uma aposta para escapar à cultura do tabaco e aos agrotóxicos. De

início, contou com o apoio de duas jovens: a irmã mais nova, Andressa Rafaela, de 16 anos, e a namorada, Micaela Hister, de 19, que conheceu na Efasc. “Quando começamos, tínhamos apenas um pedacinho de terra na propriedade dos meus pais, que não acreditavam que daria certo. Agora, já conseguimos ampliar e eles estão ajudando”, conta o jovem, que sonha com a criação de lavouras demonstrativas para espalhar a cultura agroecológica em Venâncio Aires.

No entanto, a mudança não foi fácil. E não só pela resistência inicial dos pais, mas pelo caldo de cultura que influencia toda a comunidade. Um contexto erguido a partir da planta do tabaco, que fez brilhar os olhos de uma indústria ao enxergar a região. “Lembro de olhar em volta quando era pequeno e só ver folhas de fumo. Não só na propriedade da minha família, mas nas que estão no entorno. Tinha uma sensação de opressão por isso”, explica Anderson.

Hoje, as terras dos Richter não têm um só pé de fumo. Os jovens produzem morango, hortaliças, temperos. Entregam em feiras e para iniciativas de compras públicas, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae). Na busca por diversificar receitas, também vendem a professores da Uergs. O esterco de suas vacas e porcos é a fonte para o adubo, em que aplicam um composto que reduz a presença de metais pesados. “O começo foi duro, mas a gente se libertou com isso. Tiramos os agrotóxicos das nossas vidas e das vidas das pessoas que compram nossos produtos. E saímos da cultura do fumo, que tira a autonomia do agricultor, desconsidera o saber dele. A empresa fumageira que faz contrato com ele decide tudo. O agricultor não é dono do processo que pratica na própria terra. Ele é só mão de obra”, critica Anderson Rodrigo.

Entre a década de 1950 e o início dos anos 2000, o fumo carregou “tempos dourados” para Venâncio Aires e região. O tabaco dava dinheiro e, segundo os Richter, era mais fácil se concentrar “só em uma coisa”. “Era como o cara da fábrica que aperta só um botão. As pessoas se especializam em plantar fumo, sem perceber que nem isso é de verdade, porque chegam os técnicos das empresas e dizem como e quando tem que fazer”, diz o jovem produtor. Anderson se refere à figura do orientador das fumageiras, que, na realidade, é quem dita as regras de como o plantio tem de ser durante todo o ciclo produtivo. “É esse cara que chega e diz ao agricultor: ‘Por que você vai plantar horta, se você pode plantar fumo naquele pedaço de terra?’. E aí, quando você vê, já não faz nada de diferente do que a empresa manda fazer e outras culturas são abandonadas”, comenta.

O rapaz sabe do que fala. Viveu na pele os efeitos da prisão que é a cadeia do tabaco. Trabalhou, ainda criança, nas lavouras de fumo. Viu a família sofrer, inclusive fisicamente, e abrir mão de muito. Heitor, o pai de Anderson, hoje com 45 anos, foi um caso. Começou a

plantar fumo aos 14 e passou 26 anos no cultivo. “Já não ia mais para a escola, nem concluí o ensino fundamental. Não dava para conciliar. O tabaco desgasta muito e eu tinha que ajudar meus pais”, recorda.

Heitor e a família chegaram a cultivar 94 mil pés de fumo nos picos de produção. E os problemas de saúde vieram. Dores de cabeça, indisposição, vômitos e manchas na pele eram recorrentes, mas o trabalho não podia parar. A dura época da colheita, entre novembro e janeiro, ficou marcada como o pior período. Com chuva forte ou sol escaldante, era preciso colher as folhas e secá-las na estufa. Depois, as plantas secas ficavam depositadas em um pequeno depósito quase sem ventilação. A família se reunia nesse local para classificar o fumo de acordo com a qualidade, o que definia o preço. “Não podíamos atrasar uma fornada. Senão, não conseguíamos mais o ponto certo do fumo e perdíamos o trabalho”, descreve Heitor.

A utilização de agroquímicos na plantação de tabaco foi compreendida pelos familiares como algo que atacava a saúde e também degradava o ambiente. O cultivo manual, a retirada folha por folha, deixava evidente que, independentemente do quanto se usa de veneno nas plantas, se mais ou menos do que em outros tipos de lavoura, era necessário encarar a realidade: os agroquímicos fazem entrar num ciclo penoso, pessoas adoecem e a terra também. Não sobra matéria orgânica para o solo. “Conforme não tem matéria orgânica, o solo vai se degradando e a planta não consegue se desenvolver. Os próprios adubos sintéticos perdem a eficácia, pois se espalham pela terra e a planta absorve só no ponto em que está a raiz. Então, tem que aumentar a dosagem para chegar ao que ela precisa para crescer. E, como o fumo toma todo o espaço da terra e as empresas colocam metas de tempo e quantidade para o agricultor entregar, o raciocínio é usar agrotóxico o tempo inteiro”, detalha Anderson.

Mesmo nessas condições, Heitor só saiu do plantio do fumo em 2010. Atualmente, cria gado leiteiro e auxilia os filhos nos cultivos agroecológicos. Ele queria ter parado antes, mas tinha dívida com uma fumageira, feita na aquisição de produtos e equipamentos prevista em contrato com a empresa. “Sempre quando eu tinha dívida, o preço que pagavam pelo fumo não era bom, foi difícil de sair.”

A saída se deu com o leite dado pelas vacas da propriedade e a diversificação da produção, estimulada pelos estudos de Anderson na Efasc. O débito, em 2009, quando o jovem ingressou na escola, já estava perto de ser quitado. “A dívida, se a gente tivesse feito mais, não ia ter como parar. É nisso que muito agricultor entra e perde, cada vez mais, o poder de decisão”, salienta Anderson.

Micaela, a namorada dele, mora na propriedade da família Richter, mas é nascida em Sobrado, outra cidade da região. De lá, foi para General Câmara, a 66 quilômetros de distância de onde reside hoje. Foi nesse lugar, desde os 10 anos, que passou a ajudar no cultivo do fumo, no qual continuam seus pais, Jorge e Traudi Hister. “A propriedade que meu pai tem hoje [em General Câmara] é um local que uma pessoa comprou e não conseguiu pagar a dívida com a fumageira (a Alliance One, de origem norte-americana). Meu pai assumiu a dívida e ficou com o lote”, afirma Micaela.

Mais uma linha do modo de atuar das fumageiras está exposta. Na época do loteamento feito pela empresa, quem comprava uma porção de terra era obrigado a pagar plantando fumo. Muitos pequenos produtores não conseguiram dar conta das metas impostas pelos contratos e perderam os terrenos. Os pais de Micaela não chegaram a passar por isso. De qualquer forma, confrontaram situações que também os levam a querer parar com a atividade. “Meu pai começou a plantar porque era a tal história da cultura que tinha venda garantida. Chegou a ter oito hectares de fumo, 210 mil pés por safra”, conta a moça.

A fumageira, então, colocava mais metas e novos “investimentos” eram exigidos. Vieram as dívidas e a necessidade de muita mão de obra. Jorge passou a ir até a periferia de General Câmara para juntar gente que aceitasse trabalhar na colheita. Lotava uma Kombi com moradores de áreas pobres do município. Para agravar a situação, a filha e a esposa tiveram a saúde fragilizada. Micaela conta que, quando morava com os pais, estava “sempre mal”, com náuseas. Traudi, a mãe, tem dores de cabeça e tonturas que não a abandonam. “A fumageira defende que é a nicotina que tem na folha do tabaco que faz mal, mas a gente sabe que o agrotóxico tem parte aí”, lembra a jovem, que relacionou seus estudos universitários a pesquisas sobre o tema.

Aos poucos, os pais de Mica, como a moça é chamada pelos familiares, diminuíram a produção de tabaco. Nos últimos anos, plantam, em média, “apenas” 60 mil pés. Passaram, assim como Heitor, a investir no leite, mas ainda têm medo: não estão certos de que “vai dar” se abolirem o fumo de suas vidas e partirem para outra cultura. “Eles têm muita dívida, de compra de máquinas. Mesmo a terra, ainda estão pagando para a empresa”, esclarece a jovem.

Anderson acredita que a dificuldade em encontrar alternativas ao tabaco passa pela falta de organização. Para ele, os agricultores engolem o sistema imposto pelas fumageiras e se acomodam. E, se buscam uma saída, vão geralmente na direção de outra cultura que os empurra para condições semelhantes, com a perda da autonomia e do saber camponês. “Isso não é saída. O agricultor tem que ser o dono do processo e só vai ser se usar aquilo que tiver de experiência em diversas culturas. Se sair do fumo de um ano para o outro porque viu que

tem uma doença e for para um cultivo que traz um pacote igual, vai acabar voltando, já que o fumo tem a venda certa, ainda que de acordo com contratos ruins”, aconselha.

Para mudar de verdade, são fundamentais a paciência e a persistência, o que garantiria uma boa transição. “Claro que não é fácil, tem que modificar hábitos, aperfeiçoar a terra, mas dá para melhorar a qualidade de vida e também, com o tempo, ganhar melhor do que com o fumo, posso garantir. As pessoas que plantam no sistema oferecido pelas fumageiras são acostumadas a trabalhar com o corpo e não com a mente. A empresa traz tudo pronto. Quer sair? Então, o agricultor tem que pensar sua produção”, argumenta Anderson.

Delicada de tocar, faltava abordar uma questão com os Richter. Eles teriam informações dos suicídios de agricultores em Venâncio Aires? A resposta vem demolidora, nas palavras de Anderson: “Meu bisavô se suicidou em junho, aqui pertinho, nas terras dele”. Waldemar Richter plantou fumo praticamente a vida toda. Fazia tempo, era vítima da depressão. Matou-se por enforcamento, aos 85 anos.

Anderson crê que o suicídio do bisavô se deu por dois motivos: dívidas e uma longa vida lidando com agrotóxicos. “O veneno te leva para o precipício e o endividamento te dá o ultimo chute”, diz, encerrando com um alerta: “Na comunidade, tem outros casos de suicídio, também com plantadores de tabaco”.

### **A doença do suicídio**

O Rio Grande do Sul é um dos estados que reúnem os melhores indicadores sociais no Brasil. Na contramão disso, está à frente também em suicídios, causa de tragédias familiares e debates efervescentes entre pesquisadores. As estatísticas do povo gaúcho atingem o dobro da média nacional. Entre 2007 e 2011, o estado teve 10,2 mortes por suicídio a cada 100 mil habitantes. Dados do Ministério da Saúde mostram que nove das vinte cidades acima de 50 mil habitantes que tiveram mais casos proporcionais estavam no Rio Grande do Sul. A maioria, no Vale do Rio Pardo.

Apesar de estar entre os municípios mais ricos do estado, Venâncio Aires, com 69 mil habitantes, teve 79 casos em cinco anos, o que equivale a 23,1 para cada 100 mil habitantes, na média extraída do período pesquisado pelo ministério. Isso deixa a cidade numa preocupante e mórbida segunda colocação na contagem dos suicídios no país e na primeira em solo gaúcho.

Em uma cidade que possui baixo índice de criminalidade, a polícia se ocupa muito da investigação de suicídios. E a hipótese predominante ao senso comum é a influência da cultura alemã e o rigor trazido por ela. Do ponto de vista da saúde, a informação é que 10%

dos leitos do principal hospital local são reservados para a psiquiatria e a prefeitura investe em programas de prevenção, com internações e grupos de ajuda. Uma unidade do Centro de Valorização da Vida (CVV) foi instalada na cidade. Contudo, abrir o leque dos motivos de suicídios com os moradores, autoridades e associações é um tabu.

A Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra), que tem sede na região, rejeita a relação dos suicídios com o uso de agrotóxicos, mas, ainda assim, faz questão de afirmar que, hoje, o composto é pouco utilizado nas lavouras. Já o Sindicato Interestadual da Indústria do Tabaco (SindiTabaco), que representa as empresas, divulga a posição de que “atrelar casos de suicídio ao uso de agrotóxicos na cultura do tabaco é uma afirmação inconsistente”. O argumento de que lança mão a entidade é que, dos dez municípios com maior índice de tentativa de suicídios no Rio Grande do Sul, “apenas” três possuem “grande” produção de tabaco – Venâncio Aires, Santa Cruz do Sul e Canguçu.

A tentativa de atenuar o sofrimento dos agricultores da cultura do tabaco também parte das autoridades. Foi o que demonstrou, em setembro do ano passado, o prefeito de Venâncio Aires, Airton Artus (PDT), que está no segundo mandato. Durante a disputa à Presidência da República, ele procurou diálogo com a então candidata Marina Silva durante um evento em Porto Alegre. Artus não hesitou em aproveitar a oportunidade de falar sobre a “importância do setor fumageiro para as famílias de agricultores” e “desmistificar” as informações correntes sobre o segmento.

Ao entregar um documento sobre o setor, ele mencionou a relevância social e econômica do fumo. Basicamente, o que se fez foi compilar dados ofertados pelo SindiTabaco e pela Afubra. “Em 2013, o tabaco representou 1,3% do total das exportações brasileiras, com US\$ 3,27 bilhões embarcados. Da produção de mais de 700 mil toneladas, mais de 85% foram destinados ao mercado externo. Para o Sul do país, a cultura é uma das atividades agroindustriais mais significativas. No Rio Grande do Sul, a participação do tabaco representou 9,3% no total das exportações; em Santa Catarina, 10,2%.” O Brasil é o maior exportador de fumo, posto disputado palmo a palmo com a Índia há duas décadas. Quase 90% da produção é enviada a uma centena de países, China à frente.

Em julho de 2015, Artus foi eleito o novo presidente da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva do Tabaco, grupo técnico ligado ao Ministério da Agricultura. A se levar em conta: o prefeito é médico de formação e, além de pretender “desmistificar” a relação entre o cultivo do fumo e o sofrimento dos trabalhadores, quer mostrar ao governo federal que não existe relação direta entre a produção e o consumo de tabaco. Ele diz que, se o Brasil deixar de plantar, outro país assumirá esse mercado. “A fumicultura tem considerável importância

socioeconômica no Rio Grande do Sul e em toda a região Sul do Brasil. Em Venâncio Aires, o setor tabagista, desde a produção, beneficiamento até a exportação, gera riquezas anuais superiores a R\$ 600 milhões, o que representa cerca de 70% do valor adicionado do município”, defende.

Entretanto, ainda nos anos 1990, o primeiro arejamento de ideias sobre essa questão veio com uma pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), que trouxe para o centro do debate o uso de agrotóxicos chamados organofosforados como causa para o alto número de suicídios entre fumicultores. O trabalho indicava a perspectiva de o veneno causar distúrbios comportamentais no agricultor.

Passadas duas décadas, a **Pública** entrevistou o engenheiro agrônomo e florestal Sebastião Pinheiro, hoje funcionário aposentado da UFRGS, mas ainda ativo na colaboração com o Núcleo de Economia Alternativa da universidade. Ele foi um dos responsáveis pela pesquisa, divulgada em 1996, que já avaliava a relação entre o índice de suicídios, o cultivo de fumo em Venâncio Aires e os agrotóxicos. Pinheiro diz que novos estudos não chegaram a nenhuma conclusão porque “destoam da realidade”. O pesquisador diz que a causa do aumento de casos de suicídio e depressão na região é clara: “As pessoas, adultas ou não, colhem fumo com as mãos e carregam as folhas embaixo dos braços, o veneno entra no corpo e provoca depressão. Depois, a doença se agrava e vêm os suicídios”.

Após essa pesquisa, o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) financiou um novo estudo, com médicos e pesquisadores, mas Pinheiro não participou. Alguns levantamentos foram feitos, mas restaram inconclusivos. “Suicídio não tem uma origem única e direta. Pode ter uma série de fatores. Assim, um grupo de médicos não tem condições de analisar alterações no campo eletromagnético (pequenos campos magnéticos que dão estabilidade e equilíbrio às moléculas do corpo humano) de pessoas expostas a praguicidas ou agrotóxicos e, se eles não têm capacidade de avaliar isso, o resultado do trabalho destoa da realidade”, sentencia Sebastião Pinheiro.

De acordo com o engenheiro, a maioria dos agrotóxicos é responsável por alterações no comportamento das pessoas, o que, entre diversos males, leva à predisposição ao suicídio. Ele conta que analisou documentos internacionais civis e militares e encontrou elementos científicos que comprovam a existência da depressão causada por intoxicação, desencadeadora de suicídios.

A pesquisa da UFRGS aqueceu o debate, mas, sozinha, pôde fazer pouco. Um projeto de lei que tenta banir o uso de agrotóxicos organofosforados chegou a ser encaminhado ao Congresso Nacional, tomando-a como base. A proposta, no entanto, está parada desde 2011.

Nas andanças pela região, Sebastião descobriu também que crianças em idade escolar, no município vizinho de Santa Cruz do Sul, onde se concentram as sedes das fumageiras, chegaram, nos anos 1990, a tomar medicamentos fornecidos pela prefeitura para conter os efeitos da depressão. “Como as lavouras envolvem toda a família na produção, porque o cultivo é muito trabalhoso, as crianças também participam e ficam expostas”, explica o agrônomo. Segundo Pinheiro, o trabalho com o fumo é algo que necessita de muito esmero do agricultor. “O agricultor que cultiva o fumo tem uma mão de obra muito qualificada, mas é mal remunerado e fica exposto a doenças terríveis. Enquanto isso, uma associação como a Afubra enriquece com o ciclo produtivo do tabaco. Vá até uma loja da associação, tem supermercado, eletrodomésticos. Já vi vendendo até automóvel”, diz.

Autor do livro *Fumo: servidão moderna e violação de direitos humanos (Terra de Direitos, 2005)*, o também pesquisador Guilherme Eidt Gonçalves de Almeida, especialista em direito sanitário pela Fiocruz, chama atenção para a conexão entre os meses de uso mais intenso de agrotóxicos nas lavouras de fumo (outubro, novembro e dezembro) e o período com maior número de suicídios. O mês de abril, que apresenta também índices altos de suicídio, coincide com a época da preparação dos canteiros pelos plantadores de fumo, afirma Eidt.

Sebastião Pinheiro lembra que o grau de toxicidade dos agrotóxicos utilizados no país não é medido corretamente. “A classificação é enganosa para atender aos interesses da indústria do veneno. Assim, a periculosidade e a insalubridade a que estão expostos os agricultores não têm tamanho no Brasil, literalmente. E os mais vulneráveis são os que não podem mecanizar a produção, como os que trabalham com as folhas de tabaco”, enfatiza.

### **Outro estado, mesma tragédia**

O ano era 2011 quando esta história começou a ser apurada. E não só o frio de uma tarde de sábado de inverno trazia um ar cinzento ao lugar. Os olhares de todos mostravam tristeza, como se estivessem à espera de notícias ruins em um corredor de hospital. A casa de Lídia Maria Bandacheski do Prado estava constantemente sob uma névoa de tensão. Ao fundo, finalmente, ela aparece, sentada – ou depositada – sobre uma cadeira. Não se permite sorrir em momento algum durante as horas de conversa. Não tem motivos. Até hoje.

Há dez anos, começou a apresentar náusea, perda de força muscular, desmaios, falhas de memória. Os primeiros médicos, sem saber o que fazer ou sem querer entender o problema, davam uma dose de soro e a mandavam de volta para casa. “Já cansei de passar mal e apagar, não lembrar de nada”, conta Lídia, que é de Rio Azul, no centro-sul do Paraná,

terceiro maior estado produtor de fumo. “É difícil porque você tem filhos, quer lutar e dar o melhor para eles. Mas não posso mais dar o meu melhor.”

Quando tinha 9 anos, o pai morreu. E a garota assumiu tarefas pesadas da produção de fumo para que a mãe não sofresse tanto. “Eu dormia em cima das sacas que deixavam no paiol. A mãe cozinhava dentro do barracão. A gente ficava lá a semana inteira, nas terras arrendadas. Misturava o veneno com a mão, sem luva. Falavam que o veneno só fazia mal pro bichinho. Nunca a gente pensou que ia fazer mal pro ser humano.”

Mas faz. Lídia é a prova disso. Em 2009, depois de muitos anos de peregrinação hospitalar, finalmente médicos começaram a descobrir de que se tratava o caso. E ela virou o ponto de partida de uma pesquisa do Núcleo de Estudos em Saúde Coletiva da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Após seis anos, os resultados preliminares do trabalho, cedidos à **Pública**, dão conta do problema. A avaliação médica e toxicológica de 46 fumicultores da região central do Paraná mostra que em 20 deles há sinais claros de relação entre intoxicação crônica e o trabalho na roça. Desses, 18 sofrem de transtornos de humor e dois apresentam problemas musculares e de coordenação motora. “A indústria quer falar que foi o produtor que não usou equipamento de proteção, mas, mesmo usando, não protege”, constata Paulo de Oliveira Perna, coordenador do núcleo e professor do Departamento de Enfermagem da UFPR. “Qual é a cultura que tem garantia de compra? É o fumo. Por mais que seja ruim a relação, o agricultor plantou, sabe que vai vender.”

A fala de Paulo Perna resume o que pensam muitos agricultores, inclusive Lídia: como escapar a essa cultura do fumo? Quando não se escapa, acaba-se expulso. Ela relata que algumas vezes chegou a ter paralisia dos músculos dentro da empresa que lhe comprava o tabaco, durante o processo de pesagem. Ninguém lhe ofereceu auxílio. Pelo contrário. Acabou descadastrada e, de quebra, terminou com uma dívida que não tinha mais como saldar.

Quatro anos depois do encontro tenso em Rio Azul, telefonamos a Lídia. A tristeza continuou a ser a marca da conversa. “Eu pensava que ia ter uma cura. Pelo menos voltar a andar, ter uma vida normal. Com o tempo, as coisas pioraram e agora já estou numa situação que não tem mais o que fazer.” Sem poder sustentar a vida no campo, ela e o marido se mudaram para a cidade, onde tiram o sustento apertadinho do auxílio-doença da Previdência Social e do salário de servente de pedreiro. “Fiquei tão abalada. É difícil. Você leva uma pancada. Pensei várias vezes em acabar com a minha vida, mas continuo aqui pelas minhas filhas.”

### **Sem saída é a regra**

De volta a Venâncio Aires, vem a dureza de constatar que Anderson Rodrigo Richter e sua família são exceções. A ideia predominante entre os moradores da região do Vale do Rio Pardo é que não existe porta de saída da cultura do fumo. Talvez as propriedades antigas que guardam lembranças dos avós e bisavós ou mesmo de antepassados mais distantes que iniciaram as lavouras de tabaco expliquem. Ali, o trabalho está cravado em mentes e corpos como parte da genealogia. Idosos, jovens e crianças. Mulheres e homens. A herança faz com que gerações sigam a espalhar o monocultivo das folhas de fumo por quilômetros de solo. Na maioria das vezes, sem pensar nas consequências. Doenças, suicídios e trabalho infantil são exemplos de questões naturalizadas por um sistema que violenta os saberes de milhares de famílias de agricultores, provocando abalos emocionais e fragilidade física, além de uma nociva dependência econômica individual e coletiva.

Em 22 hectares de terra localizados na comunidade da Linha Olavo Bilac, o casal Bohn persiste com o cultivo de tabaco em Venâncio Aires. Porém, a persistência de Hugo e Glacy não é sinônimo de querer. Aos 63 anos, o marido reconhece que herdou automaticamente hábitos dos quais mal se recorda de como e quando começaram. Sabe o ano de nascimento do pai, 1916. E que, antes disso, com o avô, ainda no século 19, o fumo já dominava o cotidiano da família. Do pouco que se lembra sobre o início do próprio trabalho, diz que ao menos desde os 13 anos já se envolvia na produção. “São pelo menos 50 anos trabalhando”, murmura, com ar cansado.

O casamento tem 37 anos. Dele, vieram três filhos, todos homens. Hoje adultos, preferiram cortar os laços com a lavoura. Depois de auxiliarem no cultivo até a adolescência, desistiram de plantar fumo e foram procurar novos ares, migrando para áreas urbanas. “Os filhos ajudavam. Agora, estão trabalhando fora. Ninguém quis saber da propriedade”, explica Hugo, sem esconder o pesar. No entanto, o casal admite que, recentemente, também “tentou sair”, como se tivesse buscado uma fuga. E assume: foi recapturado. “Faz três anos, deixamos o fumo, tentamos plantar milho”, conta Glacy. Voltaram ao tabaco, mas sem vontade. Hugo tenta brincar com a situação: “Voltamos querendo sem querer”.

O voltar “sem querer” é explicável, assim como o desinteresse dos filhos do casal em permanecer no campo. Os agricultores revelam que o cultivo do tabaco exige muito. O trabalho é todo manual, delicado. Não há mecanização que possa assessorar o produtor. Geralmente em maio, no caso gaúcho, inicia-se a feitura dos canteiros, o que dura até junho. De julho a setembro, milhares de mudas são plantadas, uma a uma. Na sequência, vem o ciclo de manutenção e a aplicação de agrotóxicos. O corpo fica em contato frequente com o

veneno, essencialmente as mãos. Entre outubro e janeiro, a época é da colheita, que se dá por etapas. Verifica-se o amadurecimento de cada folha. Debaixo de forte calor, o agricultor as retira meticulosamente para garantir que tenham boa qualidade e aparência, algo de que vai necessitar muito no momento de negociar preços com os representantes das empresas.

São três meses no trabalho de colher. O dia é longo. Horário de verão. E a noite não traz frescor, principalmente porque, depois de retirada do solo, a planta é levada a fomalhas, para secagem. Além de trabalhar o dia todo na terra, é necessário cuidar do forno. O fumo é pendurado numa estufa. A lenha mantém a temperatura alta, o que permite a qualidade do processo de cura. De madrugada, o agricultor deve acordar várias vezes para verificar a temperatura da fomalha, que, a depender do momento, varia de 90 °C a 170 °C. O tempo para o descanso é mínimo. Até sirenes são instaladas nas estufas para garantir que o produtor não perca a hora.

Nesse conjunto árduo de atividades, Glacy é quem sente mais. E revela os males que lhe atacam o corpo. Ela não o faz, contudo, em tom de desabafo. Conta a situação quase como uma confissão de culpa. Dá a impressão de se responsabilizar por ser “frágil”. “Fico ruim se colher fumo molhado de sereno. Tenho ânsia de vômito, dor de cabeça, acabo de cama. É a nicotina [liberada pela folha], acho, quando a folha do tabaco está verde.” Aponta para o marido: “Ele nunca teve nada, o problema é só comigo. Não sei se é porque sou mulher, mais fraca”.

A agricultora de 59 anos responsabiliza, além de si mesma, o sereno e a nicotina pelo mal-estar que a persegue há anos. Ela não considera os agrotóxicos, mas, num repente, expõe desde quando trabalha e relembra que seu corpo não foi o único a reagir negativamente na família. “Eu já ia para a roça com o pai desde os 10 anos, para colher fumo.” Em seguida, confia ter dois irmãos que também sentiram o baque. “Eles iam parar na cama com o mesmo problema, os mesmos sintomas. Aí, o pai e a mãe tinham que fazer sozinhos, porque não dava pra ficar nem em pé. A gente não conseguia esticar os braços, as pernas. A dor começava na cabeça e tomava todo o corpo.”

O questionamento é inevitável: por que voltaram, então? Entrelham-se. “O fumo dá um pouco mais de dinheiro que o milho, um pouco mais”, comenta Hugo. Contudo, ele admite que não diversificaram cultivos na propriedade. “Aí, o custo da produção [do milho] foi aumentando e não tivemos como escapar”, explica. Saíram de uma monocultura e pularam para outra. Aposentaram-se há três anos, mas voltaram ao tabaco para complementar a renda.

Porém, o discurso de que o tabaco pode aumentar a renda se comparado a outras culturas não sai da boca com convicção. Não é o argumento de que o preço é melhor o que fez o casal retornar “sem querer”. Foi um contrato com a fumageira Alliance One, que trouxe a “certeza” de venda, o que os empurrou a plantar 20 mil pés de fumo neste ano. Já foram 55 mil, em outros tempos, quando “a gurizada ajudava”. “Eles eram obrigados a fazer, tinham que ajudar, era trabalho da família”, ressalta Glacy.

A naturalidade com que Glacy e Hugo Bohn encaram o trabalho infantil que já existiu em sua família resulta da mesma força que os fez voltar a plantar o tabaco e negligenciar os riscos à saúde. Estão presos a um esquema poderoso que enredou toda uma região.

### **Adianta dizer não?**

Enxada nas mãos, em meio a folhas de fumo, Maicon Inácio Wagner mora também na comunidade. Vê-se que idade não é critério para atrelar a vida ao cultivo do tabaco. Ele tem somente 33 anos. Os avós foram os primeiros a se instalar na localidade. “Que eu sei, sempre foi com o plantio do fumo que trabalharam. Meus pais continuaram e, depois, eu”, recorda.

As respostas são rápidas. Maicon conta que seu único irmão decidiu sair da “roça” e foi trabalhar “na cidade”, mais precisamente em Bento Gonçalves, município da Serra Gaúcha. “Eu não tive essa alternativa”, faz questão de destacar. Sobre gostar do trabalho que restou, breves palavras: “Decidi seguir. Não adianta dizer que não gosto”. E ele segue, faz 21 anos. Está desde os 12 na lida com a terra e o tabaco, que o levou a interromper os estudos no 6º ano do ensino fundamental. Vende o que produz para a norte-americana Universal Leaf Tabacos, líder mundial no comércio de tabaco em folha, que tem sede na cidade vizinha de Santa Cruz do Sul. A empresa, como fazem também as concorrentes, fechou contrato com o agricultor, o que o obriga a comprar todos os insumos e equipamentos necessários para o cultivo do fumo somente dela. “É o ano inteiro, direto. Vendem tudo”, diz.

Quando a conversa parecia se encaminhar para o fim, ele se abre um pouco mais. Avisa que já passou mal na colheita do fumo, mas busca ponderar: foi só uma vez. “Uma vez aconteceu, mas faz anos. Foi na lida com o fumo molhado, logo depois de uma chuva que a gente foi colher e senti um mal-estar. Sensação de ânsia de vômito, tontura, dor de cabeça. Nem foi aqui, estava ajudando um colega meu”, descreve o agricultor.

Uma mulher se aproxima. É a esposa de Maicon, Sandra Beatriz Hochscheidt, de 34 anos. Iniciou o trabalho com o plantio do fumo quando conheceu o marido, em 2003. Ainda mais calada do que ele, não reclama. Ao contrário, diz que gosta: “Nunca passei mal e está

bom assim”. Mas e se mudassem de cultivo, diversificassem? “Para mim, tanto faz.” Ao lado dela, o filho de apenas 3 anos já corre entre os 50 mil pés que o casal plantou este ano.

### **A prisão**

É difícil encontrar quem negue que o fumo é a principal fonte de renda das pequenas propriedades agrícolas das cidades do Vale do Rio Pardo, já que é o único produto que tem garantia de compra, pela assinatura de contratos entre a indústria fumageira e os agricultores. É assim que se constrói a cadeia que coloca os pequenos produtores na condição de empregados na própria terra, num esquema imposto pelas empresas. Tal lógica persegue, realmente, a previsibilidade e a segurança, mas não para o trabalhador do campo. As garantias são voltadas para o cumprimento dos contratos de exportação de fumo em folha com o mercado internacional. O sistema integrado, como foi batizado pelas empresas, é a prisão dos camponeses.

O ritual de assinatura dos contratos se repete todos os anos. Nos meses de abril e maio, o agricultor, procurado por funcionários chamados de “orientadores” das empresas, já acertou a venda de tabaco em folha, num acordo de prestação de serviços no qual não há nenhuma possibilidade de negociação por parte do pequeno produtor. É um documento de adesão em que resta especificar o tipo de fumo (Virgínia, Burley e Comum), o tamanho da área onde será feito o plantio, a variedade de semente a ser utilizada, a estimativa de pés que serão cultivados e a quantidade de tabaco, em quilos, a ser entregue às fumageiras. Do começo ao fim do processo, o agricultor está amarrado. Desde a compra de sementes, insumos, agrotóxicos e equipamentos de proteção até a comercialização das folhas de tabaco, que vai ocorrer, em média, a partir de março do ano seguinte, o dono da terra está comprometido, até mesmo correndo o risco de se endividar com a empresa se não cumprir a meta prevista na estimativa. Se entregar menos do que prometeu no documento, cai em dívida, já que, além de venderem grande variedade de itens aos camponeses, as fumageiras, muitas vezes, exigem investimentos dos produtores, como a construção de fornalhas para secagem do fumo.

Sobre os contratos, é a procuradora Margaret Ramos de Carvalho, do Ministério Público do Trabalho no Paraná, quem diz: “Eles levam a sério. Rejeitaram todas as propostas que foram feitas. Não tinha como conciliar. Nenhum ponto era fácil de chegar a acordo. De um início de conversa, a gente passou a divergências sérias.” O “eles” com quem a procuradora tinha – e tem – divergências sérias é a indústria do tabaco. Em 2007, após um longo período de investigação, a procuradora apresentou três ações contra as empresas, em simultâneo a seus colegas de Santa Catarina, que impetraram outras três ações com a mesma

fundamentação. Em linhas gerais, argumentavam que o contrato estabelecido entre produtor e empresa configurava uma relação de trabalho, e não um acordo entre fornecedor e comprador.

Ao jogar luzes sobre os contratos de compra e venda do tabaco, não restou dúvida de que a relação era muito desigual. Os produtores estavam obrigados a comprar das empresas um pacote tecnológico. Para isso, tinham de fechar um acordo de financiamento que, invariavelmente, era garantido por entidades ligadas à indústria, sempre com juros acima da média do mercado, numa trajetória que resultava em um endividamento que deixava agricultores totalmente atrelados a determinada corporação durante muitos anos. No final de uma safra dura, a comercialização era exclusividade da empresa, sem possibilidade de contestação dos preços apresentados. “Tudo é muito escabroso, muito impactante. Falam desse contrato de integração como se fosse uma coisa tão comum, como se não tivesse nenhuma ilegalidade. É muito naturalizado”, queixa-se a procuradora.

A maior parte dos pontos do contrato continua em vigor. Quando as ações foram apresentadas, a indústria do tabaco correu para deslocá-las a Brasília sob o argumento de que apenas na capital federal se poderia delimitar regras comuns que teriam validade para todo o Brasil. As empresas sabiam que, no Sul, a chance de vitória era reduzida. No Paraná, o juiz Cássio Colombo Filho havia concedido liminar suspendendo os contratos de compra e venda.

Pouco depois, o magistrado teve de aceitar o deslocamento do caso para a distante Brasília. “Ora, se o Ministério Público do Trabalho já investigou a fundo a questão e ajuizou esta demanda, há pelo menos um razoável indício de prova de que os contratos são celebrados de forma abusiva e necessitam ser **IMEDIATAMENTE** revistos”, protestou, em seu último despacho, no qual o juiz registrou a existência de pressões econômicas, sociais e políticas envolvendo o assunto.

Em 2011, o caso chegou à capital. E foi resolvido de maneira quase imediata. “Os procuradores de Brasília não participaram da investigação, que foi uma investigação cuidadosa, que demorou muito tempo para a gente amadurecer, decidir qual tipo de ação seria apresentado. Em menos de 15 dias, fizeram acordo. Minha investigação era de dez anos”, critica a procuradora, claramente medindo as palavras na tentativa de evitar novos problemas.

O que o acordo expressa é, basicamente, a linha de argumentação das empresas em seguidos pareceres, documentos, materiais de divulgação. Os produtores passam de vítimas a culpados por tudo o que ocorra de ruim na produção de fumo. Na questão dos agrotóxicos, de modo geral, o problema deixa de ser entendido como uma consequência da falta de opção do camponês diante de custos altos, e as dívidas passam a ser uma questão de ignorância que deve ser combatida mediante o oferecimento de cartilhas de esclarecimento.

No Paraná, a Justiça do Trabalho já havia reconhecido que a Afubra não tinha a menor condição de representar os trabalhadores. Em Brasília, a entidade voltou a figurar como parte da cadeia de divulgação das boas práticas do setor, em parceria com o SindiTabaco. Ambas deixam de ter responsabilidade central no caso, devolvendo a bomba ao produtor.

“Se fosse para fazer aquele acordo, eu teria feito há muito tempo aqui”, afirma Margaret. “Não é uma ação para ser resolvida por acordo. São coisas inconciliáveis. O certo seria a indústria pagar ao produtor como empregado, o que as empresas não aceitariam jamais.” Sem poder mexer em um tema sobre o qual o MPT firmou um acordo, Margaret e outros procuradores do Sul buscam saídas para a situação dos produtores. Para ela, o que resta é tentar encontrar a porta de saída dessa cultura, ampliando a oferta de ações de diversificação.

### **Sempre reféns**

Além de acorrentados ao sistema integrado, os pequenos agricultores são reféns dos métodos das fumageiras no que se refere ao ritmo do mercado e aos preços do fumo. E as empresas têm peso político. Em 2007, ao chegar ao Ministério da Agricultura, o catarinense Reinhold Stephanes, que fez carreira política e empresarial no Paraná, firmou portaria revogando os dispositivos válidos desde a década de 1990 para a classificação do tabaco, o que baliza os preços impostos ao produtor. O que deveria ser solução para antigas reivindicações dos produtores acabou como nada mais que um remendo.

A nova tabela de classificação de fumo manteve uma margem enorme para que as empresas decidam quanto vale o produto entregue pelo agricultor. No caso da variedade Virgínia, a mais comum no Brasil, há 41 classes diferentes para que se encaixe o produto. É um complexo e subjetivo cruzamento de grupos, subgrupos, classes, subclasses, tipos e subtipos. Difícil entender? Imagine ter de fazer isso em questão de segundos, enquanto o trabalho de um ano inteiro rola pela esteira e o técnico da empresa define seu valor.

Se o representante da indústria disser que as folhas têm mais de metade da superfície tomadas por cores “castanho-claro a castanho-escuro”, o fumo terá um valor. Mas, se achar que a cor laranja predomina, passa-se a outro patamar. O problema é que ainda será preciso avaliar se o produto tem ou não elasticidade e qual o grau dessa elasticidade. Avalia-se também se há manchas esverdeadas, pálidas, acinzentadas, avermelhadas. Cruza-se tudo isso e tem-se o preço final da produção. Quem reclama está fora do jogo.

“O principal problema é que o agricultor não tem chance de comercializar o produto com o preço que deveria comercializar”, constata Vilmar Sergiki, presidente do Sindicato dos

Trabalhadores Rurais de Palmeira, na região central do Paraná. Há muitos anos, ele é uma pedra no sapato da indústria devido a parcerias com organizações que criticam a produção do fumo e trabalham pela criação de portas de saída. “Não tem abertura para o agricultor discutir o contrato, principalmente na questão do preço. Não tem um mínimo. A empresa rebaixa a classe do jeito que entende. Eles rebaixam e o agricultor não tem autonomia nenhuma para discutir.”

Na prática, a existência de tantas classes serve para que a empresa opere sobre o preço de acordo com o momento do mercado. Com demanda em alta, os valores sobem. Com excesso de oferta, os valores descem, o que comprova que não se trata de uma questão técnica. Aquilo que parece muito bom no começo de uma safra pode ser trágico ao final dela. No papel, o acordo soa perfeito: garantia de produção comercializada, assistência técnica, crédito. A Afubra diz que o valor bruto médio por família é de R\$ 72.200 ao ano, somando o fumo e outras culturas que se produza na propriedade.

Quando se coloca na ponta do lápis, a situação muda. O sindicato de Palmeira fez, entre 2007 e 2008, um cálculo de absolutamente todos os custos da produção, começando no valor da hora de trabalho e terminando na construção da estufa e do paiol, passando por agrotóxicos, combustível, lenha e energia elétrica. Cada quilo de fumo custava à época quase R\$ 5 para um agricultor que obtivesse uma produtividade considerada boa, valor que subia para R\$ 6 em caso de algum imprevisto. No final, sobravam menos de R\$ 2 por quilo para os produtores de melhor sorte e nem um centavo para os que tinham gastos mais elevados.

Os cálculos não foram atualizados, mas a situação não se alterou em linhas gerais e os valores pagos por quilo de fumo continuam mais ou menos na mesma margem. No começo da última safra, os agricultores tomaram prejuízo devido a uma depreciação imposta pela indústria e considerada abusiva por alguns sindicatos. Quem deixou para vender no final, porém, conseguiu mais.

“Esta é mais uma das estratégias das empresas para fazer pressão sobre os produtores. Quando vendem no começo da safra, geralmente é para pagar a despesa. O produtor está há quase um ano sem receber. Então, precisa vender”, afirma Cleimary Zotti, técnica do Departamento de Estudos Socioeconômicos Rurais (Deser), sediado no Paraná. O Deser é uma referência no estudo sobre a cultura do tabaco. Desenvolve pesquisas, trabalha com perspectivas futuras, incomoda a indústria. Nos últimos anos, notou duas mudanças substanciais e interligadas na relação entre empresas e produtores. Primeiro, as corporações deixaram de avaliar processos de financiamento no Paraná. A consequência disso leva à

segunda alteração. Antes, a queixa eram os empréstimos a juros altos, com endividamento quase inevitável. Agora, o tema é a falta de crédito, que acaba excluindo vários produtores.

“A empresa trazia um pacote e o agricultor era praticamente o empregado. Num processo de integração, o agricultor pagava pelo pacote. Agora, o agricultor tem de usar uma parte do valor da venda para já comprar da empresa os insumos. Para conseguir pagar as despesas, é um valor razoável. Não é qualquer família que consegue”, avalia Cleimary. “A tendência da indústria do fumo é concentrar. Concentrar em um número menor de municípios, concentrar em um número menor de produtores.”

Entre as safras de 2011 e 2014, a Afubra constatou que em torno de 25 mil famílias deixaram a cultura do tabaco. Na comparação com dez anos atrás, o número de 162 mil famílias envolvidas atualmente representa uma saída de 36 mil, com 115 mil hectares a menos de plantações. Motivo para comemoração? Depende. Se todas estivessem envolvidas em culturas menos agressivas e mais rentáveis, sim. Não é o caso.

A redução no número de fumicultores corresponde às mudanças na conjuntura internacional. A Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco, que completa dez anos em 2015, tem levado a um desestímulo global ao consumo de cigarros. Os pontos firmados entre a Organização Mundial da Saúde (OMS) e os 192 países signatários preveem restrições à publicidade e à produção de variedades atrativas para o público jovem, além de estimular o oferecimento de saídas aos agricultores. No Brasil, a prevalência do tabagismo na população adulta está em 10,8%, segundo dados do Ministério da Saúde, uma redução de 30,7% em relação a 2006, primeiro ano após a ratificação da convenção-quadro. No final da década de 1980, um em cada três brasileiros fumava.

À parte essa questão, a produção africana, em particular a do Zimbábue, cresce em ritmo chinês e já faz sombra à indústria brasileira. Diante disso, a Afubra e o SindiTabaco, mais uma vez, resolveram andar de mãos juntas. A tendência de bastidores é deixar ao Zimbábue a condição de produtor em larguíssima escala e reduzir a produção brasileira para que passe a contar com melhor padrão de qualidade – melhor valor agregado, em linguagem mercadológica. A associação que reivindica o direito de representação dos fumicultores emitiu comunicado no início da safra atual indicando sua solução imediata para o problema: reduzir em 12% a produção da variedade Virgínia e em 20% a Burley – um total de 607 mil toneladas, ou 90 mil a menos que na colheita anterior.

“Querem os produtores mais bem capitalizados, mais bem estruturados. O pessoal que tem área própria, que não usa mão de obra de fora, que tem lenha própria, que produz com mais qualidade. Estão fazendo esse tipo de seleção. Basicamente, é quem tem menos custo”,

resume Nelson Dias da Silva, presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de São João do Triunfo, vizinha a Palmeira.

O problema é que uma fatia expressiva dos produtores não está nesse seletivo grupo. Quase 30% não têm terras próprias e outros 34,7% produzem em unidades que têm entre um e dez hectares. De acordo com dados da Afubra, a escolaridade é baixa: 89,9% cursaram o fundamental incompleto e 6% terminaram o fundamental.

Silvana Rubano Turci, pesquisadora do Centro de Estudos sobre Tabaco e Saúde da Fiocruz, considera que esse é um entre vários fatores que dificultam a migração para outras culturas. Ela e seus colegas reforçaram, com um estudo conduzido com mulheres envolvidas na produção de fumo em Palmeira, uma impressão que já havia aparecido em pesquisas e em conversas: a maior parte das pessoas deixaria a produção de tabaco se tivesse alternativa.

“As trabalhadoras são mulheres muito inteligentes. Sabem a capacidade que têm de transformar o ambiente em que vivem. É muito difícil para uma família em pequena propriedade mudar de atividade sem um apoio muito forte para que isso aconteça. Tem que ver qual a vocação da família, qual a vocação do município”, diz. “É um trabalho muito pesado. E isso acaba gerando um êxodo, principalmente das filhas, que vão para a cidade na esperança de um emprego melhor.”

Esse êxodo dificulta ainda mais a migração para outras culturas. Uma lavoura agroecológica ou orgânica, sem aplicação de venenos, demanda um esforço físico muito elevado, difícil de ser cumprido pelos mais velhos. No ano de ratificação da convenção-quadro, o governo federal lançou o Programa Nacional de Diversificação em Áreas Cultivadas com Tabaco, sob a coordenação do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), com o objetivo de encontrar portas de saída para a produção do fumo.

Segundo o MDA, até agora foram desenvolvidas atividades em 800 municípios, num total de 45 mil famílias. Organizações da sociedade civil têm sido contratadas para trabalhar diretamente com os produtores. A última chamada pública, realizada em 2013, prevê o repasse de R\$ 53 milhões até o final de 2016. Em termos de quantidade de recursos, uma luta inglória: a indústria do tabaco no Brasil diz auferir uma renda anual superior a R\$ 5 bilhões.

O Deser trabalha a criação de alternativas com 1.200 famílias no Paraná e tem sentido a necessidade de acelerar esforços à medida que aumenta o número de dispensados pela indústria. “O resultado que temos mostra que as famílias têm diversos perfis. Em média, a quantidade de terra não é muito grande. Temos uns 20%, 30% de famílias que têm um hectare, um hectare e meio, e agricultores que produzem fumo na terra alheia. Como a gente trabalha diversificação nesse processo?”, questiona Cleimary, que conhece bem a dificuldade

de lidar com um oponente que tem mais recursos e um escopo de argumentos que se renova a todo instante. “Quando a gente fala da indústria do tabaco, tem de saber que eles são profissionais. São bons no que fazem. Me admira a falta de escrúpulos. Quando chegam para argumentar com alguém que não tem muita noção da situação, conseguem comprar essa pessoa com muita facilidade. Essa pessoa passa a depender da indústria do tabaco.”

### **Família “feliz”**

José Henrique, 49 anos, natural de Venâncio Aires, hoje é quem comanda os negócios na propriedade da família Haas. Herdou do pai, Beno, o gosto pelas lavouras de fumo. “Vim para cá com 6, 7 anos, quando a família se mudou para esta propriedade. Sempre estava junto na lavoura. Em épocas de escola, ia para a aula e, quando podia, ajudava. Não tinha por que ficar sentado em casa”, diz logo de cara.

Sobre a comunidade onde vive, ele garante ter testemunhado o crescimento econômico proporcionado pelo tabaco, que é o único plantio alcançado pelos olhos por ali. Relata que antes havia a erva-mate, mas que o fumo criou condições para aumentar a renda dos produtores e prevaleceu, engolindo outras culturas. “Aqui está o nosso sustento, nosso pão. Tudo que você vê vem do fumo”, afirma, apontando para uma imponente caminhonete e às boas casas construídas nos 23 hectares de terreno, onde plantaram 85 mil pés de fumo para a safra 2015-2016.

Apesar de reforçar os ganhos materiais, o produtor não nega que o trabalho já lhe causou problemas físicos. “Quem não se cuida está sujeito. Quem vai colher o fumo molhado e não se protege pode passar mal. Você se molha e, até por causa do calor, por causa do sol, dá reação. Tem alguma parte tóxica que o corpo não resiste, mas nem todos têm problema. Eu já tive, mas agora estou me protegendo, usando essas roupas para a colheita, o que não é muito bom para usar, mas a gente usa”, confessa. Só depois da menção de José sobre o uso do equipamento de proteção individual (EPI) é que a voz da sua esposa, Dulce, se apresenta: “A gente coloca [o EPI] e chega certa hora, tipo nove, nove e meia, a hora que o fumo está mais enxuto, e tira. Daí, coloca roupa cumprida normal”, comenta. Logo em seguida, o marido retoma a palavra, para cair em contradição: “Não dá pra ficar [com o EPI]. É muito quente”.

Os Haas têm contrato de prestação exclusiva com uma das fumageiras, a Souza Cruz, de origem brasileira e hoje subsidiária da British American Tobacco no Brasil. “Só faço negócios com a Souza Cruz, nunca mudei. Desde que eu comecei, meu pai já estava com eles e assim ficou. Tem outras, mas optamos pela exclusividade”, explica José Henrique, que

agora arrenda terras para outras duas famílias de agricultores. São os chamados “sócios”, pessoas que plantam na propriedade alheia e pagam com trabalho.

Atualmente, dos membros da família, somente José Henrique e Dulce vão à lavoura de fumo. Beno, o patriarca, tem 80 anos e não planta mais. Dessa forma, usam mão de obra de terceiros, principalmente na colheita, por três meses. “No último ano, assinei até carteira para eles”, declara José, com o tom de quem fez um favor ao registrar quem trabalha, entregando mais uma evidência de que o normal na região – não exatamente no caso isolado dos Haas – é a precarização das condições laborais.

O “normal”, também, é o trabalho de menores de idade. Após uma pergunta sobre os motivos de os jovens da região não gostarem do plantio do fumo, a resposta vem cortante: “Porque é um serviço mais pesado. Se o jovem ficou até os 18 anos sem fazer aquilo, vai no que é mais fácil depois”, julga José Henrique. “Desde pequenino, eu ajudo, não deixei de estudar. Não fiz uma faculdade, mas estudei até o segundo grau. Ia para a aula, chegava em casa e ajudava. Não me fez mal nenhum esse meio dia na roça”, conclui.

### **Quem está doente?**

As palavras mais contundentes ditas na propriedade da família Haas, porém, ainda estavam por vir. Sandra Helena Wagner, secretária do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Venâncio Aires, ligado à Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Rio Grande do Sul (Fetag-RS), estava presente à entrevista. E resolveu intervir na questão. “Hoje, as nossas crianças não trabalham. Se vão ajudar, catam umas folhinhas que caem no chão. A preocupação dos pais é levar os filhos à aula. Se houve isso [trabalho infantil] faz muitos anos, mas, mesmo assim, as crianças que ajudaram na roça aprenderam uma profissão. Eu sou um exemplo, trabalhava na roça desde pequeninha. Aprendi a ser gente, ter valores, princípios, ter respeito pelos mais velhos, pela sociedade”, defende.

O discurso prossegue e o teor se acentua. Com uma crítica desmedida às gerações mais jovens e a defesa nada sutil do trabalho infantil, a representante do sindicato arremata: “Sou uma cidadã que trabalha, que tem carteira assinada, mas e a geração de hoje? Quer trabalhar? Estamos criando uma geração de vadios que só tem estudo, que acha que não pode mais trabalhar. E que geração vai ser essa, no futuro? Nem todo mundo pode ficar empregado no escritório. E se não tiver pegado gosto de trabalhar em qualquer área? O que a gente mais vê hoje é um bando de vadios, se drogando, outros se prostituindo, uma sociedade doente por falta de se ocupar desde pequeno”.

Uma pesquisa concluída no ano passado pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) identificou que 90% dos agricultores da região não completaram o ensino fundamental. Entre as crianças, 150 mil são de famílias de agricultores de tabaco. Um levantamento do Deser reforça o cenário. Feito com 1.128 fumicultores do Sul, em 2008, ele mostrou que 40% dos filhos homens e quase 20% das mulheres trabalham no cultivo. Além disso, 9% dos filhos abaixo de 12 anos contribuem na lavoura. Outros estudos da Unisc indicam que as crianças sofrem mais que os adultos com os agrotóxicos e citam déficit de crescimento e de cognição, além de desnutrição, como consequências do trabalho infantil nas plantações de fumo.

Também instituições internacionais se debruçaram sobre o tema e mostraram que o trabalho das crianças é somente um dos reflexos da perversidade do sistema. Em 2003, estudo realizado pela Christian Aid – organização de origem norte-americana e com sede no Brasil – afirmava que crianças brasileiras de famílias de agricultores do tabaco realmente vão à escola, mas a ajuda nas plantações, resultado de fatores socioeconômicos e culturais, é fundamental para alcançar as metas impositivas da indústria.

No Paraná, antes de mergulhar na investigação dos contratos feitos entre empresas e agricultores, o que chamou atenção da procuradora Margaret Ramos de Carvalho foi a questão do trabalho infantil na produção de fumo. No ano de apresentação das ações contra as fumageiras, o MPT calculava haver 80 mil crianças lidando com essa cultura no Paraná e em Santa Catarina. “Quando fui discutir com os produtores a questão do trabalho infantil, cobrando deles essa responsabilidade, percebi que eles eram vítimas, tanto quanto as crianças e os adolescentes.”

O acordo feito em Brasília, que atropelou a ação do MPT no Paraná, seguiu a lógica de colocar somente o pequeno na linha de frente da culpa também nessa questão. Hoje, no caso de flagrante de trabalho de menores, só é prevista punição ao agricultor. Se isso ocorrer por duas vezes, o produtor deve ser automaticamente descadastrado pelas empresas. Além disso, os camponeses têm de se comprometer a apresentar às corporações comprovantes de frequência escolar, também sob o risco de exclusão.

### **Noite de angústia, dia de alívio**

Já é noite de 1º de setembro em Venâncio Aires. O corpo sente o cansaço de quem circula desde as primeiras horas da manhã e a mente está atordoada depois das declarações na propriedade dos Haas. Ainda havia 31 quilômetros a percorrer até Santa Cruz do Sul. Ao menos uma parada era necessária antes da partida. No bar, a conversa com o proprietário tenta

virar uma entrevista, barrada sem cerimônias. “Falar o quê do fumo? É ele que faz girar meu bar, que faz girar esta cidade. Sem tabaco, isso tudo aqui quebra. Você quer que eu fale dessas coisas delicadas?”, indaga o comerciante, que nem chega a pronunciar seu nome. O que disse, entretanto, foi o bastante.

Trinta minutos de estrada e a marca da líder do mercado de fumo do país dá as “boas-vindas” a quem chega. As folhas de tabaco esculpidas na madeira e o nome da Souza Cruz estampado logo nos primeiros metros de solo de Santa Cruz do Sul já dão uma ideia do tamanho do poder. Do símbolo mostrado no portal de entrada do município às lavouras cultivadas por 4 mil famílias da cidade, onde o fumo se espalha sufocando gente e outros cultivos, o cerco está imposto. E ele aprisiona desde os agricultores até a economia regional, em que comerciantes e trabalhadores urbanos são atingidos em cheio pelo discurso de que só há vida porque existe tabaco. Rodeados pelas poderosas empresas fumageiras, os pequenos produtores têm apenas brechas para contar a história a partir do ponto de vista de quem trabalha na terra. E são poucos os espaços que se abrem para quem deseja ouvi-los.

Passava das oito da noite e ainda havia trabalho pela frente. Um telefonema com hora marcada: 20h30. “Não posso ser identificado e não vou poder te encontrar pessoalmente, mas vou te passar alguns contatos que podem render algo sobre o tabaco em Santa Cruz”, diz a pessoa do outro lado da linha. Angústia. Há dias, os contatos tentados nos sindicatos de trabalhadores da cidade, na Unisc e no Ministério Público tinham dado em nada. Ninguém podia ou queria falar no município que ocupa o 11º posto em números de suicídio no país.

Pudera. A sensação na cidade é que as fumageiras estão presentes em todos os cantos. Uma atendente de farmácia abaixa a cabeça e ignora a pergunta sobre a dependência do comércio municipal em relação ao tabaco. Outra moça, dessa vez numa padaria, passa um bom café, mas o olhar por cima do ombro do interlocutor denuncia o temor de que alguém esteja à espreita sempre que se toca no assunto. Não que exista uma pressão direta das empresas sobre a população, porém é permanente o discurso de que qualquer crítica à indústria do fumo é um estímulo para que ela se vá da cidade, o que causaria um estrago sem precedentes na economia local.

Se a marca da Souza Cruz está estampada na entrada do município, a da americana Universal Leaf Tabacos está em destaque no principal parque público da cidade. Os nomes delas, aliás, são lidos em muitos lugares. E os de outras fumageiras também: a estadunidense Alliance One, a britânica Philip Morris, a chinesa China Tobaccos e a japonesa JTI. Uma miríade de nomes e nacionalidades que confunde quem tenta entender a situação.

Enfim, chega o sol do dia 2. Acionado o telefone anotado na noite anterior. Do outro lado, uma voz feminina confirma o lugar e o nome do coordenador. “Aqui é do Capa, sim, e o Sighard está.” Capa é o Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia, uma organização não governamental nascida da Igreja Evangélica da Confissão Luterana. Sighard Hermany é quem coordena o projeto.

Do hotel ao Capa, o caminho é curto e a distância é percorrida a pé. Logo, um homem alto, barba e cabelos brancos, se apresenta. É Sighard e, pela primeira vez em todos os contatos feitos em Santa Cruz, a resposta sobre falar abertamente sobre a cultura do tabaco é positiva. Alívio.

Santa-cruzeiro de nascimento, o coordenador da organização explica que ele mesmo é filho de plantadores de fumo. “Os meus pais sempre plantaram, tentaram um ou dois anos não plantar, mas voltaram”, diz o descendente de alemães que tem 62 anos. Engenheiro agrônomo e com raízes familiares na cultura do tabaco, Sighard sabe bem dos problemas criados pelo monocultivo. Por isso, partiu da cidade para vivenciar e estudar métodos agroecológicos de diversificação de culturas. “Saí de Santa Cruz por um tempo. Voltei para cá no projeto do Capa, em 1984, para trabalhar em alternativas no campo, mas não é fácil. Nossa estrutura é pequena e os poderes das indústrias são grandes”, observa.

O coordenador do Capa fornece detalhes da vinda do fumo ao Vale do Rio Pardo. Com a chegada das primeiras famílias alemãs, veio também o tabaco, em 1849. No ano seguinte, brota a primeira safra. Em 1924, são introduzidos os primeiros contratos da indústria fumageira com os colonos alemães. Quem chega à frente é a Souza Cruz, que já introduz a adubação química do fumo e o sistema integrado de produção.

E Santa Cruz é o berço de tudo. A casa das fumageiras, o que faz entender tanto medo e tamanha sensação de vigilância. Mesmo nesse contexto, duas pessoas, além de Sighard, finalmente se candidatam a falar. Dois agricultores. Origens e idades diferentes. Em comum, o fumo que atravessou suas vidas.

Laércio André Frantz nasceu em Santa Cruz, no 3º distrito da cidade. Tem 30 anos. Cultivou tabaco por boa parte desse tempo. Como tantos na região, os avós começaram, os pais herdaram e ele continuou. A diferença é que buscou se libertar da indústria fumageira depois de um tempo. O ano da decisão foi 2006. “Levei meu pai para o hospital pensando que estava morto, o médico falou para ele: ‘Escolhe entre sua vida e o plantio do fumo’. Mesmo assim, ficamos mais três anos plantando, só que mudamos para o fumo agroecológico, sem aplicação de agrotóxicos”, diz Laércio.

A transição deu certo. Em 2009, a família Frantz deixou de vez o tabaco. Hoje, na mesma propriedade, cultivam verdura e frutas, fazem doces e criam gado de leite. “É outra qualidade de vida. Agradeço a minha labuta de hoje, que dá mais saúde para a minha família e garante a nossa renda. Se puder escolher, a última coisa que faço é voltar a plantar fumo”, ressalta o agricultor.

Nascido no município de Sinimbu, a 60 km de Santa Cruz do Sul, Guilherme Padilha, aos 19 anos, é estagiário no Capa, onde trabalha com assistência técnica e extensão rural. Na cidade de origem, mantém os laços com os pais, Paulo Sérgio e Vera Salete, e os irmãos, Gustavo e Milena, família que ainda vive do plantio de tabaco, algo que já foi diferente. “A atividade no cultivo de tabaco tinha uma pequena representação no trabalho da família, já que ela era, principalmente, produtora de alimentos e diversificava as fontes de renda. Nos anos 1990, a produção de alimentos diminuiu, em função das ações que a indústria fumageira realizou, oferecendo crédito às famílias, que, em troca disso, aumentavam a produção de tabaco”, relata Guilherme.

O jovem entra sem receio na polêmica sobre o tabaco ser a principal fonte de renda das pequenas propriedades no Vale do Rio Pardo. “Ele segue sendo o único produto que tem garantia de compra, mas, em um estudo que realizei sobre a produção de tabaco do meu pai, identifiquei que os custos de produção, com a mão de obra inclusa, chegavam a até 98% sobre o montante produzido”, menciona.

Guilherme, que trabalhou dos 14 aos 18 anos no cultivo de folhas de fumo, agora auxilia os parentes apenas aos finais de semana, com poucas horas de trabalho, já que passa a maior parte do tempo em Santa Cruz. Feliz, o rapaz conta que a família está em um quadro de conversão agroecológica, implementando outras atividades, como pomar, criação de cabras, árvores frutíferas nativas e cereais. Aos poucos, constroem canais de comercialização para esses produtos. “Além disso, toda a nossa alimentação é produzida na propriedade, o que diminui significativamente os custos fixos”, aponta.

Em um país que ostenta até hoje um ramo de fumo no brasão oficial da República, evidência da ligação estreita e antiga com a planta e o poder da indústria fumageira, não à toa esta história começou a ser contada por Anderson Richter e terminou com Laércio Frantz e Guilherme Padilha. Enquanto algumas autoridades e a sociedade em geral não se atentam para o que está guardado dentro de cada cigarro, há quem resista e aponte as portas de saída.

### **Outros estragos**

Apesar dos avanços nos combates às doenças relacionadas ao tabaco, o Brasil ainda tem um caminho longo pela frente. O Ministério da Saúde ressalta que o hábito de fumar continua a ser a principal causa de mortes evitáveis e é um dos fatores centrais nas causas de doenças não transmissíveis, como câncer, enfermidades pulmonares e cardiovasculares, responsáveis por cerca de 70% dos óbitos no país.

Estudo financiado pela Aliança de Controle do Tabagismo (ACT) mostrou que o custo do fumo para o sistema de saúde brasileiro é de R\$ 21 bilhões ao ano, ao passo que toda a arrecadação tributária com essa indústria fica em torno de R\$ 6 bilhões. A pesquisa feita pela Fundação Oswaldo Cruz e pelo Instituto de Efectividad Clínica y Sanitária, da Argentina, analisou 2,4 milhões de casos de doenças. Desse total, 34% eram atribuíveis ao tabaco. Em registros de alguns tipos de câncer (laringe, boca e pulmão), esse percentual chegou a quatro em cada cinco casos. De 458 mil óbitos, 28% foram relacionados à questão.

A Organização Mundial de Saúde (OMS) estima em 6 milhões o número de mortos anualmente pelo hábito de fumar, número que pode crescer para até 8 milhões se mantidos os ritmos atuais. Globalmente, o fumo causa em torno de 70% dos casos de câncer de pulmão, 40% das doenças respiratórias e 10% das cardiovasculares.

## ANEXO B

Capa e página dois, da sobrecapa publicada pelo jornal *Gazeta do Sul*, em 20 de julho de 2016, em decorrência da visita do ministro da agricultura Blairo Maggi.



## Bem-vindo, ministro

É por um motivo nobre que a **Gazeta do Sul** de hoje circula com uma sobrecapa destacando folhas de tabaco, produto que move a economia e faz de Santa Cruz do Sul um dos municípios mais pujantes do Estado.

Apenas quatro meses após a ex-ministra da Agricultura, Kátia Abreu, ter deixado a cadeia produtiva perplexa ao declarar que a produção de cigarros deveria ser proibida no Brasil – o que deixaria o caminho ainda mais livre para o contrabando –, o atual ministro, Blairo Maggi, revela postura muito mais em sintonia com a inegável importância dessa atividade na socioeconomia do País, em especial do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

Na condição de principal liderança do agronegócio brasileiro, Blairo faz hoje sua primeira – e histórica – visita oficial ao maior polo produtivo e industrial do tabaco no mundo. Vem passar o dia no Vale do Rio Pardo para conhecer todo o processo, desde o preparo da muda até a exportação do produto para mais de uma centena de países.

Vai conhecer o poder do Sistema Integrado de Produção, que oferece garantias como orientação técnica e compra de toda a produção, e do Sistema Mutualista, que ressarc o produtor em caso de perdas com granizo e tufões. Somente na safra 2015/16 foram pagos mais de R\$ 100 milhões em indenizações. Circulando por Venâncio Aires e Santa Cruz, Blairo Maggi sentirá, ainda, o impacto socioeconômico da atividade e os desafios enfrentados pelas lideranças do setor para continuar produzindo e beneficiando tabaco.

Sem dúvida, a visita do ministro à região é uma atitude bem mais em consonância com a grandeza dos números que envolvem a produção e o comércio desse produto, em especial o seu peso para mais de 600 municípios dos três estados do Sul, e igualmente para a balança comercial brasileira. O tabaco é um item importante do agronegócio nacional e assim merece ser tratado. Gera emprego, renda e riquezas para milhares de famílias no campo e na cidade.

Ninguém melhor do que a **Gazeta do Sul**, bem como outras unidades da empresa – a exemplo da **Editora Gazeta**, que edita os anuários do agronegócio, dos quais Blairo é fonte frequente na condição de referência na produção de soja, milho e algodão –, pode testemunhar a favor desse setor. Há mais de 70 anos contamos a expansão e a consolidação dessa atividade e acompanhamos seus inegáveis feitos e méritos sociais, culturais, ambientais e econômicos.

Apresentamos aqui uma pequena síntese do que o tabaco fez e faz de melhor. Ao longo do dia, o ministro vai circular por lavouras e indústrias e terá condições de comprovar a excelência profissional e empresarial desse segmento. Assim, retornará a Brasília com impressões muito positivas dessa atividade pujante, cujos efeitos, em todo o Sul do Brasil, se traduzem em progresso.

Bem-vindo, ministro.

Área plantada de tabaco na safra 2015/16

# 271.070

hectares, o que corresponde a 17% da área total das propriedades. Outros 26% são ocupados com mata nativa e mata reflorestada

Produção de tabaco no Sul do Brasil

# 557.690

toneladas, sendo aproximadamente metade no Rio Grande do Sul

Pessoas ocupadas na produção

# 577.280

sendo que o número de famílias chega a 144 mil

Tamanho médio das propriedades

# 15,2

hectares

Municípios produtores

# 614

no Sul do Brasil



## ANEXO C

### **Pauta para o Reportagem Pública 2015 – Fumo, Fogo e Fumaça**

**Resumo da pauta:** A questão central desta reportagem será entender como é a vida do produtor de tabaco no Brasil, desde o cotidiano na lavoura até o contrato com as gigantes tabagistas. Essa produção é marcada pela sobreposição de problemas: intoxicação por agrotóxicos, contratos irregulares, baixa remuneração e trabalho infantil.

Apesar dos enormes e antigos alertas sobre o risco do tabagismo, no geral, se ignora que, antes de chegar ao consumidor final, o cigarro provoca uma série de efeitos sociais e econômicos. O Brasil é um dos maiores exportadores de fumo do mundo, posto disputado palmo a palmo com a Índia há duas décadas. Na última safra, foram 196 mil famílias produzindo em 308 mil hectares, que mandam ao exterior 87% da produção, vendendo-a sob contrato de exclusividade com corporações como Souza Cruz, Philip Morris e Alliance One.

Como as unidades de plantio, concentradas no Sul do país, são pequenas, com média de 10 a 15 hectares, e a renda é baixa, muitos produtores não conseguem contratar ninguém para ajudá-los, tendo que empregar os filhos. Nos cálculos do Ministério Público do Trabalho, 80 mil crianças trabalham na produção de fumo no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Muitas delas apresentam lesões no pulso e todas ficam expostas ao desprendimento de nicotina pelas folhas de tabaco, o que compromete o sistema neurológico ainda em formação. Ao fazer um teste em menores envolvidos na fumicultura na cidade de Agudos (RS), a médica Rosa Wolf constatou que 87% tinham desenvolvimento motor abaixo da média. “É impossível cumprir o contrato [com a empresa compradora] sem o envolvimento de toda a família. Não é que o fumicultor queira empregar seu filho nessa atividade”, diz a procuradora Margaret Ramos de Carvalho, do Ministério Público do Trabalho no Paraná.

Além disso, meninas, meninos e adultos ficam expostos à Doença da Folha do Tabaco Verde, provocada pela exposição contínua a uma dose enorme da substância, que causa dor de cabeça, vômito, dores musculares, cansaço, diarreia e câimbras. Em um dia de trabalho eles absorvem 54 miligramas de nicotina, o equivalente a 36 cigarros. A longo prazo os problemas são de controle neurológico, depressão, dores fortes nos braços e nas pernas. Soma-se a essa questão o histórico problema de subnotificação de intoxicação por agrotóxicos no sistema público de saúde. Como os sinais muitas vezes se apresentam separadamente, dificilmente o médico os interpreta como decorrentes do uso de venenos agrícolas. Há agricultores que passam anos tentando provar que sofrem de doenças decorrentes de envenenamento, e a maioria associa os sintomas a um processo natural de envelhecimento.

Em contrapartida, sabe-se de como o fumo influencia o ciclo da economia das regiões citadas, fazendo com que a atividade econômica das cidades sejam extremamente dependentes da produção de fumo, o que também leva a pauta à discussão sobre a dependência econômico-financeira desse elemento.

No Rio Grande do Sul, especificamente, o objetivo é entrevistar trabalhadores, pesquisadores de universidades e procuradores do trabalho. Serão realizados deslocamentos aos municípios de Venâncio Aires, Santa Cruz do Sul e Porto Alegre.