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

Fernanda Finkler

A IMPRENSA EM MUNICÍPIOS EMANCIPADOS, NA DÉCADA DE 1990, NA REGIÃO DO CONSELHO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO VALE DO RIO PARDO

Santa Cruz do Sul, maio de 2011

Fernanda Finkler

A IMPRENSA EM MUNICÍPIOS EMANCIPADOS, NA DÉCADA DE 1990, NA REGIÃO DO CONSELHO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO VALE DO RIO PARDO

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

Orientadora: Profª. Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi

Santa Cruz do Sul, maio de 2011

Fernanda Finkler

A IMPRENSA EM MUNICÍPIOS EMANCIPADOS, NA DÉCADA DE 1990, NA REGIÃO DO CONSELHO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO VALE DO RIO PARDO

Esta Dissertação foi submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi

Professora Orientadora

Dr. Antônio Hohlfeldt

Dr. Silvio Cezar Arend

AGRADECIMENTOS

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pela concessão da bolsa de estudos, sem a qual teria sido inviável a realização do presente trabalho.

Aos meus pais, Lídia e Ireno, por tudo: amor, apoio, incentivo, carinho e muito mais. É impossível escrever em poucas linhas o quão maravilhosos são os pais que eu tenho. As minhas irmãs Lirene e Débora que, mesmo atribuladas – uma com a finalização de seu doutorado em Psicologia e a outro com o início de sua residência em Psicologia – sempre encontraram um tempinho para leituras e contribuições (emocionais também. Nada como ter irmãs psicólogas!). Ao meu irmão, pelo seu empreendedorismo e espírito dinâmico. Ao meu namorado, Marc, sempre presente, apesar da distância.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado, em especial, à professora Dra. Ângela Felippi, pela orientação e suporte nesse processo de aprendizagem que se encerra.

Aos entrevistados dos jornais *Tribuna Popular*, *Folha Vale do Sol* e *Gazeta Popular*, pela disposição e participação nesta pesquisa.

Às queridas colegas do mestrado Patrícia Regina Schuster e Carina Höber Weber companheiras dessa jornada e cúmplices nas dúvidas.

À professora Dra. Erica Karnopp, colegas Mizael Dornelles e Eduardo Carissimi pelos conselhos em momentos de grande dúvida sobre a melhor forma de construir as figuras que enriqueceram a apresentação desta pesquisa. Da mesma forma, à amiga Roselaine Blank, que auxiliou a confeccionar essas figuras.

À amiga e professora Ms. Rosana Jardim Candeloro, que colaborou na revisão final do trabalho sendo um olhar importante, sempre atento a todos os detalhes.

À amiga de todas as horas Giovana Galimberti Stange.

Aos demais amigos, que já estavam em minha vida, e àqueles que descobri ao longo do curso, amigos que contribuíram direta e indiretamente para a construção deste estudo.

RESUMO

Esta dissertação investigou o surgimento e a estruturação de jornais impressos em municípios emancipados na década de 1990, na região do Conselho Regional de Desenvolvimento do Vale do Rio Pardo (Corede – VRP), no Rio Grande do Sul, Brasil. Em três dos nove municípios instalados, no período delimitado surgiu a imprensa escrita local. Sendo assim, verificou-se o surgimento e a estruturação dos jornais dos municípios de: Sinimbu, com o *Tribuna Popular*; Vale do Sol, com a *Folha Vale do Sol*; e Passo do Sobrado, com a *Gazeta Popular*. Foram objetivos específicos da pesquisa verificar: a) o histórico da publicação, b) sua linha editorial, c) evolução da estrutura de produção, d) formação profissional de seus funcionários, e) abrangência e circulação, e f) aspectos financeiros dos periódicos. Através destes eixos de análise foram relacionados os jornais impressos com o desenvolvimento de seus municípios refletindo na região. Compreende-se que os meios de comunicação não são meros instrumentos ou suportes por onde a informação transita: influem e são influenciados pela sociedade em um sistema que se retroalimenta, produzem significados e mudam a maneira dos indivíduos perceberem e interpretarem o mundo. O estudo teve uma abordagem qualitativa com delineamento exploratório. Foram empregadas pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e a técnica de entrevista em profundidade. Dessa maneira, buscou-se reforçar a validade e confiabilidade do estudo. Foram entrevistados tanto os proprietários quanto os funcionários que exerciam a função de editor-chefe da redação, totalizando seis indivíduos. A pesquisa constatou a estreita ligação dos jornais com as emancipações municipais, com o desenvolvimento dos municípios onde têm a sede e com a região em que estão inseridos. Também demonstrou ser o desenvolvimento das tecnologias digitais e o acesso ao ensino superior, ambos com grande crescimento a partir dos anos de 1990, pontos chave que influenciaram diretamente na qualificação da gestão, da editoração gráfica e editorial dos jornais.

Palavras-chave: Jornal impresso. Emancipação. Tecnologias digitais. Ensino superior. Desenvolvimento Regional.

ABSTRACT

This dissertation investigated the formation and structuring of Printed newspapers in towns emancipated in the decade of 1990, in the region of the Regional Council for Development of Vale do Rio Pardo (Corede - VRP), in Rio Grande do Sul, Brazil. In three of the nine municipalities, the local written press appeared. Thus, there was the emergence and structuring of the newspaper in: Sinimbu with *Tribuna Popular*, Vale do Sol with the *Folha Vale do Sol*; and Passo do Sobrado with *Gazeta Popular*. The specific objectives of this search were: a) the history of these newspapers publishing, b) its editorial, c) evolution of production structure, d) professional formation of their employees, e) coverage and circulation, and f) financial aspects of the periodicals. From this analysis, printed newspapers were related to the development of their municipality and the region. The media are not mere instruments or support in which information circulates: they influence and are influenced by society in a system that feeds itself, produce meaning and change the way individuals perceive and comprehend the world. This study has a quality approach with exploratory design. The bibliographic and documental research, and the in-depth interview technique were used. Owners and collaborators who held the position of chief-editor were interviewed. The investigation confirms a strict relationship of the publications with the emancipation of these municipalities and with the development of the region where they are established. It also demonstrates that the digital technological advances and the access to higher education, both with strong growth from the 1990's, are key points that directly influenced the quality of management, graphic editing and publishing of newspapers.

Keywords: Printed newspapers. Emancipation. Digital technologies. Higher education. Regional Development.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Representação da localização da região e municípios pesquisados..... 17
Figura 2 - Primeira edição do jornal *Gazeta Popular*..... 129
Figura 3 - Edição do dia 5 de novembro de 2010 do jornal *Tribuna Popular*..... 129
Figura 4 - Representação da distribuição das assinaturas, por localidade, do jornal *Tribuna Popular*, de Sinimbu..... 154
Figura 5 - Primeira edição da *Folha Vale do Sol*, quando ainda se chamava *Jornal Vale do Sol*..... 159
Figura 6 - Edição do dia 19 de novembro de 2011..... 159
Figura 7 - Representação da distribuição das assinaturas, por localidade, da *Folha Vale do Sol*, de Vale do Sol..... 180
Figura 8 - Primeira edição do jornal *Gazeta Popular*..... 189
Figura 9 - Edição do dia 31 de julho de 2010..... 189
Figura 10 - Representação da distribuição das assinaturas, por localidade, do jornal *Gazeta Popular*, de Passo do Sobrado..... 199

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Índice de Desenvolvimento Socioeconômico (IDESE) no RS e área territorial 36

Tabela 2 - População total dos municípios em estudo e divisão em urbana e rural..... 37

Tabela 3 – Produto Interno Bruto (PIB) em mil reais, no ano de 2010, dos municípios em estudo..... 37

Tabela 4 - Pessoas que atuam nas redações da Gazeta Grupo de Comunicações..... 50

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Jornais impressos em municípios do Corede - VRP..... 110
Quadro 2 - Municípios do Corede - VRP com jornais na sede, sua fundação, periodicidade e circulação..... 112

LISTA DE ABREVIATURAS

ABI	Associação Brasileira de Imprensa
ACAFE	Associação Catarinense das Fundações Educacionais
ADIN	Ação Direta de Inconstitucionalidade
ADSL	Assymetric Digital Subscriber Line
AFUBRA	Associação dos Fumicultores do Brasil
ANJ	Associação Nacional de Jornais
APESC	Associação Pró-Ensino em Santa Cruz do Sul
BRIC	Brasil, Rússia, Índia e China
CACIS	Câmara de Comércio, Indústria e Serviços de Sinimbu
CAM	Comissão de Assuntos Municipais
CAPA	Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor
CC	Computador coletivo
CEPRO	Centro de Educação Profissional
CFE	Conselho Federal de Educação
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
COMUNG	Consórcio das Universidades Comunitárias Gaúchas
COREDE	Conselhos Regionais de Desenvolvimento
DAER	Departamento de Estradas e Rodagem
EAD	Educação à Distância
EMATER	Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural
ESPM	Escola Superior de Propaganda e Marketing
FEE	Fundação de Economia e Estatística
FGTS	Fundo de Garantia do Tempo de Serviço
FHC	Fernando Henrique Cardoso
FNAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
FPM	Fundo de Participação dos Municípios
FTP	File Transfer Protocol (Protocolo de Transferência de Arquivos)
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBM	International Business Machines
ICES	Instituições Comunitárias de Educação Superior
ICOM	Instituto de Cooperação e Desenvolvimento de Mídia

IDESE	Índice de Desenvolvimento Socioeconômico
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IES	Instituições de Ensino Superior
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
INTAB	Indústria de Tabacos e Agropecuária
JA	Jornal do Almoço
JB	Jornal do Brasil
MD	Minidisck (disco pequeno)
MPA	Movimento dos Pequenos Agricultores
MSN	Microsoft Network
NASA	National Aeronautics and Space Administration (Administração Nacional do Espaço e da Aeronáutica)
NH	Novo Hamburgo
NSDAP	National Sozialistische Deutsche Arbeiterpartei (Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães)
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
ONU	Organização das Nações Unidas
PC	Personal Computer (computador pessoal)
PCB	Partido Comunista Brasileiro
PDC	Partido Democrata Cristão
PDF	Portable Document Format
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PEC	Proposta de Emenda Constitucional
PIB	Produto Interno Bruto
PISA	Papel Imprensa Sociedade Anônima
PLC	Projeto de Lei Complementar
PLC	Projeto de Lei da Câmara
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PNPG’s	Plano Nacional de Pós-Graduação
PP	Partido Progressista
PPGDR	Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional
PRM	Partido Republicano Mineiro

PRN	Partido da Reconstrução Nacional
PROPLAN	Pró-Reitoria de Planejamento
PROUNI	Programa Universidade para Todos
PRP	Partido Republicano Paulista
PRR	Partido Republicano Riograndense
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PSD	Partido Social Democrático
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PT	Partido dos Trabalhadores
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro
PTC	Partido Trabalhista Cristão
PUCRS	Pontifícia Universidade Católica
RBS	Rede Brasil Sul de Comunicação
REUNI	Plano de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais
SINAES	Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior
STF	Supremo Tribunal Federal
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
UB	Universidade do Brasil
UCS	Universidade de Caxias do Sul
UDF	Universidade do Distrito Federal
UFMS	Universidade Federal de Minas Gerais
UFSM	Universidade Federal de Santa Maria
ULBRA	Universidade Luterana do Brasil
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura)
UNIFRA	Centro Universitário Franciscano
UNISC	Universidade de Santa Cruz do Sul
UNISINOS	Universidade do Vale do Rio dos Sinos
UPI	United Press International
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
USP	Universidade de São Paulo
VRP	Vale do Rio Pardo

SUMÁRIO

1 CONVERGÊNCIAS HISTÓRICAS 24
1.1 Redemocratização do Brasil 25
1.2 Emancipações municipais 31
1.3 O ensino superior no Brasil 38
1.3.1 A interiorização do ensino superior no Sul do Brasil 43
1.4 Transformações tecnológicas 52

2 CAMINHOS DA IMPRENSA 68
2.1 Surgimento e estabelecimento da imprensa no mundo 69
2.2 Imprensa no Brasil 78
2.3 Rio Grande do Sul e sua imprensa 95
2.4 Imprensa na região do Corede – VRP 103

3 OS JORNAIS EM ESTUDO E SUAS REALIDADES 116
3.1 *Tribuna Popular*, Sinimbu 117
3.1.1 Fase inicial do jornal e as relações com o poder público 117
3.1.2 Evolução da estrutura de produção 125
3.1.3 Linha editorial 130
3.1.4 Formação profissional 140
3.1.5 Abrangência e circulação 148
3.1.6 Aspectos financeiros 155
3.2 *Folha Vale do Sol*, Vale do Sol 157
3.2.1 Fase inicial do jornal e as relações com o poder público 158
3.2.2 Evolução da estrutura de produção 163
3.2.3 Linha Editorial 165
3.2.4 Formação dos profissionais 174
3.2.5 Abrangência de circulação 177
3.2.6 Aspectos financeiros 181
3.3 *Gazeta Popular*, Passo do Sobrado 184
3.3.1 Fase inicial do jornal e as relações com o poder público 184
3.3.2 Evolução da estrutura de produção 188
3.3.3 Linha editorial 191
3.3.4 Formação dos profissionais 196
3.3.5 Abrangência e circulação 197
3.3.6 Aspectos financeiros 200

CONSIDERAÇÕES FINAIS 202

REFERÊNCIAS 213

ANEXOS 228

ANEXO A - ROTEIRO DE ENTREVISTA UTILIZADO COM OS PROPRIETÁRIOS DOS JORNAIS **229**

ANEXO B - ROTEIRO DE ENTREVISTA UTILIZADO COM AS PESSOAS QUE EXERCIAM A FUNÇÃO DE EDITOR-CHEFE DO JORNAL **233**

INTRODUÇÃO

Jornal, rádio, televisão, internet, telefone celular. Não importa o meio, a comunicação e a informação permeiam as nossas vidas e influenciam hábitos, consumo, políticas, decisões, esclarecem e seduzem. Independente de suas características e tendências, sejam elas positivas ou negativas, a comunicação livre e plural é fundamental a uma sociedade democrática na qual a discussão e a troca de informações, em um processo interativo, devem preceder às ações, principalmente, governamentais. A comunicação e a vida em sociedade estão intimamente associadas. Inclusive, como campo de estudo, segundo Berger (2002b), a comunicação está legitimada desde os anos de 1970 de forma institucional.

Quando se pensa em desenvolvimento, além de ser necessário levar em conta questões econômicas, sociais, culturais, políticas e territoriais, mostra-se imprescindível acrescentar a comunicação e o direito à informação como partes elementares dessa composição. Os meios de comunicação, muitas vezes, são encarados apenas como suporte por onde a informação passa. Deve-se compreender, todavia, que os processos comunicacionais – entre eles os midiáticos – são muito mais complexos e os diferentes veículos deixam de ser meros instrumentos ou suportes por onde a informação transita. Influem e são influenciados pela sociedade em um sistema que se retroalimenta, produzem significados e mudam a maneira dos indivíduos perceberem e interpretarem o mundo.

Para o desenvolvimento regional, a comunicação, e nela o jornalismo, possui diversos significados. Por um lado, são engrenagens que podem impulsionar atividades cooperativas e debates em busca de soluções para problemas e entraves. De outra parte, podem ser elementos que contribuem para que a sociedade regional seja capaz de compreender a realidade que a cerca, seus limites e vocações. Desenvolvimento regional, neste estudo, é compreendido como um processo que busca reforçar o que Santos (2001, p. 194) expõe como horizontalidades ou a união horizontal dos lugares com a reconstrução "a partir das ações localmente constituídas, uma base de vida que amplie a coesão da sociedade civil, a serviço do interesse coletivo". Diferente das verticalidades, tidas pelo autor como vetores de modernização e desenvolvimento entrópicos, exigindo uma reorganização que venha ao seu próprio benefício (como de empresas transnacionais, por exemplo) e não ao da coletividade.

Ainda quanto à comunicação e o desenvolvimento, Tauk Santos (1998, p. 29) reforça que "só a gestão da comunicação para a efetiva participação das comunidades poderá

melhorar os resultados de projetos governamentais de desenvolvimento". A comunicação e o trabalho jornalístico podem aumentar as chances da implementação positiva de projetos, programas ou políticas públicas, sejam eles governamentais ou não. Através deles há o esclarecimento à população, não apenas para que aceite o que é proposto, mas para que discorde e proponha modificações, caracterizando uma efetiva participação. Essa concepção é reforçada por Mefalopulos e Barros (2002), no livro *Introdução à comunicação participativa para o desenvolvimento sustentável*[1], produzido em parceria com o Banco Mundial, União Européia e República da Colômbia onde consta que:

> A comunicação, reconhecida como um dos elementos mais importantes e necessários em qualquer tipo de intervenção para o desenvolvimento, nem sempre é levada em conta desde as primeiras etapas do projeto. Frequentemente, os gestores acordam para o valor da comunicação quando os projetos apresentam sérios problemas e, então, passam a usá-la como uma das principais ferramentas para solucionar esses problemas. (MEFALOPULOS; BARROS, 2002, p. 11, tradução feita pela autora)[2].

Nesse sentido, Baquero (2008) sinaliza que uma melhor comunicação e diálogo entre os atores sociais e políticos – os quais fazem parte do contrato social existente entre o Estado, sociedade e mercado – traria benefícios para o desenvolvimento econômico e social. São muitas as maneiras para realizar essa comunicação e diálogo, entre elas, pode-se considerar o jornal impresso. É através da imprensa que se dão muitas disputas relacionadas à esfera pública. Em municípios onde não há rádio ou televisão local, tais disputas, muitas vezes, são vistas ocorrerem através do jornal local. Esse tem a capacidade de pautar e influenciar a opinião pública, a qual, segundo Matos (2009, p. 77), "só pode existir em contextos nos quais os cidadãos estabelecem diálogos, conversações e discussões, pois ela é fruto da publicização e do confronto de idéias e argumentos".

Portanto, estudar a imprensa escrita em formação, em municípios de pequeno porte, se justifica em função da relevância desses jornais para a sociedade e para o desenvolvimento. São publicações que surgiram a partir de condições favoráveis na década de 1990, como a abertura político democrática, as emancipações permitidas através da Constituição de 1988, o desenvolvimento da tecnologia digital e o crescimento do ensino superior. No Brasil,

---

[1] Introduccion a la Comunicación Participativa para el Desarrollo Sostenible.

[2] "La comunicación, reconocida como uno de los elementos más importantes y nececesarios em cualquier tipo de intervención de desarrollo, no siempre es tenida em cuenta desde lãs etapas iniciales de um proyecto. Frecuentemente, los directivos se acuerdan del valor de la comunicación cuando los proyectos presentan problemas sérios y es entoces donde consideran usarla como una de las principales herramientas para solucionarlos." (MEFALOPULOS; BARROS, 2002, p. 11).

municípios menores, até poucas décadas atrás, principalmente os recém-emancipados, não contavam (e muitos ainda não contam) com a sua mídia. Também a característica da mídia nacional é, predominantemente, comercial. Portanto, muitas vezes, locais como os citados acima não dispõem de recursos financiadores o suficiente para que surja a imprensa. Estes recursos viriam da economia privada e do setor público local, por meio da publicidade. Além de outras condições, como uma demanda efetiva da população, empreendedores para investir no negócio e condições infraestruturais como estradas conservadas, energia elétrica, acesso à telefonia fixa ou móvel e à internet. A imprensa que desponta nesses municípios novos pode ser vista como um indicativo de que aqueles locais apresentam condições mínimas para o estabelecimento do empreendimento.

Objetivos e considerações metodológicas

Esta pesquisa investigou o surgimento e a estruturação de jornais impressos em municípios emancipados, na década de 1990, na região do Conselho Regional de Desenvolvimento do Vale do Rio Pardo (Corede – VRP), no Rio Grande do Sul[3]. O surgimento dessas publicações consistiu em uma expressão ligada ao desenvolvimento. Os jornais ofertaram um serviço que inexistia, vindo ao encontro das reivindicações da população. Do ponto de vista do desenvolvimento regional, esses periódicos podem ser vistos como fomentadores da circulação da informação, despertando debates em âmbito local que reverberaram no âmbito regional ou vice-versa. Além disso, o conjunto de jornais desses municípios menores[4], da região do Corede – VRP, acaba por penetrar em áreas desatendidas por periódicos de maior porte.

No período delimitado para este estudo – a década de 1990 – entre os nove[5] municípios instalados, em três surgiu a imprensa local. Sendo assim, investigou-se neste

---

[3] Os conselhos regionais foram criados em 1991, durante o governo de Alceu Colares, do Partido Democrático Trabalhista (PDB). O Corede – Vale do Rio Pardo (VRP) foi instalado em dezembro daquele ano, em Rio Pardo. Este foi o 20º Corede instituído no estado. Atualmente são 28. O Corede - VRP é formado por 23 municípios: Arroio do Tigre, Boqueirão do Leão, Candelária, Encruzilhada do Sul, Estrela Velha, General Câmara, Herveiras, Ibarama, Lagoa Bonita do Sul, Mato Leitão, Pantano Grande, Passa Sete, Passo do Sobrado, Rio Pardo, Santa Cruz do Sul, Segredo, Sinimbu, Sobradinho, Tunas, Vale do Sol, Vale Verde, Venâncio Aires e Vera Cruz. Segundo o Pró-RS IV (2010, p.11), o Corede é "um fórum de discussão, decisão e integração de políticas, ações, lideranças e recursos orientados à promoção do desenvolvimento regional, no Rio Grande do Sul".

[4] Segundo a classificação do IBGE, são municípios de pequeno porte aqueles com até 25 mil habitantes.

[5] Mato Leitão, Passo do Sobrado, Sinimbu e Vale do Sol, emancipados em 1992; Estrela Velha, Herveiras, e Passa Sete, Vale Verde, emancipados em 1995; e Lagoa Bonita do Sul, em 1996.

estudo o surgimento e a estruturação dos jornais impressos locais dos municípios: Sinimbu, Vale do Sol e Passo do Sobrado, respectivamente os periódicos: *Tribuna Popular*, *Folha Vale do Sol* e *Gazeta Popular*. Na figura, a seguir, pode-se conferir a localização da região e dos municípios em estudo.

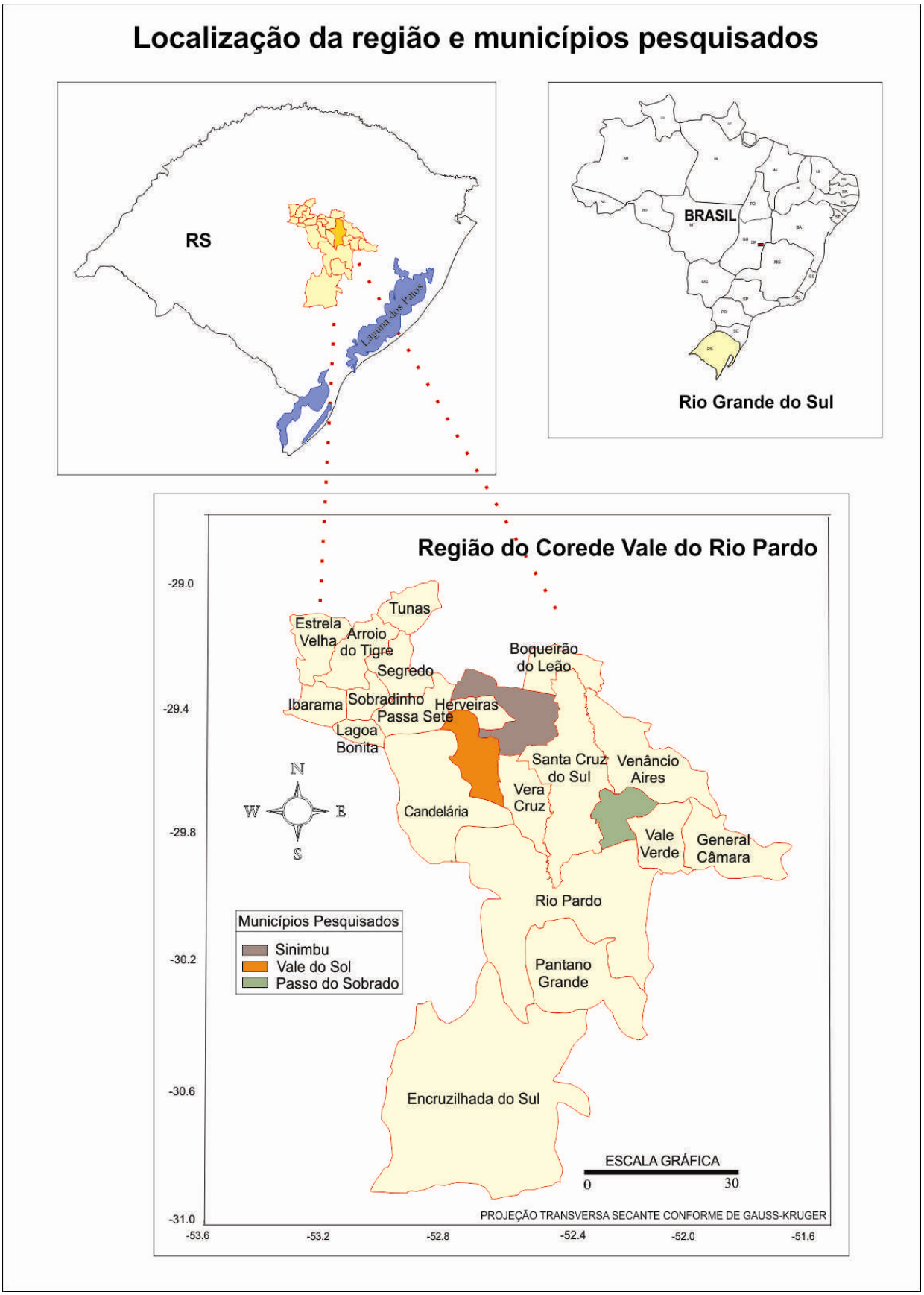

Figura 1 – Representação da localização da região e municípios pesquisados
Fonte: Laboratório de Geoprocessamento da UNISC, produzido por Alexandre Rauber, adaptado por Fernanda Finkler e Roselaine Blank, 2011.

Foram objetivos específicos deste estudo verificar: a) o histórico da publicação para compreender a relação entre a criação desses jornais e a instalação dos municípios, b) sua linha editorial[6], como foi construída e se atende a diferentes atores sociais, c) evolução da estrutura de produção, para conferir se de fato conseguiram estruturar-se, de modo a produzir informações dentro dos parâmetros e da perspectiva do jornalismo contemporâneo – o qual implica em velocidade de produção, acesso a dados e a fontes, distribuição da informação adequada e no tempo em que tenha validade, d) formação profissional de seus funcionários, para verificar se a equipe que atua na publicação, em especial na redação, tem formação profissional para atuar na imprensa e, com isso, garantir-lhe qualidade, e) abrangência e circulação, para apurar se o periódico atinge toda a população das localidades do município sede ou apenas a área urbana, e f) aspectos financeiros do jornal, examinando-se quanto da receita do periódico depende das assinaturas e da publicidade, diferenciando publicidade institucional (como editais do poder público), e privada (empresas e comércio em geral), para compreender se o jornal tem viabilidade econômica, adquiriu autonomia financeira em relação ao poder público e se tem uma economia local ou regional que garanta sua sobrevivência por meio da publicidade. Estes objetivos em conjunto levam à solução do problema de pesquisa da dissertação: os jornais *Tribuna Popular, Folha Vale do Sol* e *Gazeta Popular*, surgidos após as emancipações dos municípios onde estão sediados, estão capacitados estrutural e editorialmente para potencializar o desenvolvimento regional?

Ao se compreender se esses jornais conseguiram se estruturar nos municípios, como instituição imprensa e como empresa, é possível conferir se essas publicações oferecem condições de contribuir com o desenvolvimento regional. Isso se daria através do papel que a imprensa exerce no contexto social, ao realizar a mediação entre os diferentes atores da esfera pública, promovendo circulação da informação, debates, questionamentos. Também, essa imprensa pode indicar, por meio do seu próprio crescimento e organização como empresa, se o município está efetivamente se desenvolvendo. O aumento de venda de assinaturas e de publicidade está intimamente ligado: a maior facilidade de acesso aos diferentes pontos do município; a existência de condições infraestruturais no mesmo, para a produção e distribuição do jornal; a potência do comércio e indústrias locais e da região como

---

[6] A linha editorial de um jornal é a política preestabelecida pela diretoria da empresa, como valores a serem respeitados, a missão a ser cumprida pelo veículo de comunicação, a maneira pela qual a empresa jornalística percebe o seu entorno e o mundo. Estes servem como guias para editores e repórteres na hora de produzir notícias e reportagens, hierarquizando o que é mais importante. Ainda há o texto chamado editorial, no qual o jornal se posiciona a respeito de determinado assunto abordado em suas páginas. Em geral, fica na editoria de opinião e não é assinado.

financiadoras do empreendimento; o crescimento econômico e social do município como um todo; incluindo índices de alfabetização e leitura da população, formação de uma cultura de busca pela informação jornalística, entre outros fatores.

O estudo está organizado em diferentes momentos metodológicos que se entrelaçam e foram constituindo-se a partir do amadurecimento do problema de pesquisa. Essa construção partiu da observação empírica da pesquisadora e de sondagem realizada durante a confecção do projeto de dissertação. A pesquisadora morou a maior parte de sua vida na região, estudou Comunicação Social – Jornalismo, na Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), acompanhou o processo de emancipação do município de Vale do Sol e também acompanha o empreendimento de seu irmão, a *Folha Vale do Sol*, desde a fundação. Neste veículo trabalhou, esporadicamente, no setor de distribuição e venda de assinaturas. Mais adiante, estagiou na redação e tornou-se editora-chefe. Observou que veículos locais com características parecidas existiam em municípios vizinhos, o que sempre despertou seu interesse durante a formação acadêmica.

No primeiro momento da pesquisa, foram definidos o recorte temporal, territorial e os jornais a serem estudados. O recorte temporal levou em conta o *boom* de emancipações ocorrido na década de 1990 no Brasil. A opção de delimitação espacial foi pela região de abrangência do Corede - VRP, pois se considerou que esta regionalização daria conta de abarcar um número consistente de municípios, por não haver estudo sobre a temática pesquisada nessa região e pela inserção da pesquisadora na área correspondente a esse Corede.

Em 2009, após definido o recorte espacial, foi realizada sondagem mais precisa sobre o universo de jornais impressos existentes na região do Corede - VRP, buscando data de fundação, sede e circulação. Isso foi feito através de contato telefônico com as prefeituras, quando se questionou quais jornais circulavam no município e se algum tinha sede no local. Também houve contato direto com os jornais que foram citados pelas prefeituras, com outros que já eram de conhecimento da pesquisadora. Em tais contatos com os jornais, foi solicitado também se os mesmos possuíam jornais concorrentes para incluí-los na sondagem. Desse modo, foram esgotadas as possibilidades de identificação de jornais na região, garantindo a validade científica da pesquisa. Então, os critérios para a seleção dos veículos que seriam estudados passaram a ser: estar na região do Corede – VRP; ser jornal criado após as emancipações municipais ocorridas na década de 1990 e que permanecem em circulação até a atualidade; e, ainda, ter sede em um dos municípios emancipados. Assim, se averiguou que na

década de 1990 foram criados nove municípios e, destes, em três surgiu a imprensa local: Sinimbu, com o jornal *Tribuna Popular*; Vale do Sol, com a publicação da *Folha Vale do Sol*; e Passo do Sobrado, com o veículo *Gazeta Popular*, sendo assim definidos os jornais a serem pesquisados. Também se considerou mais apropriado o estudo de jornais impressos porque nesses municípios não havia emissora de rádio local, apenas sucursais, sem produção jornalística própria. As rádios comunitárias eram recém-instaladas ou estavam em processo de legalização. Mesmo assim, a programação dessas estava muito mais voltada ao entretenimento e música do que à produção e difusão de informação, mobilização social ou à participação de atores sociais. Já a televisão, historicamente no Brasil, é um meio de comunicação de massa, pelo custo elevado de produção e complexidade técnica de execução. Este veículo de comunicação se estrutura a partir de municípios de médio e de grande porte, não tendo presença em municípios menores, apenas numa parte pequena do conteúdo, geralmente produzido a partir de outros centros, por atores externos. Ainda, tanto o rádio quanto a televisão precisam de concessões governamentais para serem instalados o que demanda amarrações políticas e investimentos em equipamentos e pessoal nem sempre alcançados por empreendedores em municípios de menor porte.

Foi realizada ida a campo em caráter exploratório no mês julho de 2009 para: a) conferir se os jornais selecionados se enquadravam nas delimitações feitas; b) verificar se aceitariam participar do estudo; c) levantar informações para estruturar o projeto da dissertação. Também ficou definido, nessa primeira fase, o delineamento *exploratório* do estudo. Este tem "como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista, a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores" (GIL, 1995, p. 43). Esse delineamento é adequado quando o tema trabalhado foi pouco explorado, como no caso desta dissertação.

Para alcançar os resultados optou-se pela abordagem qualitativa, na qual se empregou a *pesquisa bibliográfica*, a *pesquisa documental* e a técnica de *entrevista em profundidade*. Como afirma Gil (1995), algumas pesquisas, pelas características que apresentam, não se adaptam a apenas um modelo e, dessa maneira, buscou-se reforçar a validade e confiabilidade do estudo. A *pesquisa bibliográfica* foi feita durante todo o processo de produção da dissertação, através da consulta a livros, revistas científicas, artigos científicos, teses e dissertações que tinham conexão com o assunto em estudo. Gil (1995) defende que a maioria dos trabalhos científicos solicita este tipo de pesquisa, pois permite verificar diferentes conceitos, informações e fenômenos relacionados ao estudo proposto. A *pesquisa documental*

consistiu na consulta e análise de documentos institucionais da UNISC, além do acompanhamento e leitura das edições semanais dos jornais em estudo durante o ano de 2010. Com isso, buscou-se conhecer o produto jornal e observar empiricamente o conteúdo editorial e proposição gráfica, de modo a subsidiar a construção das questões para as entrevistas em profundidade, especialmente no sentido da linha editorial adotada e das relações com a sociedade local.

Por fim, a *entrevista em profundidade* foi utilizada: "é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer" (DUARTE, 2006, p. 62).

As questões utilizadas caracterizaram-se como semi-estruturadas, sendo as entrevistas semi-abertas, nas quais foi utilizado um roteiro-base (ANEXOS A e B). A amostragem selecionada para as entrevistas foi do tipo intencional (amostragem não probabilística submissa a objetivos específicos da pesquisadora). No desenvolver da pesquisa se definiu que os entrevistados seriam os proprietários dos jornais e a pessoa que atua na função de chefia na redação da publicação ou função afim, totalizando seis indivíduos. Foram selecionadas pessoas que ocupavam estes cargos porque se caracterizam como *informantes-chave*, ou seja,

> fontes de informação consideradas fundamentais por estarem profunda e diretamente envolvidas com os aspectos centrais da questão, o que faz com que não serem entrevistadas possa significar grande perda. Em uma pesquisa qualitativa sobre comunicação interna, o chefe do setor de recursos humanos, o presidente do sindicato, o gerente de comunicação poderiam ser incluídos nesta categoria (...). (DUARTE, 2006, p. 70).

Duarte (2006) comenta que o arranjo de questões desse modelo se origina do problema de pesquisa e investiga de forma ampla o tema, expondo as perguntas de maneira aberta. O roteiro-base ao longo da entrevista também pode ser adaptado, inserindo-se mais questões na busca de aprofundar o assunto. O autor ressalta que, entre as vantagens desse modelo, está a possibilidade de "criar uma estrutura para comparação de respostas e articulação de resultados, auxiliando na sistematização das informações fornecidas por diferentes informantes" (DUARTE, 2006, p. 67). O procedimento da pesquisa envolveu contato prévio com os participantes, que foram informados que o processo da entrevista envolveria gravação em áudio e anotações. Posteriormente à entrevista, algumas informações pontuais foram confirmadas com os entrevistados, através de troca de correspondência pelo correio eletrônico.

Após a visita exploratória realizada, em 2009, aos veículos, confirmou-se a disponibilidade desses em participar da pesquisa. Isso foi ao encontro do que indica Duarte (2006, p. 68): “uma boa pesquisa exige fontes que sejam capazes de ajudar a responder sobre o problema proposto. Elas deverão ter envolvimento com o assunto, disponibilidade e disposição em falar”. O autor reforça que, em estudos qualitativos, poucas fontes com informações consistentes e de qualidade são mais apropriados do que grande número de entrevista sem dados relevantes. Ele ressalta ser necessário obter dados e informações que ofereçam pontos de vista e relatos diversificados a respeito do mesmo fato, sem contar que “a relevância da fonte está relacionada com a contribuição que pode dar para atingir os objetivos de pesquisa” (DUARTE, 2006, p. 67). E completa, dizendo que a validade e confiabilidade dessa técnica de pesquisa se alicerça em três pontos: “1) seleção de informantes capazes de responder à questão de pesquisa; 2) uso de procedimentos que garantam a obtenção de respostas confiáveis; 3) descrição dos resultados que articule consistentemente as informações obtidas com o conhecimento teórico disponível” (DUARTE, 2006, p. 67). O pesquisador alerta que não é possível testar hipóteses através da entrevista em profundidade, nem mesmo dar tratamento estatístico às informações, determinar a magnitude ou quantidade de um fato.

O segundo momento do estudo consistiu, principalmente, na pesquisa bibliográfica, mas houve também a realização de algumas entrevistas exploratórias com pessoas-chave, trocas de e-mails, e consultas a documentos institucionais da UNISC Tudo isso, porque eram dados que não se encontravam em bibliografia. Dessa forma, se compôs a base teórica desta dissertação, que é desenvolvida nos dois primeiros capítulos.

No primeiro capítulo, *Convergências históricas*, é feita a contextualização do momento histórico no qual surgiram as três publicações, principiando pela redemocratização do país, as emancipações municipais nos anos de 1990, o crescimento do ensino superior brasileiro, e o avanço das tecnologias digitais. No segundo capítulo, *Caminhos da imprensa*, foi abordada a história da imprensa no mundo, a sua estruturação no Brasil e no Rio Grande do Sul, chegando-se à imprensa na região do Corede – VRP e nos respectivos jornais em estudo.

No terceiro momento da pesquisa, que também constitui o terceiro capítulo, *Os jornais em estudo: conhecendo suas realidades*, são apresentadas as entrevistas em profundidade e as análises realizadas. Cada publicação é apresentada separadamente e a análise é feita a partir dos grupos temáticos que constituem os objetivos específicos do estudo: fase inicial do jornal

e as relações com o poder público; evolução da estrutura de produção; linha editorial; formação dos profissionais; abrangência e circulação; e aspectos financeiros.

No capítulo final, *Considerações finais*, é realizado um reordenamento da análise, integrando os resultados dos três periódicos. Deste modo, pretende-se responder às questões centrais deste estudo exploratório quanto às relações do desenvolvimento dos jornais e dos municípios em estudo no contexto pós-emancipação.

1 CONVERGÊNCIAS HISTÓRICAS

O final dos anos de 1980 e a década de 1990 foram de efervescência para os brasileiros. Nesse período, houve o fim da Ditadura Militar (1964-1985), de maneira lenta, com avanços e recuos, forçados "por uma conjuntura externa e interna, e igualmente por dissensões no seu interior" (CAPARELLI, 1989, p. 102). Entre as pressões internas, o destaque está na campanha das Diretas Já[7], em 1984, que demonstrou a insatisfação de diversos setores da sociedade civil com o regime ditatorial, sinalizando o fim eminente deste regime político. Assim, em 1985 inicia a transição para um governo democrático. Essa se deu com a participação de movimentos sociais, forças que obtiveram como resposta a formação da Assembléia Nacional Constituinte (1987-1988). Contando com mobilização de entidades e pessoas, a nova Constituição, em 1988, foi promulgada tendo fortes características voltadas aos direitos do cidadão.

A seguir, ocorreu a eleição direta para presidente da República, em 1989, legitimando todo o processo até então realizado, colocando o Brasil alinhado aos países democráticos. No entanto, como será visto adiante, ficou evidente o quão profunda estava instalada a cultura política de traços autoritários, assistencialistas e corruptos, características que ainda são perceptíveis na orientação de diversos partidos e políticos no país. Essas amarras estão gradualmente sendo desfeitas, na medida em que a sociedade avança em uma configuração política e social mais plural e atuante. Também é ao longo da década de 1990 que se verifica a redução do papel do Estado, com ascensão da democracia liberal representativa e do livre mercado global. Para a imprensa, o retorno da liberdade de expressão permitiu que realizasse sua função social de maneira mais incisiva. Nesse sentido, "o fortalecimento de uma imprensa verdadeiramente livre no Brasil é ainda um processo em construção que caminha de mãos dadas com a consolidação do projeto democrático" (MATOS, 2008, p. 289).

Determinadas circunstâncias, como as mencionadas, tiveram influência direta e indireta sobre a criação dos jornais locais investigados neste estudo. Serão trabalhadas neste capítulo: a redemocratização do país; as emancipações municipais; o crescimento do ensino

---

[7] A Campanha de Diretas Já buscava pressionar o Congresso Nacional a aprovar a emenda constitucional Dante de Oliveira, a qual restabeleceria as eleições diretas para a presidência da República. Apesar de não ter alcançado o seu objetivo primeiro, foi um movimento cívico que se demonstrou desafio incontestável à continuidade do regime militar (MATOS, 2008). O movimento teve repercussão especialmente nas páginas do jornal *Folha de São Paulo*.

superior brasileiro; e o avanço das tecnologias digitais – com sua consequente incorporação no Brasil. Assim, pretende-se levar em conta, através de subitens, o contexto histórico, sobre os quais se deram os quatro processos citados para, no capítulo 3, realizar o cruzamento desses dados com o surgimento dos jornais locais em estudo.

1.1 Redemocratização do Brasil

Um marco em relação à redemocratização do Brasil foi a promulgação da Constituição, em 1988. Ela garantiu a liberalização e a permanência da pluralidade política, colocando entre seus fundamentos "a cidadania, a dignidade da pessoa humana e os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa"[8] (BRASIL, 2010), além de recuperar a liberdade de expressão e de imprensa, tão duramente cerceados durante o período de exceção. A Ditadura Militar iniciou em 1964, mas o país vinha de contínua crise política. Em 1960, foi eleito Jânio Quadros presidente da República, pelo Partido Democrata Cristão (PDC), com o apoio da União Democrática Brasileira (UDN). Pela primeira vez, na República era eleito um candidato da oposição[9]. A votação para eleger o presidente e vice era independente, tendo sido eleito como vice João Goulart (Jango), do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), que se posicionava ainda mais à esquerda. Em uma manobra que buscava conseguir mais poderes, o presidente apresentou sua renúncia ao congresso, oito meses após a posse, período em que o vice estava em viagem para a China comunista.

Os grupos conservadores viram a ascensão de João Goulart à presidência como algo perigoso, por causa de ligações com o Partido Comunista Brasileiro (PCB) e o Partido Democrático Social (PDS). Em um contexto mundial no qual se vivia a Guerra Fria[10] (1945-1991), com a Revolução Cubana, em 1959, agravou-se a instabilidade política já existente no Brasil e na América Latina, pois os setores da esquerda sentiram-se estimulados e os da

---

[8] Artigo primeiro da Constituição da República Federativa do Brasil, incisos II, III e IV.

[9] O Governo anterior era de Jucelino Kubichek (JK), o qual finalizava o mandato com muitas críticas ao projeto nacional-desenvolvimentista. Os governistas viram no ministro de Guerra de JK, Marechal Henrique Teixeira Lott, um candidato à sucessão. Lott, do Partido Social Democrático (PSD) compôs chapa com João Goulart do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), como vice. Este último buscava a reeleição.

[10] A Guerra Fria foi conflito político, ideológico e econômico entre os Estados Unidos, que defendiam o capitalismo, e a União Soviética, defensora de uma forma de socialismo. Ocorreu entre o final da Segunda Guerra Mundial, em 1945, e a extinção da União Soviética, em 1991, sendo o sistema capitalista "vencedor" desse conflito. A queda do muro de Berlin, que separava a Alemanha oriental comunista, da ocidental capitalista, foi acompanhada pelo mundo através da televisão, em 1989. Este foi um dos episódios marcantes do fim da bipolarização mundial.

direita ainda mais apreensivos. Também os Estados Unidos viam Cuba como uma ameaça, temiam uma revolução social coordenada pelos socialistas. Por isso, passaram a adotar o intervencionismo, apoiando diversos regimes ditatoriais na América Latina, nesse período.

Em relação a João Goulart, voltando da China, aguardou no Uruguai a incerteza de seu retorno ao Brasil, enquanto se desenrolou um movimento político pela manutenção da legalidade constitucional. O Congresso brasileiro decidiu instalar o parlamentarismo, acreditando ser essa a solução para que Jango assumisse com menos poderes e a legalidade fosse mantida. Setores militares se dividiram sobre a decisão, mesmo assim, Jango assumiu a presidência. Em 1963, após plebiscito, o presidencialismo volta a ser o sistema vigente. Empoderado novamente o cargo de presidente, foi iniciada campanha por reformas sociais de caráter nacionalista. No entanto, setores conservadores e militares com apoio dos Estados Unidos, no dia 1ª de abril de 1964, realizaram o golpe de Estado, instaurando a Ditadura Militar. A justificativa era a ameaça comunista, o grande "fantasma" da Guerra Fria.

A Ditadura Militar no Brasil foi marcada pela supressão de direitos civis, perseguição, tortura, extermínio e censura, sobretudo, da imprensa. O Ato Institucional nº 5 (AI-5), que entrou em vigor em 1968, estendendo-se até 1978, dava poderes extraordinários ao presidente e suprimia garantias constitucionais, sendo esse período chamado de Anos de Chumbo (GASPARI, 2002). A imprensa sofreu com a censura prévia, jornalistas presos à revelia de seus direitos como cidadãos, invasão da redação de jornais, apreensão de várias edições de publicações, principalmente, da imprensa alternativa[11], entre outras atrocidades. Ainda, segundo Abreu (2002), com a crise do petróleo em 1973, o valor do papel aumentou 187%. "Nesse período o país importava 60% do seu consumo em papel jornal. O aumento do preço do papel desencadeou o processo de fechamento de muitos jornais que já enfrentavam problemas financeiros e de gestão, e ao mesmo tempo sofriam restrições de ordem política" (ABREU, 2002, p. 18). Por todas essas problemáticas e inseguranças impostas aos veículos de comunicação, somados os processos analógicos de produção de um jornal impresso e do

---

[11] A imprensa alternativa é caracterizada por ter sido mais opinativa, ideológica e de militância contrária ao regime militar no Brasil. Em geral, um jornal alternativo durava poucas edições por causa de perseguição, e por haver tiragens completas apreendidas nas bancas. As tiragens eram menores em relação à imprensa comercial. Também o poder econômico de quem os produzia – poderia ser uma pessoa ou grupos sociais - era mais frágil, havendo reflexo direto na continuidade o fato de haver edições confiscadas, porque a venda avulsa era a principal maneira de conseguir retorno monetário. Muitas vezes, não visava o lucro, mas informar, denunciar, combater o regime opressor, podendo vir a ter traço educacional e pedagógico. Segundo Matos (2008, p. 258), "a imprensa alternativa praticamente desapareceu em meio ao retorno do país à democracia civil, e também como consequência do sufocamento imposto a esses jornais pelos generais, durante toda a ditadura."

grande número de analfabetos ou semianalfabetos no país[12], é muito provável que essa configuração tenha inibido o desenvolvimento da imprensa no interior do Brasil. Afinal, investir na criação de um jornal local, em municípios interioranos, naquele período, não se apresentava como negócio promissor, diferente do que se viu, algum tempo após a redemocratização.

Esses anos de sistemática repressão acabaram sendo introjetados no cotidiano, internalizados na maneira de agir e pensar da sociedade. A década de 1990 inicia com um Brasil democrático quanto à sua legislação, porém com seu povo ainda aprendiz dos mecanismos da democracia. Foram mais de 20 anos sem exercer o direito a voto direto, em um Estado clientelista e opressor. Ao falar de Estado e governantes, quando observado o passado político do país, em especial até o processo de redemocratização, percebe-se que a participação cívica enfrentou muitas dificuldades em se instaurar. Houve momentos mais intensos, porém curtos, se comparados com os anos de dominação dos governos autoritários. Carvalho (2001) remete ao Brasil colônia e lembra que o país herdou de Portugal uma tradição cívica hesitante:

> Em três séculos de colonização (1500 - 1822), os portugueses tinham construído um enorme país dotado de unidade territorial, lingüística, cultural e religiosa. Mas tinham também deixado uma população analfabeta, uma sociedade escravocrata, uma economia monocultora e latifundiária, um Estado absolutista. À época de independência [1822], não havia cidadãos brasileiros, nem pátria brasileira (CARVALHO, 2001, p. 17).

O autor diz que a formação cívica no Brasil aconteceu muito mais a partir de direitos propostos pelo Estado (de cima para baixo), do que de ações, reivindicações e mobilizações populares ou de organizações sociais (de baixo para cima). E comenta a era do presidente Getúlio Vargas (1930 a 1945), quando muitos direitos sociais foram dados, sem antes haver a liberdade de exercer os direitos políticos. Conforme o pesquisador, assim acaba por ser invertida, pelo Estado, a ordem do surgimento dos direitos descrita por T.H. Marshall[13]. “Os

---

[12] Segundo dados do IBGE (2010), no documento *Tendências Demográficas: uma análise dos resultados da amostra do censo demográfico 2000*, em 1970 a taxa de alfabetização das pessoas de 15 anos ou mais era de 67,1% no Brasil, enquanto no ano 2000, a taxa de alfabetização era de 86,37%. Segundo acordo entre Brasil e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), até 2015 a taxa de alfabetização do país deve ser de, no mínimo, 93,3%.

[13] Para T.H. Marshall, a partir da obra *Cidadania, classe social e status*, partindo da experiência inglesa, uma pessoa somente poderia considerar-se cidadã plena quando possuidora dos seguintes direitos: direitos civis, direitos políticos e direitos sociais. Estes teriam surgido em períodos diferentes, respectivamente, nos séculos XVIII, XIX e XX (Marshall, 1967 apud PONTE NETO, 2008).

trabalhadores foram incorporados à sociedade por virtude das leis sociais e não de sua ação sindical e política independente" (CARVALHO, 2001, p. 123).

Uma das consequências dessa inversão, na opinião do pesquisador, é a valorização exacerbada do poder Executivo, porque, até 1988, a maior parte dos direitos sociais foram implantados em períodos ditatoriais, quando o Legislativo não existia ou era somente ilustrativo. Sendo criada uma cultura voltada para o Estado, e não para a representação, em outras palavras, a população acabava por colocar suas esperanças em uma personalidade, uma pessoa que viria a resolver os problemas do país, ao invés de prestar atenção aos representantes eleitos para legislar por eles. Isso pode ser visto quando Fernando Collor de Mello[14] foi eleito presidente, em 1990, com o *slogan* "caçador de marajás". Realizou uma campanha midiática, utilizando a televisão, com imagens que remetiam a uma pessoa atlética, jovem, de moderno administrador, contra a corrupção, desvinculado do autoritarismo oligárquico. Mostrava-se como a opção associada à renovação, naquele momento de redemocratização do Brasil.

Também a imprensa, de modo geral, viu no jovem candidato imagem mais afinada com o novo momento democrático, além dos interesses das empresas de comunicação se ajustarem às propostas neoliberais trazidas por Collor. Na visão de José (1996), a imprensa já demonstrava estar iniciando uma fase de "culto à personalidade" durante a campanha de Tancredo Neves, que era do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), e foi o primeiro presidente civil após o golpe de 1964, eleito indiretamente pelo congresso. Ele morreu em 1985, antes de tomar posse. Essa fase de "culto à personalidade" foi ainda mais enfatizada no período Collor. Com o vice de Tancredo, José Sarney, do Partido Social Democrático (PSD), assumindo a presidência, há uma certa frustração da imprensa, pela proximidade que ele tinha com a ala que compunha os tempos de ditadura, por denúncias de corrupção, e pelo plano econômico, o Cruzado[15], não ter combatido a inflação. Ainda, Sarney "não era um político adequado aos tempos democráticos e muito menos um *bom exemplo* para

---

[14] Fernando Collor de Mello foi o primeiro presidente eleito por voto direto após o Regime Militar, em 1989. Ele era do Partido da Reconstrução Nacional (PRN). Ele exerceu o cargo de 15 de março de 1990 a 29 de dezembro de 1992. Seu governo foi marcado pela implementação do Plano Collor, pelo início do Programa Nacional de Desestatização e pela abertura do mercado nacional às importações. Ele renunciou ao cargo, buscando evitar um processo de *impeachment*, por acusações de corrupção. Mesmo assim, o processo seguiu e Fernando Collor teve seus direitos cassados por oito anos, por determinação do Senado Federal, e só foi eleito novamente para cargo público em 2006, tomando posse como senador por Alagoas, em 2007.

[15] Foi um conjunto de medidas econômicas que buscava combater a inflação. Entre as ações tomadas, estava o congelamento de preços e salários.

as expectativas dela [a imprensa]. [...] Do ponto de vista da imprensa, a chegada de Collor à cena política nacional caía como uma luva" (JOSÉ, 1996, p. 25), algo que o candidato percebeu ser ansiado pelos meios de comunicação, os quais buscavam uma imagem espetacularizada. Matos (2008, p. 146) vai além e acrescenta que a disputa entre Luiz Inácio Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores – PT) e Collor demonstrou a oposição de ideias entre "diferentes projetos político-econômicos para o país, e, principalmente, a disputa em torno do tipo de modelo que o Brasil deveria adotar nos anos 90: se consolidar a posição da economia global de mercado ou se assegurar um projeto de perfil socialdemocrata de esquerda."

Apesar de Collor ter sido vitorioso nas urnas, dois anos após a posse, sofreu um processo de *impeachment*, no qual a população manifestou-se nas ruas, em especial, com o movimento estudantil *caras-pintadas*. A imprensa, que anteriormente estava a favor do novo presidente, percebe o grande equívoco e se posiciona contra. Mas tudo se dá também porque setores da elite deixaram de apoiar Collor pelo grande grau de corrupção praticada no governo. Também, a classe média foi fortemente afetada – de maneira negativa – pelo plano econômico visto como intervencionista e recessivo (MATOS, 2008). A desconstrução da imagem de Collor como bom político inicia com a denúncia de esquema de corrupção orquestrada por Paulo Cesar Farias no governo, publicada pela revista *Veja*, em maio de 1992. A partir de então, a mídia passa a produzir mais reportagens investigativas e de denúncia.

Na avaliação de Matos (2008), após a ascensão e queda de Collor com o episódio do *impeachment*, a imprensa forçou-se a avaliar criticamente seu desempenho. A autora fala ter iniciado um movimento de afastamento da grande imprensa do Estado, sendo mais crítica quanto à política do que anteriormente. Ela lembra também que as eleições de 1989 foram as primeiras desde 1961, e após 20 anos de censura, ficando evidente o despreparo na prática de um jornalismo mais plural, bem como a dificuldade em lidar com as complexidades e os conflitos no novo cenário democrático.

> Se a cobertura das eleições de 1989, dentro do paradigma do conflito de classes e do consumo, apontou para um retrocesso nos esforços para se avançar a democracia – num contraste claro com a cobertura das Diretas Já – a cobertura do *impeachment* de 1992 evidenciou certos avanços e um posicionamento mais crítico da imprensa em relação à figura de autoridade e a políticos que representam valores conservadores e/ou tradicionais (MATOS, 2008, p. 148).

Todo esse processo foi o princípio de um longo aprendizado que vem sendo feito pela sociedade brasileira, em busca de exercer a sua cidadania. Entretanto, como diz Carvalho (2001), é preciso mais tempo para a democracia no Brasil se fortificar e se consolidar:

> Sua consolidação nos países que são hoje considerados democráticos, incluindo a Inglaterra, exigiu um aprendizado de séculos. É possível que, apesar da desvantagem da inversão da ordem dos direitos, o exercício continuado da democracia política, embora imperfeita, permita aos poucos ampliar o gozo dos direitos civis, o que, por sua vez, poderia reforçar os direitos políticos, criando um circulo virtuoso no qual a cultura política também se modificaria (CARVALHO, 2001, p. 224).

A legitimação da democracia reforça-se a cada nova eleição e os meios de comunicação são peças importantes nesse processo. Costa (1997) assinala que, a partir da democratização do país, no final da década de 1980, houve mudanças significativas no comportamento dos veículos de comunicação nacional. Esses assumiram um posicionamento através do qual podem ser vistos como "veículos propulsores do processo de construção das esferas públicas locais"[16] (COSTA, 1997)[17]. Em outro texto, o autor escreve que a imprensa desde aquele período vem em um processo de construção do espaço público, mesmo havendo a concentração da propriedade de muitos veículos nas mãos de poucos grupos e, muitas vezes, existindo "relativa porosidade da mídia para absorver e processar os temas trazidos pelos atores da sociedade civil" (COSTA, 2002, p. 34). Ele comenta que houve maior difusão do estilo investigativo de jornalismo e a afirmação dos profissionais dessa área.

Também Melo (2006, p.101) reforça essa ideia, ao dizer que, no Brasil, a mídia teve papel decisivo na consolidação da democracia após a Ditadura Militar, "investigando as mazelas da sociedade e denunciando publicamente os desvios praticados por pessoas ou entidades". Porém, os autores não deixam de criticar fortemente as limitações que a mídia apresenta, sendo necessário superação através da reflexão e do aprimoramento de seus mecanismos de funcionamento.

Para Matos (2008), nas últimas décadas, ocorreu a transição da prática do jornalismo militante para o modelo comercial, moldando o jornalismo brasileiro de forma marcante. Com isso, o profissionalismo e o modelo de texto que privilegia a objetividade cresceu o que, segundo a pesquisadora,

---

[16] O autor trabalha com quatro campos que constituem a esfera pública política local. São eles: a esfera pública parlamentar e estatal; o espaço ligado à mídia; a esfera pública estabelecida pelos grupos organizados, e os espaços públicos primários.

[17] No documento eletrônico não há paginação.

> contribuiu para retratar a realidade política brasileira de forma mais justa e complexa.
> Ao contrário do que se poderia imaginar num primeiro momento, esses valores do jornalismo liberal foram cruciais para permitir a incorporação de debates mais amplos na arena midiática, e para o tratamento de contradiscursos e aspirações da esquerda como democráticas e legítimas. Naturalmente, isso foi resultado do processo contínuo da democratização do Brasil e consequência das pressões exercidas sobre a mídia, por diversos setores da população, representantes da sociedade civil e novos líderes políticos – em oposição ao empresariado tradicional e às elites políticas oligárquicas, que antes recebiam toda a atenção dos meios de comunicação (MATOS, 2008, p. 255-256).

Nesse cenário pós-ditadura, em que há um reposicionamento da imprensa quanto às suas características e sua responsabilidade social, e quando existe maior liberdade para a manifestação da sociedade, têm-se as circunstâncias nas quais surgiram novos municípios no país. Em muitos desses locais recém emancipados viu-se brotar a imprensa local, voltada para os acontecimentos desse novo ente federativo, sendo mais um ator na esfera pública local. Essas temáticas serão exploradas com mais detalhes no próximo item e no capítulo 2.

1.2 Emancipações municipais

Assim como a Constituição de 1988 marca a redemocratização do país e amplia os direitos dos cidadãos brasileiros, ela pontuou mudanças de direcionamento quanto às competências e funções institucionais dos diferentes níveis de poder. A descentralização fiscal e política é a principal características da Carta Magna, sendo destacada a transmissão de maior independência de gestão institucional pública para estados e municípios. Foi dessa maneira que, segundo Tomio (2002, p. 61), os municípios conquistaram “a mais ampla autonomia política da história republicana”: a condição de entes federativos. Ele revela que a composição federativa brasileira, com três níveis políticos constitucionalmente autônomos - a União, os Estados (e o Distrito Federal) e os Municípios – são algo incomum em outros países com este tipo de organização política (TOMIO, 2005).

Com essas mudanças, passa para o âmbito estadual a capacidade de estabelecer legislação complementar relativa à criação de municípios. Por isso, os processos emancipatórios deram-se em diferentes intensidades nas unidades da federação (BAUER, 2009). No ano da promulgação da última constituição brasileira, o país tinha 4.182 municípios; em 2001, passou a contar com 5.564. Portanto, em 13 anos aumentou 32% o número de novos municípios. Tomio (2005) assinala que o Rio Grande do Sul, entre os 26 estados da nação, foi aquele que mais fragmentou o seu território. Ele diz serem cerca de 20%

dos municípios emancipados após 1988, do território gaúcho. Acrescenta que, para cada cinco emancipações naquele período, uma aconteceu nesse ente federativo. Bauer (2009) expõe que a maioria desses municípios jovens tem menos de vinte mil habitantes, enquanto Simões (2004) afirma que o período Pós-Constituição de 1988 favoreceu, principalmente, o surgimento de "micromunicípios", com até cinco mil habitantes.

A respeito das conexões entre a maior divisão territorial e o aumento populacional, Simões (2004) diz que um não foi acompanhado pelo outro. Para tanto, apresenta ter sido de 2,2% a taxa de crescimento dos municípios brasileiros, entre 1991 e 2000, enquanto a taxa de crescimento populacional foi de 1,6% no mesmo período. O autor ressalta que esta disparidade é enfatizada no Rio Grande do Sul onde a taxa de crescimento dos municípios foi de 4,1%, e a da população, de 1,1%. Outro ponto lembrado por Simões (2004) e Bauer (2009) é a questão da dependência dos pequenos municípios de recursos vindos do estado e da União, como o Fundo de Participação dos Municípios (FPM). De acordo com Bauer (2009), esse se apresentou como uma das principais motivações para a disseminação de municípios, porque não implica em gerar aumento ou novos impostos para a população local. Afinal, eles acabam por depender de repasses estaduais ou da União, o que consequentemente, desequilibra o federalismo fiscal. É nesse ponto que se baseiam os contrários à grande fragmentação ocorrida, pois acreditam que a sociedade, como um todo, sairia perdendo. Já os defensores das emancipações viam esta como a possibilidade de promover a interiorização do desenvolvimento. Tomio (2005) complementa ter sido o contexto político e institucional responsável pelo estímulo dos líderes locais ao buscar a emancipação. Destaca o papel fundamental da autonomia decisória sobre a temática do poder Legislativo estadual gaúcho em relação às pressões contrárias do poder Executivo. Além de grande parte dos legisladores serem apoiadores ou militarem a favor da causa municipalista, pois, sendo uma ação praticamente clientelista, era passível de gerar votos no futuro.

Outra particularidade apontada pelo pesquisador é a criação da Comissão de Assuntos Municipais (CAM) no Rio Grande do Sul, nos anos de 1980, órgão que agilizava a burocracia e operava "como uma entidade "guarda-chuva", reunindo e organizando vários grupos de interesse municipalistas gaúchos [...]. Também atuou como parte de uma rede nacional, realizando intercâmbio de informações e agregando esforços com outras organizações no Brasil" (TOMIO, 2005, p. 137). Esta conjuntura é o que explica a grande criação de novos

municípios após 1988[18]. Para ilustrar, somente entre 1990 e 2001, foram implantados 164. O Rio Grande do Sul iniciou a década com 333 municípios e finalizou o período com 497. Foi a Emenda Constitucional nº 15, aprovada em 1996, que interrompeu a possibilidade de novas emancipações[19]. Porém, todos que já tinham realizado plebiscito e estavam com a lei de criação do município sancionada, foram instalados[20]. Destas emancipações, a partir dos anos 1990, nove foram na região que compõem o Corede – VRP.

Mueller (2007), em sua pesquisa *Criação de novos municípios, capital social e desenvolvimento*, abordou exatamente questões referentes a uma localidade que conseguiu se emancipar (Herveiras) com a última leva de municípios em 1996, e outra que não conseguiu (Alto Paredão) por causa da emenda nº 15. Ambos os locais estão no Corede - VRP. O autor demonstra ser objetivo específico da mobilização emancipacionista o desenvolvimento local[21], em que a solução de problemas estruturais e melhoria em serviços públicos estariam em primeiro plano. Essas localidades, muitas vezes, eram desassistidas, "esquecidas" pelo município-mãe. Também eram objetivos da emancipação o fomento do comércio e indústria local ou a criação de mais empresas e indústrias. Diz que, concomitante a isso, houve o interesse individual dos habitantes. Os movimentos emancipacionistas teriam ligações com as perspectivas de desenvolvimento pessoal dos seus moradores, além de influenciar o desenvolvimento do território[22].

> Vale dizer que onde haja mais possibilidades de desenvolvimento pessoal, menor será a tendência de ocorrer emigrações e maior tenderá a ser a possibilidade de que os indivíduos dediquem seu tempo, dinheiro e energia em assuntos coletivos que visem o desenvolvimento local (MUELLER, 2006, p. 15).

---

[18] "Nós tínhamos, em 1982, somente 232 municípios e se emanciparam 12. Em 1988, mais 89; em 1992, mais 94; em 1996, mais 40; e outros 30 foram criados, mas não puderam instalar-se em 1997, em função de um veto do governador da época; todavia, conseguiram se instalar no início de 2001. Desta forma, o Estado passou de 232 municípios para 497 [...]". (KLERING, 2002, p. 1).

[19] Atualizando informações sobre essa questão: no dia 14 de setembro de 2010, foi aprovado o Projeto de Lei Complementar (PLC) 120/2010, que retoma a prerrogativa do Legislativo estadual do Rio Grande do Sul legislar sobre emancipações, estabelecendo que a criação, a incorporação, a fusão e o desmembramento de municípios serão feitos por lei estadual e obedecendo critérios estabelecidos naquele PLC. No entanto, ainda é preciso aguardar a sanção do governo estadual. Essa votação do PLC 120 é respaldada pela omissão do Congresso Nacional em regulamentar a Emenda Constitucional (EC) 15/96, conforme Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADIN) 3682. Os demais estados da federação já adotaram procedimento semelhante. (CAM, 2010).

[20] Há o caso excepcional de Pinto Bandeira, que pertencia a Bento Gonçalves. Esta foi a única localidade que, após ter se tornado município, retornou à posição de distrito por imposição de uma liminar do Supremo Tribunal Federal. Essa situação foi revertida no dia 12 de julho de 2010, após sete anos de reivindicações.

[21] Desenvolvimento local, nesse caso, significa o desenvolvimento dentro dos limites territoriais do município.

[22] Segundo Etges (2005, p.55): "Um território só existe a partir da materialidade que lhe é dada pelo uso. Mais do que simples base física, um território traz a marca de gerações que ali viveram e trabalham; é resultante dos embates políticos, econômicos e sociais que se travaram entre os seus habitantes; também é expressão do nível tecnológico que os seus habitantes alcançaram; mas, acima de tudo, é resultante do tipo de organização social ali criada".

A emigração para regiões[23] mais prósperas é uma ação comum quando um município/localidade não apresenta perspectivas de melhorias e, em geral, as pessoas que vão embora são as mais instruídas ou jovens, dificultando ainda mais a potencialização de sinergia para gerar o desenvolvimento. Um dos defensores dos benefícios para a população local e região, quando criados novos municípios, é Klering (s/d). Ele indica que, no Rio Grande do Sul, regiões que tiveram maior número de emancipações demonstraram ser as que mais progrediram do ponto de vista sócio-econômico. Acrescenta que as pesquisas científicas não têm demonstrado "piora dos níveis de qualidade de vida de municípios novos em geral, em função das emancipações ocorridas no RS; em contrapartida, pesquisas como da ONU, indicam que vários municípios novos estão dentre os que melhor cuidam das suas crianças (Alto Feliz, Bom Princípio, etc.)" (KLERING, s/d)[24]. Vindo as melhorias além de serem visíveis no local emancipado, refletirem positivamente no município de origem e na região como um todo.

Retornando às questões dos interesses individuais dos habitantes de um local em processo de emancipação, tanto Klering (s/d) quanto Mueller (2006) explicam que esses não são somente racionais, mas perpassam aspectos subjetivos como a "autoestima, a inserção e reconhecimento social, a segurança e a identidade com aquele território" (MUELLER, 2006, p.16). Esses aspectos, juntamente com o debate entre os membros das localidades envolvidas no processo de emancipação, as ações coletivas em busca do objetivo comum, a cooperação e confiança mútua, na visão do pesquisador, podem ser encarados como um processo que revigora o capital social[25] nesses territórios. Mueller (2007) ainda aponta que, em locais como os do seu estudo[26], o capital social é criado, se amplia ou se reduz, em conjunto com o processo positivo ou negativo de desenvolvimento. No entanto, fica evidente na pesquisa que as ações empreendidas na busca pela emancipação, mesmo quando esta é frustrada, deixa saldo positivo quanto ao capital social, porque as pessoas desenvolveram habilidades de

---

[23] Região, neste caso, é compreendida como outra área da superfície terrestre que, por critérios específicos, é recortada como uma região. Mas, como lembra Corrêa (1997), região é um conceito chave na geografia e vai além de ser apenas a denominação de um espaço físico, sendo também um espaço vivido de interações sociais.

[24] Documento eletrônico sem paginação.

[25] De maneira sucinta - para melhor compreensão do conceito - o Capital Social surge quando existe confiança, solidariedade, tolerância mútua entre as pessoas de uma comunidade, além de serem relevantes também o grau de participação cívica, igualdade política e capacidade de organização em associações. Mueller (2007) emprega em seu trabalho três tipos de Capital Social: *ligação*, *ponte* (ambos utilizando como principal autor referencial Robert D. Putnam) e *conexão* (a partir de dados do Banco Mundial e de Michael Woolcock).

[26] Herveiras e Alto Paredão fazem parte do Corede -VRP, são localidades periféricas, que tiveram seus processos de emancipação na década 1990 (Herveiras emancipou-se; Alto Paredão, não); são de pequeno porte, áreas essencialmente agrícolas, caracterizadas pela agricultura familiar em pequenos lotes de terra, sendo o tabaco a principal produção.

organização coletiva (reuniões, assembléias para decidir ou informar a população – *capital social de ligação*), adquiriram novas experiências (viagens a Brasília, Porto Alegre e outros municípios – *capital social de conexão*), ampliaram suas redes de contatos (contatos políticos ou não – *capital social de ponte*), descobriram meios de dar visibilidade às necessidades locais e pressionar o poder público a atendê-las (expor suas demandas à imprensa regional é uma das maneiras – *capital social de conexão*).

Quando a emancipação é alcançada, na avaliação do pesquisador, é finalizado um ciclo, iniciando-se outro em função do novo *status* políticoadministrativo, agora, buscando alcançar o desenvolvimento. A partir de então, a forma como isso vai se dar entra na seara das disputas político-partidárias. O grupo que antes era coeso, muitas vezes, se divide, conforme as ideologias dos partidos, ação que pode ser vista como salutar para a democracia e a pluralidade, ou, somente, como dois grupos das elites locais em busca de empoderamento para melhor alcançar seus interesses. Mas é real que as disputas e o poder público passam a estar mais próximos da população, sendo mais acessíveis ao cidadão e à oposição para fiscalizar e reivindicar. Ainda, nos municípios em que a imprensa local surgiu em seguida a instalação do primeiro governo, os fluxos e a circulação de informação e das ações do poder público e de outros atores acabaram encontrando como ter visibilidade. Embora seja preciso levar em consideração que, apesar desses aspectos positivos, no âmbito das disputas políticas há interesses relativos a vantagens pessoais, de grupos ou elites locais. Da mesma forma, a mídia também sofre influências e pressões dos grupos mais organizados, que estão no poder ou mesmo de anunciantes, bem como o grau de profissionalismo com que a imprensa trabalha têm consequência direta na qualidade da cobertura jornalística e no tipo de relação que se constrói entre o veículo e os demais atores presentes na esfera pública local (COSTA, 1997).

Os municípios abordados neste estudo, Sinimbu, Vale do Sol e Passo do Sobrado, daqueles que se emanciparam na década de 1990, no Corede - VRP, foram os únicos que tiveram o desenvolvimento da imprensa local. O trio também teve a lei de criação sancionada na mesma data: 20 de março de 1992, e a primeira legislatura foi instalada em 1993. O jornal *Tribuna Popular* foi criado em 1993, logo após iniciada a gestão do primeiro governo municipal de Sinimbu. A *Folha Vale do Sol* passou a circulação em 1995, em Vale do Sol. E foi em 1998, criado o jornal Gazeta Popular, em Passo do Sobrado.

Além disso, estes três municípios apresentam outros aspectos similares: tiveram grande influência da colonização alemã; predomina a produção agrícola caracterizada pela agricultura familiar em pequena propriedade rural; o tabaco é a principal cultura produzida; e

a taxa de alfabetização é de 90,7% em Sinimbu; de 93,1% em Vale do Sol; e de 92% em Passo do Sobrado (FAMURS, 2010). Na média do Rio Grande do Sul e acima da brasileira. Ainda, os municípios em estudo, de acordo com o Índice de Desenvolvimento Socioeconômico[27] (IDESE), no Rio Grande do Sul (Tabela 1), está entre os municípios de desenvolvimento mediano.

Em relação ao território há diferenças. Sinimbu foi desmembrado de Santa Cruz do Sul[28]; Vale do Sol também o foi e uma parte menor de Candelária; já Passo do Sobrado desmembrou-se de Rio Pardo. Entre eles, a área de Sinimbu é a maior, seguido por Vale do Sol, enquanto Passo do Sobrado tem um pouco mais da metade da área de Sinimbu.

Tabela 1 - Índice de Desenvolvimento Socioeconômico (IDESE) no RS e área territorial

MUNICÍPIOS	IDESE	ÁREA TERRITORIAL EM KM²
Sinimbu	0,641	510,12
Vale do Sol	0,622	328,23
Passo do Sobrado	0,639	265,10

Fonte: IDESE consultado em FEE (2008), área territorial em IBGE (2010).

Conforme a área territorial e a população (Tabela 2), o trio tem as características apontadas por Bauer (2009) e Simões (2004): menos de 20 mil habitantes. Também a maioria da população reside em área rural, como pode ser visto a seguir.

[27] Segundo a FEE (2010), o IDESE busca mensurar e acompanhar o nível de desenvolvimento do Estado, de seus municípios e dos Coredes, repassando informações à sociedade e orientando os governos (municipais e estadual) para desenvolverem suas políticas socioeconômicas. "O Idese varia de zero a um e, assim como o IDH, permite que se classifique o Estado, os municípios ou os Coredes em três níveis de desenvolvimento: baixo (índices até 0,499), médio (entre 0,500 e 0,799) ou alto (maiores ou iguais a 0,800)" (FEE, 2010).

[28] Santa Cruz do Sul é o município polo do Corede – VRP e onde há a maior concentração das indústrias fumageiras nessa região, reunindo uma série de serviços públicos (estaduais e federais) e privados.

Tabela 2 - População total dos municípios em estudo e divisão em urbana e rural

MUNICÍPIOS	POPULAÇÃO RESIDENTE E SITUAÇÃO DO DOMICÍLIO		
	Total	Urbana	Rural
Sinimbu	10.068	1.437	8.631
Vale do Sol	11.077	1.249	9.828
Passo do Sobrado	6.011	1.429	4.582

Fonte: IBGE, Sinopse do Censo Demográfico (2010).

Em relação ao Produto Interno Bruto (PIB) dos três municípios, percebe-se certa diferença, vindo Vale do Sol com o maior montante R$ 140.713,00, seguido por Sinimbu com R$ 140.713,00 e, então, Passo do Sobrado, com R$ 72.431,00. Percebe-se que em Sinimbu e Passo do Sobrado os Serviços são o principal item do PIB, vindo após a Agropecuária e a Indústria. Em Vale do Sol a ordem é diferente primeiro Agropecuária, Serviços e Indústria, como se pode ver abaixo.

Tabela 3 – Produto Interno Bruto (PIB) em mil reais, no ano de 2010, dos municípios em estudo

MUNICÍPIOS	PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB) EM MIL REAIS NO ANO DE 2010			
	Agropecuária	Indústria	Serviços	TOTAL
Sinimbu	38.828	7.948	62.021	108.797
Vale do Sol	67.114	20.356	53.243	140.713
Passo do Sobrado	29.058	7.528	35.845	72.431

Fonte: IBGE, Sinopse do Censo Demográfico (2010).

Com esta breve caracterização, é possível perceber que os municípios, onde surgiram os jornais que fazem parte desta pesquisa, apresentam alguns aspectos semelhantes. Para finalizar, é pertinente comentar que, ao longo desses 18 anos, por terem se tornado municípios, novos serviços passaram a ser oferecidos e novos negócios surgiram, dinamizando a economia local, como o caso dos jornais em estudo. Mas também mecanismos sociais que influenciam diretamente na educação e formação da cidadania foram criados e

consolidados como os Conselhos Municipais[29] entre eles o Tutelar; da Criança e do Adolescente; da Educação; e da Assistência Social. Estes órgãos, além de desempenharem outras ações, exerceram maior controle e vigilância em relação à frequência escolar e trabalho infanto-juvenil, fazendo os adolescentes permanecerem na escola até completarem 18 anos ou terminarem o ensino fundamental. Do mesmo modo, estimulam o jovem a continuar estudando até completar o ensino médio e, mesmo, seguir para o ensino superior ou técnico. Com isso, tem-se um número maior de pessoas aptas a ler jornal, um dos pontos relevantes para esta pesquisa. E estas pessoas, se tiverem acesso a universidades na região – tanto estes jovens como adultos que já estão no mercado de trabalho – podem animar-se a buscar a qualificação profissional. Sem perder de vista que, na maioria das vezes, essa investida no desenvolvimento pessoal surge quando há perspectiva de melhor posicionamento no mercado de trabalho e de aumento da renda, junto com a realização pessoal e aprimoramento de competências. Já no plano do desenvolvimento regional, com mais pessoas cursando o ensino superior, as chances de se tornarem mais produtivas e qualificadas profissionalmente crescem, fato que também pode gerar benefícios sociais. Essa temática sobre o ensino superior no país e sua influência para o desenvolvimento regional será aprofundada a seguir.

1.3 O ensino superior no Brasil

Não se pode desvincular a história do ensino superior, no país, dos processos sociais vividos. Autores, como Cavalcante (2000), trazem que os primórdios da educação superior remetem ao período de colonização e aos colégios jesuítas (XVI). No entanto, "todos os esforços de criação de universidades, nos períodos colonial e monárquico, foram malogrados, o que denota uma política de controle por parte da Metrópole de qualquer iniciativa que vislumbrasse sinais de independência cultural e política da Colônia" (FÁVERO, 2000, p. 18-19, apud FÁVERO, 2006, p. 20). Para se tornar graduado, era necessário ir a Portugal ou a

---

[29] Conselho Municipal é uma instância de controle social, consultivo, propositivo e deliberativo: pode consultar os órgãos públicos quando necessários esclarecimentos sobre projetos ou atividades do poder público; faz proposições a respeito da aplicação de recursos públicos e de projetos (ações); ainda decide após discussão e reflexão para onde vão os recursos do município referente a área do Conselho. Em outras palavras, é a "participação da população na gestão pública que garante aos cidadãos espaços para influir nas políticas públicas, além de possibilitar o acompanhamento, a avaliação e a fiscalização das instituições públicas e organizações não governamentais, visando assegurar os interesses da sociedade" (BRASIL, 2010). Os Conselhos Municipais são formados por número paritário de representantes da sociedade civil e do poder público; têm legislação própria criada por lei e regimento interno. Os três municípios em estudo mantém Conselhos Municipais.

outras universidades europeias. A autora acrescenta, citando Cunha (1980), que o ensino superior brasileiro surge com o Estado Nacional, em 1808, voltado para formar, principalmente, profissionais para o Estado e especialistas na produção de bens simbólicos, estando os profissionais de nível médio relegados a um segundo plano; a criação de universidades, no entanto, permaneceu lenta, mesmo com a Proclamação da República (1889):

> De 1889 até a Revolução de 1930[30], o ensino superior no país sofreu várias alterações em decorrência da promulgação de diferentes dispositivos legais. "Seu início coincide com a influência positivista na política educacional, marcada pela atuação de Benjamin Constant, de 1890-1891" (CUNHA, 1980, p. 132). Tal orientação é ainda mais acentuada com a Reforma Rivadávia Corrêa, em 1911, que institui também o ensino livre. Embora o surgimento da universidade, apoiado em ato do Governo Federal, continuasse sendo postergado, o regime de "desoficialização" do ensino acabou por gerar condições para o surgimento de universidades, tendendo o movimento a deslocar-se provisoriamente da órbita do Governo Federal para a dos Estados. Nesse contexto surge, em 1909, a Universidade de Manaus; em 1911 é instituída a de São Paulo e, em 1912, a do Paraná (MICHELOTTO, 2006) como instituições livres. (FÁVERO, 2006, p. 21).

A primeira universidade criada legalmente pelo Governo Federal foi autorizada em 1915, com a Reforma de Carlos Maximiliano, por meio do Decreto nº 11.530. Mas surge somente em 1920, com o nome de Universidade do Rio de Janeiro (URJ), junção de três escolas profissionais isoladas, permanecendo as mesmas sem muita integração. Como afirma Cavalcante (2000, p. 8), "constituiu-se um "modelo" que ainda hoje persiste arraigado na estrutura do ensino superior brasileiro".

O surgimento da URJ, da maneira como se deu, levantou diversas críticas e discussões sobre o sentido e as funções de uma universidade: havia os que defendiam ênfase para a pesquisa e produção de conhecimento, além da profissionalização; em contrapartida aos que acreditavam ser fundamental priorizar a formação profissional (FÁVERO, 2006), discussão e dicotomia percebida ainda na contemporaneidade.

Apesar da descentralização vista no início da Primeira República, ocorreu a centralização de poder em diversos setores da sociedade ao final dos anos 1920 e início dos 1930, com ênfase após a instalação do Estado Novo (1937-1945). O ensino em seus diferentes níveis, passou a ser voltado para a modernização do país, sendo necessário capacitar para o trabalho e para a formação de elites. Fávero (2006) acrescenta que, apesar dessa característica centralizadora, existiram iniciativas, em relação ao ensino superior, que contrastavam com a

---

[30] Revolução que colocou fim à Primeira República.

filosofia do governo federal, como a criação da Universidade de São Paulo (USP), em 1934, e da Universidade do Distrito Federal (UDF), em 1935. Esta última é destacada pela autora, porque, apesar de ter funcionado apenas por um pouco menos de quatro anos "[a instituição] se apresenta não somente com uma definição precisa e original do sentido e das funções da universidade, mas também prevê os mecanismos que se fazem necessários, em termos de recursos humanos e materiais, para a consecução de seus objetivos" (FÁVERO, 2006, p. 25). No entanto, à UDF foi destituída pelo governo federal e seus cursos incorporados a Universidade do Brasil (UB), que funcionava desde 1937. Esta última tinha características antagônicas à UDF, com finalidade de ser um exemplo de controle e padronização para o ensino superior no país.

Esta passagem é relevante por que

> tal questão remete, por um lado, à discussão sobre as finalidades dessa instituição e, por outro, para a complicada relação entre a universidade e o Estado, tendo em vista que uma das suas demandas essenciais, como instituição historicamente constituída, tem sido a de autonomia, particularmente acadêmica, com relação às demais instituições da sociedade e especificamente com relação ao Estado. Esta será uma questão central no debate que se travará sobre a universidade no Brasil ao longo dos anos 20 a 40, momento da sua institucionalização efetiva entre nós [...] (MENDONÇA, 2000, p. 135).

Com o fim do Estado Novo (1945), após Getúlio Vargas ser deposto, o Brasil inicia nova fase. Esta tem características um pouco mais democráticas, tendo a promulgação de uma nova Constituição, em 1946, muito voltada aos direitos e garantias individuais. Os anos de 1950 e 1960 são marcados pelo populismo. Há o retorno de Vargas (1951-1954) e seu suicídio. Em seguida, é eleito Juscelino Kubitscheck (1956-1960), com modelo econômico desenvolvimentista – *50 anos em 5*. Na sequência, se elege Jânio Quadros, que era oposição. O governo é desestabilizado com a sua renúncia, vindo a assumir o vice, João Goulart. O ensino superior, nessa época, teria a influência das "duas ideologias que se constituíram na base de sustentação dos governos que se sucederam até 1964, e que iriam condicionar tendências diferentes e algumas vezes contraditórias que marcaram a forma como o ensino superior se desenvolveu durante esse período" (MENDONÇA, 2000, p. 141). Houve a multiplicação de número de universidades. Passando de 5, em 1945, para 37, no ano de 1964, como indica Mendonça (2000). No entanto, é preciso levar em conta que quantidade nem sempre significa qualidade e as discussões sobre o modelo profissionalizante *versus* científico continuaram sendo travadas.

Cavalcante (2000) apresenta quatro fases de expansão do ensino superior, entre 1960 e 1980, que foram elencados por Madeira:

> a) de 1960 a 1964 – correspondendo a um período de grave crise econômica, social e política, em que a demanda por ensino superior começa a fazer pressão;
> b) de 1964 a 1969 – compreendendo a consolidação do regime militar, em que a demanda reprimida continua a aumentar o seu poder de pressão;
> c) de 1969 a 1974 – correspondendo ao período do chamado "milagre brasileiro", em que o governo responde às pressões com a expansão dos cursos, das unidades e das vagas;
> d) de 1974 a 1980 – período em que o governo aciona mecanismos para conter a expansão que ele próprio incentivara no período anterior (MADEIRA, 1981 apud CAVALCANTE, 2000, p. 8-9)

A década de 1980 é de arrefecimento para o ensino superior brasileiro. Algo diferente se viu no decênio seguinte. Com o fim do Regime Militar (1985), a redemocratização do país, marcada pela Constituição de 1988 e eleições em 1989, a década de 1990, para o ensino superior, caracteriza-se por nova expansão. No entanto, a ampliação é do número de instituições privadas e de matrículas nos cursos de graduação em geral. Uma das explicações, segundo Martins:

> as matrículas aumentaram em parte pela expansão do ensino médio, acelerada nos últimos anos, e pela pressão de uma clientela de adultos já integrados no mercado de trabalho, que procura as instituições de ensino superior para melhorar suas chances profissionais com a obtenção de um título acadêmico (2000, p. 56).

Outra justificativa está vinculada às crises do modelo desenvolvimentista e do socialismo no cenário internacional, vindo reforçar a ideologia neoliberal, estimulando a adesão a propostas de redução do papel do Estado.

Assim, houve um conjunto de mudanças normativas, na legislação, que permitiram o favorecimento da expansão das instituições privadas/mercantis, em especial após 1995.

> [...] essa segunda e mais intensa fase de crescimento do sistema de ensino superior brasileiro ocorre na vigência da Constituição de 1988 (BRASIL, 1998), que consagrou os princípios da autonomia universitária e da indissociabilidade do ensino-pesquisa-extensão (art. 207), e fixou as normas básicas da participação do setor privado na oferta de ensino (art. 209), e da Lei nº. 9.394 (BRASIL, 1996), que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.
> Observando os princípios constitucionais, a nova Lei de Diretrizes e Bases - LDB - promoveu, por seus dispositivos, uma ampla diversificação do sistema de ensino superior, pela previsão de novos tipos de instituição (universidades especializadas, institutos superiores de educação, centros universitários), instituiu novas modalidades de cursos e programas, e estabeleceu os fundamentos para a construção de um sistema nacional de avaliação da educação superior (MACEDO et al. 2005, p. 130).

Além disso, conforme Sguissardi (2006), os anos de 1990 foram de uma "modernização conservadora", iniciada no governo de Collor de Mello (1990-1991), seguida

pelo presidente da república, Itamar Franco (1992-1994), intensificada no governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002). O autor recorda que, ao longo desses anos, "efetivou-se uma série de ajustes estruturais e fiscais ou de reformas orientadas para o mercado. No octênio FHC [Fernando Henrique Cardoso], ocorreram as principais conducentes à reconfiguração das esferas pública e privada, no âmbito do Estado, assim como da educação superior." (SGUISSARDI, 2006, p. 1026).

O pesquisador prossegue revelando que, através dos decretos 2.207/97, 2.306/97 e 3.860/01, houve interpretação permissiva do texto do artigo 207 da Constituição Federal, o qual determina ser indissociável o ensino, pesquisa e extensão em instituições de ensino superior (IES). "[...] ficaram liberadas da obediência a esse princípio nada menos que 1.024 IES, sobre um total de 1.180 IES, no ano de 2000; apenas as universidades a ele sendo obrigadas" (SGUISSARDI, 2006, p. 1032). Atualizando alguns números, é interessante levar em conta o que a Sinopse Estatística do Ensino Superior de 2007 (INEP, 2010) demonstra. Nela consta existirem 2.281 instituições voltadas ao ensino superior ou técnico[31] no Brasil. Desses, 249 públicas (federal, estadual, municipal) e 2.032 privadas (particular, confessional, filantrópica); 183 figuram na categoria de universidades, enquanto os demais[32] somam 2.098 entidades. Assim, o modelo predominante e em expansão de ensino superior no Brasil, desde os anos 1990, é o de profissionalização/ensino, focado em atender às demandas do mercado, sendo em sua maioria instituições privadas. Enquanto o modelo voltado para a pesquisa e produção de conhecimento, avança com velocidade muito inferior e se localiza, principalmente, sob a responsabilidade do setor público, em especial, das universidades.

Ainda em relação à legislação, o decreto 5.773/06, que "dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino", na visão de Sguissardi (2006), este não foi capaz de dar conta de toda uma reforma universitária, processo mais complexo, denso e longo. Mas o autor acredita que essa lei seria a última etapa de um processo vinculado ao primeiro governo Lula (2003-2006). Outras ações ligadas ao ensino superior que foram relevantes no primeiro e segundo governo de Lula (2003-2010): a criação

---

[31] Classificados da seguinte forma: entre Universidades; Centros Universitários; Faculdades integradas; Faculdades/Escolas/Institutos; e Centros de Educação Tecnológica/Fundações de Apoio à Tecnologia.

[32] As entidades que não são universidades, conforme a sinopse estatística do ensino superior de 2007 (INEP, 2010) se divide da seguinte forma: Centros Universitários - 120 estabelecimentos, Faculdades integradas - 126, Faculdades/Escolas/Institutos – 1.648, e Centros de Educação Tecnológica/Fundações de Apoio à Tecnologia – 204 instituições no Brasil.

do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes); do Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI); implantação do Programa Universidade para Todos (PROUNI); cursos de graduação de ensino a distância (EAD); criação de 14 novas universidades federais e 32 novos *campi* como forma de expansão das instituições federais de ensino superior e das vagas no setor público (federal); e ampliação no número de Escolas Técnicas e Institutos Federais.

Para Sguissardi (2006), fica claro que, apesar de algumas rupturas, houve continuidade na postura adotada pelo governo quanto à reforma do ensino superior. Já Martins (2009, p. 26) aponta a mudança de governo em 2003 ter proporcionado uma "reorientação da política educacional, no sentido de fortalecer o ensino público, sobretudo nas universidades federais". No entanto, ele concorda com Sguissardi (2006), sendo necessário fazer mais, no sentido de restaurar o

> princípio que atribui à educação superior a qualidade de um bem público, um direito inalienável do cidadão. O funcionamento do ensino privado de perfil empresarial, regido pelo livre jogo do mercado, transformou um direito da cidadania moderna num privilégio individual, convertendo sua clientela em consumidores de produtos educacionais, impondo pesados custos financeiros e humanos a uma parte expressiva dos seus estudantes. Uma educação superior comprometida com o interesse público implica que o Estado, de forma democrática, torne ator central na regulação e supervisão do sistema (MARTINS, 2009, p. 29).

Dentro dessa discussão, as instituições de caráter comunitário são percebidas como modelo diferenciado no contexto das universidades privadas. Inclusive, buscando um reconhecimento distinto em seu marco jurídico como pública não-estatal[33], evitando serem confundidas com instituições privadas com perfis meramente mercantis ou confessionais, que carregam ideologia de caráter religioso.

1.3.1 A interiorização do ensino superior no Sul do Brasil

Dentro da história do ensino superior do país, no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, grande parcela da interiorização deste se deve à atuação de instituições públicas

---

[33] Há duas formas de determinar o que é público: público estatal e público não-estatal. "O estatal, por definição, tem (deve ter) finalidades exclusivamente públicas. Todavia, o público é mais abrangente que o estatal. Apenas num hipotético "Estado total", em que o Estado fosse o sujeito de todas as iniciativas coletivas, é possível pensar em uma identificação plena entre um e outro. Em sociedades complexas e pluralistas, além dos entes estatais, o público inclui uma gama de organizações e instituições que prestam serviços de interesse coletivo, ou seja, são públicas não-estatais" (SCHMIDT; CAMPIS, 2009, p. 13).

não-estatais, com destaque para o modelo comunitário[34]. Conforme Lazzari, Koehntopp e Schmidt (2009), são nesses dois estados que as faculdades e universidades comunitárias se desenvolveram com maior intensidade, constituindo o maior setor de educação superior nessa região do país.

> No Rio Grande do Sul, as instituições do COMUNG[35] abrangem cerca de 400 municípios e seus 120 mil estudantes correspondem a mais de 50% do total dos estudantes do ensino superior. Em Santa Catarina, as instituições da ACAFE[36] reúnem mais de 130 mil estudantes, o que representa 65% dos universitários do estado (LAZZARI; KOEHNTOPP; SCHMIDT, 2009, p. 10).

Há indicativos de que o surgimento desse modelo de instituição estaria ligado a um *espírito associativo*, trazido pelos imigrantes, em especial alemães e italianos (1824 e 1875), para o sul do país. "Junto a essas populações, a noção de organização comunitária passa pela organização da educação como atividade das comunidades e não do Estado" (FRANTZ, 2004, p. 7). Há indicações de que esse fator foi responsável pelo florescimento de tantas instituições comunitárias[37] nessa região do Brasil. Conforme Vogt (2009), as escolas comunitárias[38], criadas pelos imigrantes e mais tarde fechadas durante o Estado Novo (1937 a 1945), foram o "embrião" de muitas instituições universitárias, no sentido de terem sido um exercício de organização social cívica em prol da educação, sem a assistência do Estado.

As universidades comunitárias, segundo Schmidt e Campis (2009), aparecem na década de 1950, como resposta das comunidades regionais à incapacidade do Estado em oferecer ensino de nível superior. Primeiramente, como faculdades, ao longo dos anos, foram aumentando o número de cursos, tornando-se faculdades integradas, centros universitários e, com maior ênfase no final dos anos 1980 e início dos 1990, universidades comunitárias. Essas trazem uma proposta diferenciada, mas nem sempre bem compreendida, porque figuram entre

---

[34] Autores como FRANTZ (2004) afirmam que o modelo de universidade comunitária é algo que está em construção no país.

[35] Consórcio das Universidades Comunitárias Gaúchas (COMUNG), fundada em 1996, com 12 associadas (SCHMIDT; CAMPIS, 2009).

[36] Associação Catarinense das Fundações Educacionais (ACAFE), criada em 1974, com 14 fundações educacionais, instituídas com apoio do Governo do Estado e de Prefeituras (SCHMIDT; CAMPIS, 2009).

[37] "[...] especialmente, no Rio Grande do Sul, o termo comunitário tem um profundo e complexo conteúdo e sentido histórico, vinculado à educação. De certa forma, o termo foi retomado e adaptado à história e ao significado das experiências de organização do ensino superior, nascidas da mobilização e do esforço de setores da sociedade civil, como iniciativas públicas não-estatais, diferenciadas das experiências confessionais ou particulares" (FRANTZ, 2004, p. 7).

[38] As escolas comunitárias têm conotações fortemente étnicas. Eram organizadas pelos próprios imigrantes, com aulas ministradas na língua estrangeira e sem haver interferência do Estado. No Rio Grande do Sul, eram numerosas, sobretudo, entre os imigrantes alemães e italianos, existindo também conotação confessional cristã (VOGT, 2009).

as instituições privadas, pois cobram pelo serviço prestado. No entanto, não têm fins lucrativos, sendo o lucro reinvestido na entidade e havendo o controle administrativo/financeiro feito pela mantenedora, entidade que tem sua forma jurídica como fundação de direito privado, de associação ou de sociedade civil. Outra característica das *comunitárias* é o seu surgimento, através de iniciativas de organizações da sociedade civil; têm órgãos deliberativos superiores constituídos por representantes dos diversos segmentos da comunidade acadêmica e da comunidade regional; os dirigentes para a Reitoria são eleitos de maneira democrática, além do patrimônio, em caso de finalizadas as atividades da instituição, ser destinado a outra entidade idêntica ou semelhante. Frantz (2005)[39] explica que, apesar do surgimento das universidades comunitárias ter ligação com a ausência da presença do Estado, na atualidade, essas instituições "não se constituem em negação ou dispensa do Estado, isto é, em contraposição do privado ao público, mas em um esforço pela construção de novos espaços públicos, em instrumentos de *pluralização da esfera pública*, no sentido da *ampliação* do Estado."

Também Schmidt e Campis (2009) acreditam na função central da cooperação entre Estado e a sociedade civil, devendo ser evitado que o primeiro veja as organizações da sociedade civil como concorrentes. Na opinião dos autores,

> cabe aproveitar o seu potencial em benefício da sociedade. Inserir as instituições comunitárias na lógica política, de modo a aproveitar a sua capacidade instalada nas políticas sociais, é ir ao encontro da visão de complementaridade e de sinergia entre Estado, sociedade civil e mercado, que está no núcleo das melhores teorias políticas e nas orientações das mais respeitadas agências nacionais e internacionais (SCHMIDT; CAMPIS, 2009, p. 28).

Na mesma direção, Machado (2009) ressalta a função social e histórica realizada pelo conjunto de instituições comunitárias, transformando em realidade a interiorização da educação superior e, nos últimos anos, também da pós-graduação *stricto sensu*, principalmente na área da Educação, em regiões não atendidas por instituições de ensino superior públicas. A autora acrescenta:

> Elas foram pioneiras em cumprir, até o momento, a meta da superação das diferenças regionais, presente nos cinco PNPG's[40] que as públicas não conseguiram atender e ainda não atingida. Estamos longe de superar as desigualdades entre regiões, mas é certo que as universidades comunitárias têm minimizado a distância entre os níveis educacionais e culturais do interior e das capitais. Trata-se de um modelo autenticamente brasileiro, nascido das próprias comunidades, levando em conta as suas necessidades regionais. Por isso, ele merece análise criteriosa e

[39] Documento eletrônico sem paginação.
[40] PNPG significa Plano Nacional de Pós-Graduação.

> aperfeiçoamento, e seus problemas precisam ser encarados como questões de interesse público (MACHADO, 2009, p. 83).

A pesquisadora também demonstra preocupação com a proliferação descontrolada de instituições de ensino superior particulares com perfil mercadológico, voltadas apenas para o ensino e desobrigadas da pesquisa e extensão. Diz que isso, aliado aos cursos à distância; mesmo a política de inserção de universidades federais no interior dos estados, sem levar em conta a existência ou realizar parcerias com as universidades comunitárias, acaba sendo um conjunto de fatores que ameaça a sobrevivência do modelo institucional comunitário, porque diminui o número de alunos, principal fonte de renda dessas entidades.

Apesar dessa problemática, a qual tem forças políticas expressas por um movimento para alterá-la[41], essas instituições ainda são responsáveis por lançar no mercado de trabalho do interior do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, grande número de profissionais com formação superior. Nesse sentido, o caso da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), situada na região do Corede - VRP, no Rio Grande do Sul – região em estudo nessa dissertação – exemplifica a situação. A sua história começou com a fundação da mantenedora: a Associação Pró-Ensino em Santa Cruz do Sul (APESC), em iniciativa de lideranças de organizações da sociedade civil e do poder público local, em 1962. A primeira Faculdade, de Ciências Contábeis, teve o funcionamento aprovado em 1964. “Novos cursos de graduação foram sendo criados e, em 1980, as quatro faculdades mantidas pela APESC passaram a constituir as Faculdades Integradas de Santa Cruz do Sul - FISC” (THOMÉ; NUNES, 2009, p. 261).

É no início da década de 1990 que as Faculdades Integradas transformam-se em Universidade. A Carta-Consulta, que tinha por finalidade instalar a universidade, foi aprovada pelo então Conselho Federal de Educação (CFE), em 1991, e o reconhecimento deu-se em 1993. Assim, as Faculdades Integradas passaram a se chamar Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Essa, em 2010, oferece 46 cursos de graduação, 26 de pós-graduação *latu sensu*, seis programas de pós-graduação *stricto sensu*. Desses, sete são em nível de mestrado e dois de doutorado. A APESC também mantém o Centro de Educação Profissional (CEPRO), a escola de ensino fundamental e médio Educar-se, e o Hospital Santa Cruz. Desde 1998, a

---

[41] Entre as ações existe o Projeto de Lei da Câmara (PLC) 7639/2010, o qual dispõe sobre a definição, qualificação, prerrogativas e finalidades das Instituições Comunitárias de Educação Superior (ICES), disciplina o Termo de Parceria e dá outras providências, apresentado pela deputada federal Maria do Rosário (PT-RS), em julho de 2010.

UNISC disponibiliza cursos de graduação fora da sede, em Santa Cruz do Sul. Atualmente, são quatro *campi*[42], sendo a sede no município de Santa Cruz do Sul. O número total de alunos gira em torno de 11 mil, em 2010 (UNISC, 2010).

Essa universidade já formou, ao longo de seus 18 anos, na graduação, 26.857 profissionais; nas especializações *latu sensu* e *strictu sensu*, 5.957, assim como nos cursos profissionalizantes 757 pessoas. Em relação ao aproveitamento na região, dos profissionais formados pela UNISC, após sondagens, verificou-se não haver estudo científico específico a respeito[43]. No entanto, o *Relatório de pesquisa avaliação e perfil dos alunos diplomados quanto aos cursos da UNISC e situação quanto a empregabilidade*, realizado em 2005[44], revela alguns indicativos importantes. Entre eles, o de que o curso possibilitou o ingresso imediato no mercado de trabalho a 45,8% dos entrevistados, enquanto para 23,7% isso não aconteceu e 18,9% já estavam trabalhando. Outra questão era se os alunos diplomados estavam trabalhando na área em que haviam se formado: 72,8%, responderam positivamente; outros 17,4% disseram que trabalhavam, mas não na área dos cursos que concluíram.

Na avaliação sobre a importância do curso, "entre os itens de avaliação da satisfação em relação aos diferentes aspectos do curso, quando consideradas apenas as respostas "Bom" e "Ótimo", o que obteve maior percentual foi "influência do curso para a carreira profissional", com 90,2%" (UNISC, 2005, p. 13). O item que apresentou menor percentual foi a sintonia do currículo do curso com o mercado de trabalho, com 61%, algo que, naquela época, foi destacado entre as considerações finais, sugerindo a necessidade de a UNISC repensar os currículos "em termos da atualização dos temas e da vinculação com as questões hoje demandadas pelo mercado de trabalho" (UNISC, 2005, p. 38).

---

[42] Os *campi* encontram-se nos municípios de Sobradinho, Capão da Canoa, Venâncio Aires e Montenegro. Desde 2008, está em estudo a possibilidade de instalação de um campus na cidade de Porto Alegre (THOMÉ; NUNES, 2009).

[43] Conforme a assessora de Avaliação Institucional da UNISC, Ana Karin Nunes, ligada a Pró-Reitoria de Planejamento (PROPLAN), a instituição está planejando realizar, em 2011, a pesquisa sobre a inserção profissional dos egressos da graduação e da pós-graduação (NUNES, 2010).

[44] Segundo o relatório, a amostra de estudantes "foi calculada a partir de um nível de confiança de 95%. Com margem de erro de 4,8 pontos percentuais para mais ou para menos. Além disso, foi considerado um total de 1.512 alunos diplomados no ano de 2003 e 2004 (1º semestre). A partir dessas imposições, foi calculada uma amostra de 332 alunos, distribuída proporcionalmente em função do número de diplomados nos diferentes cursos de graduação, em cada um dos semestres. Foram efetivamente pesquisados um total de 334 alunos" (UNISC, 2005, p. 3).

Outra pesquisa consultada foi a de *Avaliação dos formandos da graduação 2009/2*[45]. Nela, consta que 49,1% apontaram que o currículo do curso possibilita *em parte* o desenvolvimento do perfil do profissional desejado, e 45,7% são da opinião de que *sim*, o currículo possibilitou o desenvolvimento do perfil do profissional que desejava. Nesta pesquisa, o estudante da UNISC é caracterizado como um *estudante-trabalhador*, sem muito tempo à disposição para atividade de pesquisa e extensão, por trabalhar nos horários opostos às aulas. Verificou-se que 55,1% dos pesquisados exerceu atividade profissional durante a graduação e 23,5% durante metade ou mais da duração do curso. A maioria revelou ter sido a aquisição da formação profissional a principal contribuição do curso que estava concluindo (64,5%), seguida pelos que apontaram ser a obtenção de diploma a mais importante contribuição (18,8%,); menos pessoas responderam ser a aquisição da formação humanística (7,7%); e melhores perspectivas de ganhos financeiros (6,8%); o item Outros obteve 2,1%. A pesquisa ainda traz que, apesar de o estudante trabalhar em boa parte da trajetória acadêmica e ter pouco tempo para estudar, "tem perspectivas de dar continuidade à sua formação, seja em nível de *lato sensu* ou de *stricto sensu*" (UNISC, 2010, p. 26).

Como para esta pesquisa há grande relevância ter um panorama, mesmo que parcial, de quantos profissionais da área da Comunicação foram e serão lançados no mercado de trabalho do Corede – VRP, destaca-se que o curso de Comunicação Social da UNISC, de 1993 a 2010, já formou 517 profissionais. Destes, 204 na habilitação Jornalismo e 206 em Publicidade e Propaganda. Também pode-se levar em consideração que, no segundo semestre de 2010/2, estavam cursando as quatro habilitações – Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Produção em Mídia e Audio Visual; e Tecnologia em Fotografia[46] - 489 alunos (SILVA, 2010). Além da graduação, desde 2004 essa universidade oferece três cursos de pós-graduação em nível de especialização na área de comunicação[47], todos com mais de uma edição realizada, complementando a formação profissional da graduação. Esses cursos são ofertados somente na sede.

---

[45] Essa pesquisa foi feita a partir de uma consulta de livre adesão e teve a participação de 234 dos 666 estudantes acionados a participar, o que significa 35,13%. "Embora não permita generalizar os resultados para toda a população ou mesmo tirar conclusões por curso (UNISC, 2010, p. 26).

[46] As primeiras habilitações oferecidas, em 1993, foram as de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda; em 1996, foi ofertada a habilitação de Relações Públicas; em 2003, a de Produção em Mídia e Áudio Visual; e o curso Tecnológico em Fotografia iniciou em 2010.

[47] São oferecidos os cursos de MBA (*Master in Business Administration*) em Comunicação Empresarial; a especialização em Comunicação e Política, atualmente nomeada como Assessoria em Comunicação Política; e a especialização em Gestão de Marcas.

O curso de Comunicação Social da Unisc foi criado assim que implantada a universidade, da mesma forma que outros cinco cursos. Estes cursos foram escolhidos, principalmente, por causa da carência de profissionais qualificados nessas áreas na região de abrangência da instituição, ou seja, a partir da necessidade regional. "Cabe, também, esclarecer que a decisão pelo oferecimento do curso de Comunicação Social, bem como a escolha das habilitações, foi feita a partir da constatação das condições e necessidades apresentadas pela comunidade regional" (UNISC, 1993)[48].

Mais uma vez, em busca de pesquisa científica na qual constasse dados sobre a absorção dos profissionais de Comunicação no mercado de trabalho regional, percebeu-se a deficiência de informações sobre o assunto. No entanto, há uma percepção empírica de que grande parte dos graduados permaneceu na região, qualificando os veículos de comunicação, empresas e órgãos públicos, tanto nos setores de jornalismo, como nos de publicidade, de marketing e de relações públicas. Na falta de dados mais concretos, é possível ilustrar essa questão a partir da Gazeta Grupo de Comunicações, o maior grupo de comunicação do Vale do Rio Pardo, com dois jornais regionais, duas emissoras FM e duas AM, um portal na internet, editora com produção de anuários em português e inglês e revistas, uma gráfica, uma fundação de responsabilidade social e uma concessão para implantar canal de televisão.

Conforme o diretor secretário do Grupo, responsável também pelo maior periódico do Grupo, o jornal *Gazeta do Sul*[49], Romeu Neumann[50], que trabalha há 26 anos na empresa, não há dúvidas de que não só na Gazeta Grupo de Comunicações, mas nos demais veículos de comunicação dos municípios do Vale do Rio Pardo, "as redações passaram por um processo de qualificação e profissionalização a partir do curso de Comunicação Social da nossa universidade. Isto é positivo, considerando sobretudo que, antes, os jornais do interior, de um modo geral, não conseguiam atrair profissionais diplomados para seus quadros" (NEUMANN, 2010).

O diretor secretário acrescenta alguns dados vindos do setor de Recursos Humanos da empresa considerando os funcionários, em geral, dos jornais, das emissoras de rádio e do portal de internet: 27% dos funcionários têm curso superior completo; 25% têm curso

---

[48] Documento sem paginação.
[49] O jornal *Gazeta do Sul* surgiu em 1945, sendo o veículo mais antigo desse Grupo de Comunicação e hegemônico na região do Vale do Rio Pardo.
[50] Romeu Neumann, diretor de redação da *Gazeta do Sul*. Entrevista concedida por e-mail, em 25 de outubro de 2010.

superior incompleto; e 48% dos funcionários cursaram somente o ensino fundamental ou médio. Neumann (2010) completa:

> É difícil dimensionar o real impacto dos cursos da Unisc na composição deste cenário. O certo é que o simples fato de termos uma universidade na cidade e com um leque considerável de cursos e graduações serve de incentivo para que mais gente busque se qualificar para o mercado de trabalho com uma diplomação em curso superior.
> É oportuno considerar também que a empresa, por intermédio da Fundação Gazeta Jornalista Francisco José Frantz, incentiva seus funcionários a se graduarem na Unisc. Chega próximo a 40 o número de colaboradores que já se beneficiou ou está se beneficiando com os incentivos da empresa, que custeia parte dos créditos. Vários deles, inclusive, nem estão mais nos quadros da *Gazeta*. No momento, 10 funcionários de vários setores vêm tendo o auxílio, que representa um valor mensal de R$ 4.000,00, ou seja, quase R$ 50 mil por ano que a Fundação repassa à Unisc.

Com isso, percebe-se que, além de haver um movimento de as pessoas buscarem se qualificar com o terceiro grau, também algumas empresas incentivam, inclusive com apoio financeiro. A respeito do quadro de trabalhadores nas redações da Gazeta Grupo de Comunicações, tem-se a seguinte composição em novembro de 2010[51]:

Tabela 4 - Pessoas que atuam nas redações da Gazeta Grupo de Comunicações

Veículos	Jornalistas diplomados	Com outro curso superior	Estudantes de jornalismo	Ensino superior incompleto em cursos diversos	Sem formação superior	Total
Gazeta do Sul	9	3	4	2	1	19
Portal e jornal online	1	-	7	-	1	9
Gazeta da Serra	3	0	-	-	2	5
Rádios	4	1	-	1	1	7
Editora	5	2	-	-	1	8
Total Geral	22	6	12	3	6	50

Fonte: Informações de NEUMANN (2010), elaboração da autora.

Das pessoas que são diplomadas em jornalismo, pelo menos 13 cursaram a graduação na UNISC e todos os 12 estudantes de jornalismo frequentam essa mesma universidade[52]. Esses dados não dão a dimensão exata da realidade regional, mas pode-se considerá-lo uma tendência, ou seja, que as redações estão tendo mais jornalistas diplomados atuando na Região do Corede – VRP, muito por influência do Curso de Comunicação da UNISC.

---

[51] A maior parte das informações foi fornecida através da entrevista por e-mail com Romeu Neumann, porém, os dados foram aferidos e complementados com entrevistas informais junto a outros profissionais do grupo, entre eles: Romar Beling, editor da Editora; Otto Tesche, editor de Regional do jornal *Gazeta do Sul*; Fábio Lehmen, repórter das emissoras de rádio do grupo; Magali Drachler, repórter do jornal *Gazeta da Serra*.
[52] Veja nota anterior.

Precisa ser levado em consideração, também, que o crescimento no número de pessoas com ensino superior é um fenômeno mais amplo, percebido no país. A *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2009*, feita pelo IBGE, confirma que os trabalhadores com nível superior completo representavam em 2009, 11,1% do total, frente a 10,3% em 2008 e 8,1% em 2004, havendo uma linha ascendente. O estudo traz ainda, que,

> nesse intervalo de tempo, os percentuais de ocupados nos níveis de instrução mais baixos caíram, e os com níveis mais altos cresceram. Em 2009, nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste, os percentuais de pessoas ocupadas com pelo menos o ensino médio ultrapassavam 40%; no Sudeste (14,1%), Sul (12%) e Centro-Oeste (12,5%) o percentual de trabalhadores com ensino superior completo era maior que a média nacional.
> Em 2009, 42,9% da população ocupada trabalhavam em atividades de serviços [onde estão inseridos os veículos de comunicação]. De 2004 a 2009, caiu o percentual de ocupados nas atividades agrícolas (de 21,1% para 17%); a indústria (de 14,6% para 14,7%) e o comércio (de 17,3% para 17,8%) mostraram estabilidade; e houve altas na construção (de 6,3% para 7,4%) e nos serviços (de 40,4% para 42,9%) (IBGE, 2009)[53].

A partir das informações trazidas até aqui, estabelece-se relação com o impulso na oferta e busca pelo terceiro grau nas últimas duas décadas, fato que influenciou diversos setores, entre eles, o de Comunicação e a imprensa; afinal, houve mais profissionais graduados na habilitação Jornalismo que chegaram ao mercado de trabalho do que em década anterior. Demonstra-se bastante plausível pensar que o mercado de trabalho regional do Corede – VRP tem muitos desses profissionais vindos da UNISC. Ao mesmo tempo, pode-se considerar a possibilidade da presença de jornalistas graduados em outras universidades atuando na região, pois Santa Maria, que está a 132 quilômetros, tem duas instituições de ensino superior com o curso de Comunicação Social: a Universidade Federal de Santa Maria (UFMS) e o Centro Universitário Franciscano (UNIFRA). Ainda, em Lajeado, a 60 quilômetros, existe o Centro Universitário UNIVATES, além da proximidade com a região metropolitana, a capital do estado, Porto Alegre, que fica a 121 quilômetros de Santa Cruz do Sul, e concentra diversas universidades, existindo, atualmente, sete cursos de comunicação social, seis com jornalismo entre as habilitações oferecidas[54]. Além disso, não se pode descartar a possibilidade de trabalhadores virem de outras regiões do estado ou país.

---

[53] Documento eletrônico sem paginação.

[54] No Rio Grande do Sul há 19 Cursos de Comunicação Social, sendo que 13 deles surgiram nas duas últimas décadas (MEC, 2010). Mesmo sem o número exato de egressos desses cursos, ao longo dos anos, é possível deduzir que nos últimos 20 anos mais profissionais foram colocados no mercado de trabalho, em comparação com décadas passadas. Esta mão de obra profissional sai das universidades com formação para atuar nas distintas mídias, setores de comunicação das empresas e de órgãos públicos, especialmente nas regiões de abrangência das instituições. Inclusive, alguns desses cursos de Comunicação ainda estão em expansão, oferecendo mais

De qualquer maneira, é evidente estar crescendo o número de profissionais da comunicação no mercado, sendo necessário que novas frentes de trabalho sejam abertas para absorver essa mão de obra especializada. Entre as possibilidades que podem ser citadas, está a colocação dessas pessoas em vagas existentes em veículos de comunicação locais estabelecidos em municípios de pequeno porte, como os em estudo nessa dissertação.

1.4 Transformações tecnológicas

Junto com a disseminação do ensino superior e do "fenômeno" das emancipações, na década de 1990, ainda se viu no Brasil, no período, a abertura econômica ao mercado externo, principiada pelo governo de Fernando Collor (1990 a 1992) e intensificada a partir de 1995, com o governo de Fernando Henrique Cardoso – FHC (1995 a 2002). Seguindo um movimento mundial – iniciado e incentivado pelos Estados Unidos – o governo brasileiro adota uma postura neoliberal, por meio da qual é quebrado o monopólio estatal de setores relevantes da economia. Santos e Capparelli (2001, p. 257) observam que, nas comunicações, "o Brasil começou a completar, em 1999, o seu processo de privatização com a licitação das empresas-espelho do Sistema Telebrás e finalizará o processo com a abertura total do mercado em 2002". Enquanto Capparelli e Lima (2004) pontuam que, geralmente, as inovações tecnológicas são resultado de atividades de pesquisa em um território nacional, em especial, países de onde são originárias as mega-empresas globais. Dizem que o Brasil, por não figurar entre os que estão na dianteira desse processo, acaba por "pagar o preço da dependência àqueles países e/ou empresas" (CAPPARELLI; LIMA, 2004 p. 21).

Nos últimos dez anos do século XX, enfatizou-se a entrada de produtos para a informatização no mercado nacional, como computadores, impressoras, câmeras digitais e telefones celulares. Esses chegam com preços elevados, se comparado aos países de origem e à renda da maior parte da população. Entretanto, se torna possível não apenas para as grandes corporações, que por terem maior capital conseguiam adquirir tecnologias mais avançadas, mas também permite a médias e as pequenas empresas se informatizar. Além do mais, passou a estar disponível no mercado este tipo de produto para a população. Também a chegada da internet e a utilização das redes informatizadas se tornou mais frequente naquele período.

---

habilitação como o caso da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), que em 2010 passou a oferecer a habilitação de Jornalismo, e a UNISC, que em 2009 instalou a modalidade Tecnólogo em Fotografia, que embora não seja considerado bacharelado de Comunicação Social, é um curso formador de mão de obra para o mercado de comunicação.

Segundo Santos e Capparelli (2001), os anos 1990 estiveram marcados, em especial, por três movimentações nas comunicações:

> a) mudança na natureza das empresas (grupos de comunicação – conteúdo – atuando nos seguimentos de telecomunicações e informática – transporte – e vice-versa, reconcentração e reoligopolização – megafusões); b) reorganização espacial (*global trades*); e, c) reorganização institucional (desregulamentação e re-regulamentação) (SANTOS e CAPPARELLI, 2001, p. 256).

Os autores continuam explicando que as evoluções tecnológicas foram convergindo serviços que eram oferecidos separadamente. Falam sobre a televisão, porque dela surgiu a televisão por assinatura que, por sua vez, criou novos serviços e produtos a um público segmentado. Para Santos e Capparelli (2001), foram sendo fundidas as telecomunicações, a comunicação massiva e o transporte de dados, assim, a televisão poderia acabar por transformar-se em um novo dispositivo, reformulado. Com a popularização da internet, a partir de 1994, com a *World Wide Web*[55], surge a possibilidade dos programas televisivos passarem a ser assistidos na *web*. Da mesma forma, com a convergência e televisão digital, também há países onde a internet já pode ser acessada no que, tradicionalmente, se chama televisão.

Lemos (2004a, p. 79) resume essa questão da seguinte maneira:

> podemos dizer que, na evolução das vias da comunicação, vemos a passagem do modelo informal da comunicação [relações interpessoais – homem e o mundo] para o modelo da comunicação de massa [a linguagem representa o mundo, o discurso] e deste para o atual modelo de redes de comunicação informatizadas [redes digitais – disseminada de diferentes formas].

Este processo vinculado à tecnologia digital[56] vai acabar por multiplicar ou alongar a capacidade de satélites, fibras ópticas e cabos ou ainda passa a criar novas tecnologias, muitas vezes, híbridas como os celulares, computadores, TV Digital, entre outros (LEMOS, 2004a).

Para se chegar a esse ponto, foi preciso percorrer um caminho histórico milenar de evoluções técnicas e tecnológicas. Santos (2006, p. 112) traz reflexões de Laloup e Nélis (1962), as quais resumem em três palavras a classificação dos instrumentos artificiais criados

---

[55] A *World Wide Web* (www), foi criado pelo inglês Tim Berners-Lee durante suas horas livres. É um programa que permitiu a interação com documentos virtuais da internet, passando a existir as páginas da *web*, escritas em linguagem como HTML, PHP, etc. (CASTELLS, 2000). É através dela feita a interface entre o computador do usuário e servidores remotos, podendo serem enviadas, recebias e visualizadas informações.

[56] A tecnologia digital tem bases na microeletrônica onde circuitos eletrônicos, que têm seu funcionamento na lógica binária, guardam e processam toda a informação sob a forma de zero (0) e um (1). Então, a tecnologia digital atua na transmissão de dados, sendo suporte material para o que é virtual. Exemplos de tecnologias digitais: computador, *netbook*, câmera fotográfica digital, telefones celulares, etc.

e utilizados pelo homem: “a ferramenta, a máquina, o autômato”. De forma simplificada, entende-se haver referência ao período histórico em que as ferramentas e a produção eram realizadas de maneira artesanal, exigindo a força humana; a máquina tem ligação com a mecanização, quando o trabalho precisa da presença e ação do homem, mas a energia empregada não é humana; enquanto o autômato recebe informações e a partir delas empreende a ação, independente da presença do homem.

Lemos (2004a, p.33) segue pensamento similar ao apresentar a proposta de Simondon (1958) para a compreensão da evolução dos objetos técnicos na história: “o elemento (a ferramenta), o indivíduo (a máquina) e o conjunto (indústria)”. O autor afirma que a técnica transforma-se em tecnologia a partir da segunda etapa, no nível dos indivíduos (a máquina). Acrescenta ter sido na Idade Média, que se apresentaram todos os elementos fundamentais e preparatórios para a modernidade: “existe um sistema técnico baseado no empirismo e na quantificação matemática, a divisão do tempo, o espírito conquistador da natureza, onde a técnica torna-se laica e secularizada” (LEMOS, 2004a, p. 44). Segue dizendo que o Renascimento pode ser visto como a *era do maquinismo*, com o surgimento da *biela-manivela*, utilizando-se com ênfase a madeira. Também foi quando a bússola, a pólvora e a imprensa surgiram. Esse período, segundo o autor, além de avanços técnicos, apresenta uma revolução na razão, necessária na preparação do imaginário social para a modernidade vindoura.

> Aqui, radicaliza-se a fascinação pelo espírito de descoberta científico, a potência da razão prática, a crença no ser humano como reordenador do cosmo pela ação técnico-científica, a natureza como objeto de livre conquista. Vemos o nascimento, ainda embrionário, da ciência moderna, e da tecnologia, como resultado do estreitamento das relações ciência aplicada e intervenção técnica.
> (...) é a substituição de uma estrutura onto-teológica (explicações de ordem divina) para uma estrutura onto-antropológica (razão científica), atingindo seu ápice com a Revolução Industrial no século XVIII (LEMOS, 2004a, p. 45).

Essa Revolução Industrial à qual o pesquisador se refere vem influenciada pelo trio: metal, carvão e máquina a vapor. Ela tem ligação com o que se verificou na Inglaterra no meio do século XVIII, com a indústria têxtil, invenção da máquina a vapor, produção e utilização de ferro com maior qualidade na indústria. Ainda as mudanças técnicas, cada vez mais, avançam, espalhando-se pelo mundo e sendo incorporados no âmbito da vida social. Nesse sentido, Santos (2006) comenta também que a cada novo sistema técnico[57] há um

---

[57] “Os sistemas técnicos envolvem formas de produzir energia, bens e serviços, formas de relacionar os homens entre eles, formas de informação, formas de discurso e interlocução” (SANTOS, 2006, p. 115).

aceleramento na velocidade com que são introduzidos, aceitos e generalizados no mundo, algo enfatizado a partir das tecnologias digitais. Para Mattelart (2000) é através do telégrafo elétrico que se apresenta o primeiro espaço unificado de fluxo de informações, tendo o aparelho vocação transfronteriça. "Por volta de 1870, são registrados aproximadamente 30 milhões de transmissões telegráficas anuais. Na virada do século, ela mais que duplicou [...]" (MATTELART, 2000, p. 26). A seguir, surge o telefone, por volta de 1860, criação do italiano Antonio Meucci[58], que vendeu a patente ao norte americano Alexander Graham Bell, responsável pelo seu aprimoramento e difusão, criando a Companhia Telefônica Bell, em 1877, que mais tarde, em 1885, após ter outras denominações transformou-se na *American Telephone and Telegraph Company* (AT&T), nome que persiste no mercado até hoje. Segundo Mattelart (2000) é apenas em 1956 que o telefone atinge proporções mundiais, quando inaugurado o primeiro cabo telefônico submarino transatlântico, um ano antes do lançamento do primeiro satélite artificial.

Voltando a Lemos (2004a, p.47), ele vê a primeira Revolução Industrial como o momento de criação do "mito fundador da modernidade: o mito do progresso pela realização tecnológica do destino humano". Na avaliação de Harvey (2007), a modernidade nasce influenciada pelo Iluminismo e integrando a mecanização, tendo seu ápice com o fordismo[59], implantado em 1914, através da linha de montagem desenvolvida nas fábricas automobilísticas de Henry Ford, nos Estados Unidos. A divisão detalhada do trabalho (taylorismo[60]), a urbanização, a produção em massa, os novos hábitos de consumo em massa, a racionalização, o controle dos processos, a otimização do tempo, são outras características desse período, que pode ser marcado como a segunda Revolução Industrial, a partir da metade do século XIX. Este momento tem como base de seu sistema técnico a eletricidade, o petróleo, o motor à explosão, as indústrias de síntese química.

> De acordo com Gille, esta revolução industrial aparece em dois grandes períodos: de 1855 a 1870, período de adaptação de natureza técnica e econômica (crescimento demográfico, rede bancária, organização industrial, aumento da demanda); e de 1880

---

[58] Ele foi reconhecido postumamente como o inventor do telefone, em 11 de junho de 2002, quando o Congresso dos Estados Unidos aprovou a resolução N° 269. No entanto, até aquela data tinha-se Alexander Graham Bell como autor do feito, conhecido mundialmente.

[59] Harvey explica aquilo que caracterizou o fordismo: "O que havia de especial em Ford (e que, em última análise, distingue o fordismo do taylorismo) era a sua visão, seu reconhecimento explícito de que a produção de massa significava consumo de massa, um novo sistema de reprodução do trabalho, uma nova política de controle e gerência do trabalho, uma nova estética e uma nova psicologia, em suma, um novo tipo de sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista" (HARVEY, 2007, p. 121).

[60] Inventado por Frederick Taylor, o taylorismo era a utilização de métodos científicos para aumentar a eficiência nas ações desenvolvidas nas fábricas; ele propõe a racionalização do trabalho através da divisão de funções dos trabalhadores (HARVEY, 2007)

> a 1900, onde as grandes mudanças entram em jogo com a produção de energia em larga escala (turbocompressores e motores a explosão e elétricos, aços especiais, química de síntese, lubrificantes). Conjuntamente, vemos florescer a diversificação dos novos meios de transporte e de comunicação (LEMOS, 2004a, p. 47).

Tanto que, no âmbito da comunicação, é em 1901 iniciada a chamada *era da radiocomunicação*, quando Guglielmo Marconi realiza a primeira transmissão através do Atlântico, enquanto a televisão aparece por volta de 1930, não como a invenção de apenas uma pessoa, mas mesclando inventos e idéias de diferentes cientistas em diferentes países[61]. É a partir da primeira Guerra Mundial (1914-1918), sucedida da crise econômica de 1929-1931, do aumento da demanda e a disputa em processo entre os dois sistemas políticos (Capitalismo *versus* Socialismo), que a ciência-técnica moderna vem imbuída da missão de disseminar a ideia de progresso, ordem, racionalidade, objetividade, tempo otimizado. Lemos (2004a) ainda aponta o pensamento de Habermas: este demonstra que, na modernidade, a ciência e a tecnologia se constituem em ideologias.

Após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), mais uma vez há alteração no sistema técnico, trazendo uma mudança de paradigma: energia nuclear, informática, engenharia genética. Nesse período, é fundamental a invenção do transistor (*chip)* [62], em 1947, nos laboratórios da *Bell Telephone*. Conforme Castells (2000) essa descoberta foi essencial para o desenvolvimento da microeletrônica nos anos posteriores. Do mesmo modo, é acontecimento relevante desse tempo pós-segunda guerra e princípio de Guerra Fria o lançamento do primeiro satélite artificial, o Sputnik, pela União Soviética, em 1957. O que gera reação dos Estados Unidos. Estes criam a NASA (*National Aeronautics and Space Administration*), a qual tinha como meta principal levar o homem à lua e pôr em vigor sistema de ligações mundiais (MATTELART, 2000). Em 1962, o satélite Telstar conecta Estados Unidos e Europa; em 1969, o homem pisa na lua. A corrida espacial durou cerca de 10 anos e colocou em órbita dezenas de satélites para fins militares e para telecomunicação. As alterações advindas desse novo momento, em consonância com o desenvolvimento exponencial das tecnologias da informação e comunicação[63], a partir dos anos 1970, com destaque para a

---

[61] Destaca-se o alemão Paul Nipkow, os russos Boris Rosing e Wladimir Zworykin e o inglês John Logie Baird.

[62] Invenção de John Bardeen, Walter Houser Brattain e William Bradford Shockley. Eles receberam o Nobel de Física, em 1956, pelo feito.

[63] As tecnologias da informação e comunicação são caracterizadas por agilizar, disseminar e virtualizar o conteúdo da comunicação, através da digitalização e da comunicação em redes. Com essas tecnologias, é possível captar, transmitir e distribuir informações como textos, imagens estáticas, vídeos e sons.

criação da *internet*[64], refletiram em modificações profundas nas relações sociais das pessoas, instaurou-se e disseminou no mundo a sociedade de consumo e do espetáculo, a virtualidade e a desterritorialidade, alguns dos aspectos que marcam a pós-modernidade[65].

> A modernidade é a fase da ideologia em substituição à do mito, sendo a ideologia um discurso que atua como promessa de transformação e controle da vida social. (...) A modernidade tecnológica foi estruturada pela mistura de convicções e sonhos na força racional do homem, na conquista do espaço, no progresso tecnológico e científico, na urbanização e na utilização intensiva em energia.
> Mas o pesadelo tomou o lugar do sonho prometéico: poluição, desigualdades sociais, econômicas e políticas, caos urbano, violência, drogas, etc. Jean Grimpel mostra bem esse fim do futuro tecnológico moderno. A fase da ubiqüidade pós-moderna, ou fase da comunicação e da informação digital, corresponde à conclusão da fase do conforto[66] (a natureza é agora controlável) e ao surgimento da tecnologia digital, permitindo escapar do tempo linear e do espaço geográfico. Entram em jogo a telepresença, os mundos virtuais, o tempo instantâneo, a abolição do espaço físico, em suma, todos os poderes de transcendência e de controle simbólico do espaço e do tempo (LEMOS, 2004a, p. 52-53).

O autor continua, deixando evidente a ruptura ocorrida:

> Na modernidade, o tempo é linear (progresso e história) e o espaço é naturalizado e explorado enquanto lugar de coisas (direção, distância, forma, volume). Na modernidade, o tempo é um modo de esculpir o espaço, já que o progresso, a encarnação do tempo linear implica a conquista do espaço físico. Na pós-modernidade, o sentimento é de compressão do espaço e do tempo, onde o tempo real (imediato) e as redes telemáticas, desterritorializam (desespacializam) a cultura, tendo um forte impacto nas estruturas econômicas, sociais, políticas e culturais. O tempo é, assim, um modo de aniquilar o espaço (LEMOS, 2004a, p. 67-68).

Esse novo período chamado pelo pesquisador de pós-modernidade, e o qual Harvey (2007) denomina de pós-fordismo, ou regime de acumulação flexível, referindo-se às formas de produção capitalista, é percebido pelo último autor como nova etapa do capitalismo global, marcada a partir da crise do petróleo de 1973. Já Santos (2001) remete, junto à perspectiva de outros autores, que a Revolução Industrial no século XIX e adiante, a revolução tecnológica,

---

[64]Mattelart (2000) recorda que, em 1968, foi criada nos Estados Unidos a "primeira rede de transmissão de dados a ARPANET (*Advance Research Project Agency Network),* que liga entre si os departamentos de cálculo das universidades e estes, via satélite, com Londres e a áreas do Pacífico via Havaí" (MATTELART, 2000, p. 90). A ação foi financiada pelo departamento de Defesa estadunidense. A ARPANET é precursora da internet que se conhece atualmente. Esta última se construiu ao longo dos últimos 41 anos e "como a conhecemos agora [...] ela se formou em 1994, a partir da existência de um *browser*, da World Wide Web", criado pelo inglês Tim Berners-Lee, explica Castells (2000, p. 255). O autor salienta que a internet "é o tecido de nossas vidas neste momento. Não é futuro. É presente. [...] Sem dúvida, essa tecnologia é mais que uma tecnologia. É um meio de comunicação, de interação e de organização social" (CASTELLS, 2000, p. 255).

[65] Este mesmo fenômeno apresenta diferentes denominações, como pós-modernidade (LEMOS, 2004a); Sociedade Pós-Moderna, Acumulação Flexível ou Pós-Fordismo (HARVEY, 2007), e ainda Sociedade da Informação ou Sociedade em Rede (CASTELLS, 2000).

[66] Lemos (2004a) divide em três grandes fases a história do desenvolvimento tecnológico: da indiferença (até a Idade Média), do conforto (modernidade) e da ubiquidade (pós-moderna).

no final do século XX, seriam etapas de uma contínua evolução técnica e tecnológica e, não necessariamente, uma mutação[67]. Independente desta discussão, os autores concordam que há o surgimento de uma maneira diferente de fazer e compreender as coisas, tendo como características principais a divisão social do trabalho, produção segmentada (nichos), flexibilização, efemeridade, cibernética, virtualidade e instantaneidade. Castells (2000), em sintonia com o pensamento de Harvey (2007), afirma que

> [...] o *cerne* da transformação que estamos vivendo na revolução atual refere-se às *tecnologias da informação, processamento e comunicação*. A tecnologia da informação é para esta revolução o que as novas fontes de energia foram para as revoluções industriais sucessivas, do motor a vapor à eletricidade, aos combustíveis fósseis e até mesmo à energia nuclear, visto que a geração e distribuição de energia foi o elemento principal na base da sociedade industrial (CASTELLS, 2000, p. 68).

É nesse contexto que Castells (2000) aponta haver uma mudança cultural ocasionada pelo novo paradigma tecnológico que se estrutura em volta da tecnologia da informação. O autor acrescenta que se passa a utilizar o saber científico para indicar a maneira de fazer algo e a forma de sua reprodução. Ele entende a tecnologia da informação como o conjunto convergente da microeletrônica e da computação, tanto na área de desenvolvimento de *software* quanto de *hardware*, telecomunicação e radiodifusão, optoeletrônica (transmissão por fibra ótica e laser) e a engenharia genética. Santos (2006) elucida que a *era das telecomunicações* se baseou no entrelaçamento da tecnologia digital, da política neoliberal e dos mercados globais. O pesquisador diz que o computador[68] é o símbolo desse período histórico, pois,

> [...] através dele, são unificados os processos produtivos e tanto é possível adotar uma subdivisão extrema do tempo, como utilizá-lo de modo absolutamente rigoroso. [...]
> É a partir do computador que a noção de tempo real, um dos motores fundamentais da nossa era, torna-se historicamente operante. Graças, exatamente, à construção técnica e social desse tempo real é que vivemos uma instantaneidade percebida, uma simultaneidade dos instantes, uma convergência dos momentos. O computador, produto do tempo real criado no laboratório, ao mesmo tempo produz o tempo real das instituições e empresas multinacionais. Trabalhada primeiro nos laboratórios universitários para fins militares, a descoberta do *whirewird* é depois assumida pela

---

[67] Neste trabalho, a autora comunga da perspectiva de que a pós-modernidade vem como uma ruptura da modernidade em consórcio com o pensamento de Lemos (2004a), Harvey (2007) e Castells (2000).

[68] O primeiro computador de transistores foi inventado pela IBM (*International Business Machines*), nos Estados Unidos, com fundos provenientes do Pentágono que também financiou as primeiras redes intercontinentais, voltadas para necessidades militares e industriais (MATTELART, 2000). Porém, nos anos 1970, há o desenvolvimento do *personal computer* (PC), com tamanho e preço mais acessíveis do que os seus ancestrais. Nas duas décadas seguintes acompanhou- se a popularização da internet e o PC se converte em um "computador coletivo" (CC), na visão de Lemos (2004b). Conforme o autor, quando o PC é conectado ao ciberespaço, este passa a ser substituído pelo CC. "Aqui, a rede é o computador e o computador uma máquina de conexão" (LEMOS, 2004b, p. 2).

> economia, para se tornar umas das bases de operação das multinacionais da produção e, sobretudo, das multinacionais financeiras. [...]
> Cada nova técnica não apenas conduz a uma nova percepção do tempo. Ela também obriga a um novo uso do tempo, a uma obediência cada vez mais estrita ao relógio, a um rigor de comportamento adaptado ao novo ritmo (SANTOS, 2006, p. 121).

Com isso, percebe-se a imposição de um ritmo veloz que atenda às exigências da globalização, a qual foi impulsionada com o desenvolvimento e a expansão das tecnologias da informação e da comunicação (TIC), a partir da década de 1960. A automação, a transmissão de dados, as redes e as telecomunicações convergentes foram algumas das evoluções tecnológicas que propiciaram surgir a ideia de uma "Aldeia Global", termo cunhado pelo estudioso canadense Marshall McLuhan. No entanto, o processo de globalização dá-se com intensidades diferentes no mundo. Ianni (1999, p. 46) lembra que a Reforma do Estado, quando seguida de privatizações, desestatizações, desregulamentações e abertura de mercado, com o objetivo de aumentar a produtividade, nada mais é do que as "exigências da globalização do capital, de forma a ampliar os espaços e as fronteiras de reprodução ampliada do capital", além de tudo isso influir nas formas de sociabilidade. Ortiz[69] (1999) completa o pensamento de Ianni (1999), ao dizer que o capitalismo é a base sólida a qual dá sustentação à globalização. As tecnologias da informação e da comunicação teriam acentuado a sua tendência no mundo.

No pensamento de Bolaño (1999), o desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação, realmente criaram uma comunidade global. No entanto, para ele, nesse mesmo movimento, a maioria da população mundial, ligada a uma perspectiva de vida e de valores próprios das culturas regionais, foi deixada de lado, "podendo-se observar até um avanço de diferentes formas de xenofobia e de intransigência étnica. Inclusive, o local e o regional aparecem como fontes de resistência dos indivíduos à desterritorialização selvagem imposta pelo sistema no seu atual processo de reestruturação" (BOLAÑO, 1999, p. 8).

No Brasil, como comentado no início deste item, as tecnologias digitais entram com força a partir da década de 1990, sendo visto seu impacto em diversos setores, entre eles, nas empresas de comunicação e na produção jornalística. Também torna-se viável, de forma técnica e econômica, o desenvolvimento da mídia, inclusive dos impressos, fora dos grandes e

---

[69] Este autor defende que a globalização está associada a processos econômicos e tecnológicos, enquanto as manifestações culturais seriam mundializadas. Para explicar melhor, ele utiliza o exemplo da língua inglesa: "prefiro dizer que o inglês é uma "língua mundial". Sua transversalidade revela e exprime a globalização da vida moderna; sua mundialidade preserva os outros idiomas no interior deste espaço transglóssico" (ORTIZ, 1994, p. 29).

médios centros urbanos. Os equipamentos digitais como computadores, câmeras, celulares, além dos diferentes *softwares*, trouxeram mais velocidade às práticas comunicacionais e, até mesmo, criaram novas práticas e extinguiram outras, diminuindo e barateando as etapas de produção no jornalismo. Igualmente, a internet possibilitou a transmissão das páginas dos jornais finalizadas na redação, em um município, chegar até a gráfica onde será impresso o periódico, em outro município, tudo em questão de minutos. Ainda o acesso a informações regionais, estaduais, nacionais ou mundiais passou a ser muito mais fácil e ágil com a internet. Há uma grande quantidade de *sites*, portais e agências que trabalham com a produção de notícias, muitos com credibilidade consolidada e fornecimento gratuito de material, sendo utilizadas como fontes pelas publicações. Assim como há outros portais e agências em que as empresas de comunicação podem comprar matérias, reportagens, imagens, etc, recebendo rápida e virtualmente o material. Mesmo as assessorias de imprensa tiveram seu trabalho dinamizado com a internet e o emprego do correio eletrônico, abastecendo diariamente os veículos de comunicação de todos os portes.

É verdade que, já na década de 1980, ocorria nos parques gráficos brasileiros um processo de renovação do maquinário empregado, influenciado, principalmente, pela renovação de parques gráficos de muitos periódicos nos Estados Unidos. Esses passaram a vender maquinário em bom estado, mas tecnologicamente ultrapassado, para mercados do Terceiro Mundo (CAPARELLI, 1997). Já as redações de jornais maiores começam a ser informatizadas no final daquela década. Caparelli (1997) escreve que o jornal *Zero Hora*[70], trocou as máquinas de escrever dos 120 jornalistas por editores de texto, em 1988. Comenta que a ação envolveu dois anos de preparo, com visitas técnicas a outros jornais nos Estados Unidos e na Europa. Também foi necessário um grupo de planejamento, formado por pessoas da área de sistemas, industrial, recursos humanos e redação, para que a nova tecnologia fosse implantada. O autor completa que, junto com a introdução de uma nova tecnologia, somou-se estratégia de modernização do espaço de trabalho.

> Paulatinamente, cada editoria passava do primeiro andar para o segundo, deixando atrás as barulhentas máquinas de escrever Olivetti e o ar viciado dos cigarros para

---

[70] A *Zero Hora* era o principal veículo impresso estadual naquele período, bem como mantém essa posição na contemporaneidade, no Rio Grande do Sul. O periódico faz parte do grupo Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS), com atuação também no estado vizinho, Santa Catarina. Até 2010, a RBS era proprietária de sete jornais, além da *Zero Hora*; 24 emissoras de rádio AM e FM; 18 emissoras de televisão aberta, afiliadas à Rede Globo, duas emissoras locais, denominadas comunitárias, e um canal de veiculação nacional, voltado ao segmento rural; nove portais digitais; uma empresa de marketing para o público jovem; editora; selo fonográfico; operadora logística; gráfica; e era associada à *Outplan* – voltada para oferecer serviços a outras empresas no ramo dos negócios digitais.

> entrar no espaço asséptico e climatizado do andar superior e operar um sistema fechado, centralizado em um servidor CSI, adquirido nos Estados Unidos, e dezenas de terminais 'burros'.
> Junto com essa tecnologia incipiente, o jornal começou a discutir um novo modelo de relações de trabalho (CAPARELLI, 1997, p. 115).

Aos poucos, com a inserção dessa tecnologia, as funções de cada profissional da redação foram sendo modificadas e ampliadas. Nada mais era do que uma transição para a flexibilização do trabalho, incorporando uma de suas características, que é o jornalista deixar de realizar apenas uma tarefa altamente especializada, mas passar a desempenhar múltiplas atividades no mesmo período de tempo. No entanto, como relata o pesquisador, as mudanças ocorridas naquela época eram embrionárias comparadas às alterações ocasionadas com a reinformatização, em 1995, e com as transformações percebidas até este ano, 2010. Quando a convergência de tecnologias digitais, muitas vezes, exige um profissional multimídia, ou seja, que consiga atuar produzindo sobre uma mesma temática ou várias temáticas matérias e reportagens para o jornal impresso – pré-diagramando a sua página; grave boletins sonoros para a rádio – realizando ele mesmo a edição; faça passagem para a televisão – podendo ser seu próprio *cameramen*; e abasteça o *site* ou portal, podendo, ao final, tudo ser disponibilizado no *site* ou portal do grupo de comunicação para o qual o jornalista trabalha.

Nos anos 2000, com a solidificação da convergência de mídias, passam a se interligar texto, áudio e vídeo. "A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação" (CASTELLS, 2000, p. 414). Dando continuidade a essa linha de pensamento, Capparelli e Lima (2004) explicam que

> as diferentes tecnologias que eram necessárias para as várias transmissões analógicas – telégrafo para textos; telefonia para voz; radiodifusão para sons e imagens etc. – potencialmente podem convergir para uma única tecnologia e, portanto, serem substituídas por redes digitais integradas de usos múltiplos (rádiodigitais ou via cabo ótico) e satélites. É essa convergência tecnológica que, se e quando plenamente realizada, dissolverá as fronteiras entre as tecnologias das telecomunicações, da comunicação de massa e da informática, ou entre o telefone, a televisão e o computador (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 17),

Piccinin (2007, p. 204) traz a tese de que se estaria em um "momento de travessia entre a Sociedade Industrial, organizada a partir das tecnologias de produção lineares, verticais e fragmentárias, em direção à Sociedade em Rede, que passa a se organizar a partir de estruturas rizomáticas e capilares, permitidas pelas conectividades tecnológicas". Ela chama este período de híbrido, porque as duas condições convivem. A autora aborda esta

questão relacionada à produção jornalística em um telejornal; no entanto, é passível de generalização para a produção jornalística em jornais impressos. Outro ponto relevante, levantado pela pesquisadora, são as novas condições de trabalho em rede, exigindo maior velocidade e conectividade, pondo em discussão o jornalismo e o seu papel. Os processos são tão acelerados que é reduzida a possibilidade de investigação jornalística mais aprofundada no dia a dia, havendo a substituição dessa prática "pela atualização contínua das informações e pelo investimento no tratamento estético da notícia" (PICCININ, 2007, p. 207).

Ainda é evidenciado, no trabalho da autora, que as tecnologias de informação e comunicação vão além de influenciar as formas de operação e representação da mídia; acabam fazendo com que esta ocupe posição estratégica na contemporaneidade.

> Na medida em que são agentes capitais da estruturação simbólica da sociedade, nesse momento particular da história, as mídias passam a conquistar também a função de estruturação operacional por conta da inter-relação que estabelecem com as novas tecnologias. Passam a ser, portanto, tanto infra-estruturais quanto superestruturais em conseqüência do novo padrão tecnológico que lhes garante espaço ainda mais determinante na organização social, face à nova condição de conectividade.
> Ou seja, a mídia do Industrialismo, que tinha uma função, sobretudo, superestrutural, de disseminação dos fluxos simbólicos passa, a partir da conectividade e velocidade das tecnologias digitais, a ser também a infra-estrutura por onde trafegam esses fluxos, na medida em que se funde às novas tecnologias. E essa dinâmica de instância articuladora dos processos simbólicos e operacionais, através dos quais os indivíduos organizam suas vidas, intervindo diretamente em sua cotidianidade (...) (PICCININ, 2007, p. 205).

Entretanto, é preciso relembrar que, em países como o Brasil, existem centros urbanos, populosos, com grande acesso às tecnologias digitais e à conectividade, enquanto locais, em geral, afastados desses centros e/ou zonas rurais, que do ponto de vista das empresas que oferecem serviços de telecomunicação não apresentam escala para viabilizar expansão do negócio, é diminuída drasticamente a possibilidade de acesso às tecnologias digitais e à conectividade ou nem mesmo é possível tê-las. Nisso também se insere a falta de regulamentação do setor pelo Governo Federal, a pouca concorrência no mercado, corroborando com o descaso dessas empresas que falham na questão estrutural (com a falta de linha de acesso à internet), da mesma forma os preços dos equipamentos (computador, modem) ainda são caros para a maioria da população brasileira, bem como a manutenção de uma assinatura mensal para ter internet ser de custo elevado. Também existe a questão cultural, ligada ao conhecimento para utilizar os equipamentos digitais como o computador, *softwares*, *web*, etc.

Essas áreas distantes dos centros urbanos ou rurais não são apenas desinteressantes para as prestadoras de serviços de telecomunicação. Outros ramos, da mesma forma, são mais difíceis de ser encontrados fora dos centros urbanos[71]. Entre eles, está a *grande mídia*, em particular para este trabalho, os jornais impressos. Veículos que se dizem de âmbito nacional, mas têm em um país de proporções continentais, como o Brasil, dificuldade de distribuição fora dos grandes polos urbanos, além do preço da assinatura ser mais cara. Essas lacunas tentam ser preenchidas pelos jornais estaduais. Da mesma forma, os *grotões* – locais muito afastados da área urbana – não apresentam custo/benefício para justificar a venda de assinaturas e entrega da publicação.

Então, os jornais regionais atendem a uma parcela dos *abandonados* pelas mídias nacionais e estaduais. Mesmo assim, o espaço editorial que concedem aos municípios de seu entorno é diminuto, porque a produção acaba dando mais visibilidade e valor ao que acontece na sede. A isso ainda estão relacionados fatores como a própria cultura de cobertura jornalística, proximidade das fontes, agilidade nos fluxos, pressões políticas e de grupos organizados da sede, além dos custos mais elevados de cobertura nos municípios da região de abrangência do veículo. Da mesma forma, a estrutura da empresa, muitas vezes, não comporta a complicada e cara logística de entrega do jornal para além do centro urbano dos municípios que se propõe a atender. A distribuição da publicação, mais uma vez, mostra-se desvantajosa economicamente na periferia e na zona rural dos municípios.

Esse é um dos pontos em que os jornais locais, os quais surgiram a partir das emancipações – como as publicações e municípios estudados nesta pesquisa – demonstram vantagens em relação aos outros periódicos. Como os jornais locais estão focados em atender ao município ao qual pertencem, acabam tendo penetrabilidade não apenas no núcleo urbano, mas também nas áreas rurais, na periferia do município. Ainda, dão espaços privilegiados a assuntos vinculados ao que acontece no poder público local, nas comunidades religiosas, organização de agricultores, de mulheres, de idosos, de pais e mestres e demais atores sociais locais ou regionais que tenham alguma relação com o local. Este tipo de publicação tem preço da assinatura mais acessível em relação a publicações externas, possibilitando que grupos com menor poder aquisitivo, quando alfabetizados e com interesse em adquirir um jornal, tenham essa opção à disposição. São periódicos que apresentam limitações e problemas também, mas

---

[71] Esta temática, voltada para a televisão, está sendo abordada no grupo de pesquisa do qual a autora participa, intitulado: *As representações da heterogeneidade regional do Rio Grande do Sul no Jornal Nacional, da Rede Globo*. A pesquisa é coordenada pelas jornalistas professoras doutoras Ângela C. T. Felippi e Fabiana Piccinin, e pelo geógrafo professor doutor Rogério L. L. Silveira, desenvolvida no PPGDR/UNISC.

estão presentes onde os demais veículos não têm interesse de se fazer presentes e onde, muitas vezes, o desenvolvimento e a cidadania estão mais fragilizados.

Em relação às tecnologias da informação e comunicação, com sua maior disseminação na metade dos anos 90, no Brasil, para estes jornais locais, criados após as emancipações, esse fator foi determinante na solidificação, sustentabilidade e evolução dos mesmos. As tecnologias digitais baratearam e diminuíram os processos de produção das publicações impressas sendo muito menos oneroso do que em outras épocas, instalar um jornal impresso longe dos grandes centros urbanos, podendo assim serem atendidas as áreas desassistidas pela *grande mídia* ou mídia regional. Com a informatização e a transmissão de dados pela internet, todos os processos de confecção das páginas do jornal passaram a ser digitais, feitos na redação, em computadores, com *softwares* específicos de editoração eletrônica. Foi suprimida a etapa de composição das páginas, antes feita somente na gráfica. Da mesma forma, para imprimir a publicação, deixou de ser necessário o deslocamento até a gráfica – terceirizada[72] – para entregar o material a ser impresso, sendo apenas preciso buscar ou receber via transportadora ou ônibus os jornais impressos. A partir de 1995, a transmissão de páginas em PDF[73], pela internet, já era possível através de linha telefônica discada, estrutura presente na maioria dos núcleos urbanos, inclusive, em pequenos e recém-emancipados municípios.

A utilização da internet também foi decisiva para esses jornais, no sentido de que, muitas vezes, por terem quadro de funcionários reduzido, são nos *sites*, portais e agências de notícias que buscam notícias para fechar espaços nas páginas do impresso. E, até mesmo, para o jornalista estar mais informado sobre as conjunturas regionais, estaduais, nacionais e mundiais, qualificando o seu texto sobre os acontecimentos locais. Além do recebimento de *releases*[74] por órgãos governamentais e não-governamentais através do correio eletrônico ser

---

[72] Essa possibilidade de impressão em gráfica terceirizada, localizada em município vizinho, também pode ser considerado relevante. Para os jornais menores, significa menos custo do que montar a sua própria gráfica ou deslocar-se a grandes centros para conseguir imprimir a publicação. Para essas gráficas, que em geral, foram montadas para imprimir um jornal específico, realizar esse serviço de terceirização de impressão é equilíbrio financeiro para auxiliar que o investimento se auto-sustentasse.

[73] A sigla PDF significa *Portable Document Format* é o formato de um documento "padrão global para a captura e a revisão de informação de mídia rica de quase todos os aplicativos ou sistemas operacionais e para o compartilhamento com quase qualquer pessoa, em qualquer lugar" (ADOBE, 2010).

[74] O *release* ou relise, como explica Kopplin e Ferraretto (2001, p. 59), é o expoente máximo da redação de uma assessoria de imprensa, sendo o "material de divulgação produzido pela assessoria de imprensa e destinado aos veículos de comunicação. É escrito em linguagem e segundo critérios essencialmente jornalísticos, embora não tenha a pretensão de ser aproveitado na íntegra como texto pronto. De modo geral, o relise tem por função básica levar às redações notícias que possam servir de apoio, atração ou pauta, propiciando solicitações de entrevistas ou de informações complementares".

outro benefício usufruído pelos jornais locais, por causa das tecnologias digitais. Antes do correio eletrônico, em geral, os *releases* ou imagens das assessorias de imprensa eram encaminhados por malotes, via correios ou despacho por ônibus aos jornais menores, que não tinham fax, o que demandava horas e, às vezes, dias. Com o *e-mail*, o volume, a variedade e a rapidez com que os *releases* chegam às redações é extremamente maior, podendo o impresso local beneficiar-se disso.

As fotografias digitais foram outro fator importante para que esses jornais conseguissem equilibrar as contas e agilizar processos de produção. Com as câmeras fotográficas digitais, os veículos impressos tiveram uma grande redução das despesas. Não era mais preciso gastar comprando filmes, na aquisição e manutenção de equipamentos para revelação, papel fotografia e materiais químicos específicos para a revelação, processos que despendiam dinheiro e tempo. Com esses aparelhos digitais, no mesmo cartão de memória, podem ser armazenas, deletadas e rearmazendas centenas de fotografias com alta resolução, além de não ser fundamental que a pessoa, ao manusear o equipamento, tenha grande preparo técnico, porque pode ver na tela de cristal líquido após feita a imagem, se ficou de acordo com o que desejava, podendo tirar inúmeras fotografias até que uma fique de acordo.

Não se deve perder de vista que, além desses veículos terem se beneficiado das tecnologias digitais, também surgem em momento em que, no Brasil, a sociedade está se reconfigurando. O período da ditadura (1964-1985) passou, o processo de redemocratização (1985-1989) foi concluído, uma nova Constituição (1988) aprovada, garantindo direitos, um presidente foi eleito por voto direto e destituído (Collor, 1990-1992) por mobilizações de grupos organizados da sociedade. Pode-se dizer que pairava no país uma efervescência social, um sentimento de novas possibilidades, de um futuro melhor, mais livre, características que permitiam ver um jornal como empreendimento viável econômica e editorialmente, bem como, peça indispensável desse novo momento democrático, diferente dos tempos da ditadura, quando “um regime militar autoritário que reprimia as atividades políticas, impedia a manifestação de ideias contrárias ao governo e censurava os meios de comunicação” (ABREU, 2002, p. 9).

Nessa linha de novas possibilidades e futuro dá-se o grande número de emancipações na última década do século XX. Elas buscam o desenvolvimento do local, de forma geral, na educação, saúde, serviços, infraestrutura, etc. Os veículos de comunicação como os desta pesquisa, têm conexão direta com o *fenômeno* das emancipações, pois surge como consequência direta da instalação do primeiro governo municipal. Do ponto de vista do jornal

como negócio, o Executivo e o Legislativo são vistos como a garantia de ter anunciantes, pois são obrigados a publicar em jornal balanços e editais. Assim como, os demais empreendimentos que já existiam ou que venham a se instalar, tornam-se potenciais anunciantes, em outras palavras, o jornal é criado também apostando no potencial de desenvolvimento do município, em seu crescimento futuro, o que, consequentemente, influenciaria no crescimento do veículo como negócio.

Para o Executivo e o Legislativo, da mesma forma, é interessante ter no jovem município os serviços de comunicação para que as informações e ações realizadas pelo governo tenham onde ser divulgadas, registradas e vistas pela população. Ainda pode-se pensar que o poder local recém-instalado busca legitimidade, pois as eleições são disputadas por dois ou mais grupos políticos. Além disso, é evidente que esse poder público tem interesse que a população sinta-se fazendo parte da nova unidade municipal e não mais de um distrito, vindo o jornal a auxiliar na formação/composição dessa nova identidade. Já levando em consideração a produção jornalística da publicação local, o Executivo e Legislativo acabam sendo uma fonte natural de informações. Sem essa proximidade com a Prefeitura e Câmaras de Vereadores, e sem a vontade dos leitores em saber a respeito do que acontece nessas esferas, talvez, houvesse maior dificuldade para a produção das pautas e venda de assinaturas.

Junto com essas questões, também está amarrada a formação de ensino superior. Nos novos municípios a demanda por profissionais graduados para preencher vagas do setor público (professores, enfermeiros, médicos, entre outros) e mesmo no setor privado (administradores, contabilistas, advogados, nutricionistas, etc) com o passar dos anos e avanços na busca do desenvolvimento demonstram-se crescentes. No caso dos três municípios em estudo, a formação dessa mão de obra, em grande parte é feita através da UNISC ou em cursos na modalidade Educação à Distância – (EAD)[75]. Os jornais locais desses municípios igualmente percebem essa transformação na formação dos profissionais que trabalham nas redações e outros setores da empresa. Como já mencionado anteriormente, o Brasil como um todo, nas últimas duas décadas, vem tendo crescimento no número de pessoas com o terceiro grau, destacando-se a Região Sul e Sudeste, onde há grande número de universidades. Reflexos dessa realidade são bastante visíveis nos grandes centros, onde muitas vezes, faltam vagas de empregos e, mesmo, fora deles, aonde novas possibilidades estão surgindo.

---

[75] Cursos de EAD são principalmente utilizados na formação de professores para a rede municipal.

Enfim, as convergências históricas identificadas para essa pesquisa ocorridas no último decênio do século XX: redemocratização do Brasil, emancipações municipais, expansão do ensino superior e disseminação das tecnologias da informação e comunicação deram base para o crescimento ou desenvolvimento do mercado de bens culturais comunicacionais no Brasil, incluindo-se nele a imprensa.

2 CAMINHOS DA IMPRENSA

Neste capítulo, busca-se apresentar um panorama sobre como se desenvolveu a imprensa no mundo, a sua estruturação no Brasil e no Rio Grande do Sul, revelando as imbricadas relações com o capitalismo, com as mudanças na sociedade. Assim, pretende-se chegar à história dos jornais que surgiram nos anos de 1990, no sul do país, mais especificamente, nos três municípios gaúchos em estudo nesta pesquisa, emancipados naquela década. Como afirmam Morel e Barros (2003, p. 7), "o surgimento da imprensa no Brasil acompanha e vincula-se a transformações nos espaços públicos, à modernização política e cultural de instituições, ao processo de independência e de construção do Estado nacional". Essas transformações continuam ao longo do tempo, até a contemporaneidade.

Pensar a história da imprensa nos remete aos primórdios da comunicação. Anterior à invenção da prensa, no século XV, houve história milenar transmitida de maneira oral por gerações, tendo sido fundamentais a invenção e desenvolvimento da escrita (5000 a.C), e do alfabeto (2000 a.C). Essas descobertas/invenções comunicacionais impactaram a humanidade enquanto propiciadoras de outras formas de relações sociais, de relações com o tempo e com o conhecimento, forjando a cultura e o modo de vida. Como explica Queiroz,

> a escrita representa o armazenamento de informações, permitindo a comunicação através do tempo e do espaço. A sua difusão está relacionada, essencialmente, à evolução da memória. As grandes civilizações, como as da Mesopotâmia, do Egito, da China e da América pré-colombiana usaram a memória escrita como símbolo de progresso evolutivo (2005, p.1).

Adiante a pesquisadora acrescenta que

> a língua latina, difundida no mundo ocidental pelos romanos, adotou o alfabeto grego. Desde então, esta foi a língua que traduziu toda a cultura herdada dos antepassados. Desse modo, durante séculos, em toda a Europa romanizada, ou seja, colonizada pelos romanos, só se escreveu em latim. Com o advento do cristianismo, esta língua seguiu sendo aquela na qual, além de se escrever, se copiou, i. e., tudo foi traduzido para o latim (QUEIROZ, 2005, p. 9).

Quando finalizado o Império Romano do Ocidente, no século VI d.C., segundo a autora, também somem os sistemas de transmissão da cultura do mundo antigo, sendo essa função tomada pela ordem monástica. "Os monastérios concentram, a partir daí, as tarefas de ensino e de escrita, produzindo textos de uso tanto para a liturgia quanto para as leituras sagradas. Entre os laicos, poucos dominavam a escrita" (QUEIROZ, 2005, p. 10). Nessa transição, ainda se vê a passagem da utilização do papiro, para o pergaminho e, então, para o papel. A função dos copistas nos monastérios, produzindo os manuscritos – livros escritos à

mão – teve grande importância. Mas iniciam relevantes mudanças quando passam a existir copistas laicos que se organizam em associações e escritórios. Estes redigiam livros, bem como eram responsáveis por escrever os documentos oficiais para a classe que surgia: a burguesia comercial (QUEIROZ, 2005). Lage (1982, p. 16) reforça que, "por detrás da evolução da imprensa, do surgimento dos periódicos, de suas formas, conteúdos e técnicas de produção, encontra-se o processo de surgimento e afirmação da burguesia". Para o autor, no século I a.C as *Actas Diurnas*, dos romanos teriam sido ancestrais dos jornais murais contemporâneo, contendo matérias governamentais, enquanto os *Avisi* e as *Zeitungen*[76] respectivamente, na Itália do século XIII, e na Alemanha do século XIV, já se dirigiam a um público mais aberto e seu conteúdo provinham de "interesses privados de um financiador. Quebrava-se o monopólio do Estado e da Igreja sobre os meios de comunicação" (LAGE, 1982, p. 17).

Queiroz (2005) ainda lembra que o surgimento da imprensa – como técnica para impressão – no princípio, estava mais para um prolongamento da escrita manual havendo rivalidade entre os impressores e os copistas. Afirma que foi com a mecanização dos procedimentos de impressão que grandes modificações se deram a partir do século XV, como será visto a seguir. Ainda é interessante pontuar que o desenvolvimento técnico está continuamente em mudança e utilizando como base aquilo que já foi produzido culturalmente, que está no imaginário e nas formas de pensar de um dado momento. Assim, do ponto de vista da imprensa – agora como suporte e veículo de comunicação – ao longo da história vai ser percebido que se readaptar, remodelar, coexistindo e interagindo com os novos meios e suportes que venham surgindo, assim como com as situações sociais, econômicas e políticas as quais se vive.

2.1 Surgimento e estabelecimento da imprensa no mundo

Foi após a invenção da prensa tipográfica de Johann Gutenberg, na Alemanha, um pouco antes da metade do século XV, que se dinamizou a produção de livros e textos pela Europa. Briggs e Burke (2004) trazem discussão sobre a "revolução" ocasionada pelo que era

---

[76] Segundo Lage (1982, p. 17) nos séculos XIII e XIV "os *Avisi* eram folhas manuscritas, copiadas várias vezes e freqüentemente (sic) redigidas em proveito de ricos comerciantes ou banqueiros por pessoas que disso faziam profissão. Algo semelhante acontecia, por esse tempo, com as *Zeitungen* da Alemanha".

uma nova tecnologia naquela época, no ocidente[77]. Os autores assinalam ter sido gradual, ao longo de cerca de 300 anos, a adaptação das pessoas a esse novo meio de impressão, tanto na maneira de apresentar esse material (estilos), quanto por envolver alfabetização e hábito de leitura. Mas é o século XVIII que traz mudanças significativas com a Revolução Francesa, a formação da burguesia, as ideias iluministas, os princípios universais de *Liberdade, Igualdade* e *Fraternidade*. Sodré (1998, p. 1) acrescenta que "a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista". Essas alterações políticas e sociais tiveram a imprensa como um elemento estratégico para difundir as informações e ideias, de uma maneira jamais vista antes, inclusive criando uma nova cultura política. Darnton (1996) destaca essa questão refletindo sobre as influências da imprensa no século XVIII.

> Os historiadores tratam em geral a palavra impressa como um registro do que aconteceu e não como ingrediente do acontecimento. Mas a prensa tipográfica ajudou a dar forma aos eventos que registrava. Foi uma força ativa na história, especialmente durante a década de 1789-1799, quando a luta pelo poder foi uma luta pelo domínio da opinião pública. (...)
> Imaginem um mundo sem telefone, rádio, televisão, no qual a única maneira de comover a opinião numa escala nacional é o tipo móvel. Imaginem esse mundo explodindo. Fragmenta-se em milhares de pedaços. Um grupo de homens tenta ajuntá-los numa nova ordem, começando com uma Declaração dos Direitos do Homem e continuando com novos modelos para uma constituição, uma administração, a igreja, a moeda, o calendário, o mapa, pesos e medidas, formas de tratamento e a própria linguagem. Em cada estágio desse processo usam a mesma ferramenta básica: a prensa tipográfica. Sem a imprensa, podem conquistar a Bastilha, mas não podem derrubar o Antigo Regime. Para tomar o poder têm que tomar a palavra e difundi-la – através de jornais, almanaques, panfletos, cartazes, estampas (...). Quando os revolucionários agarraram a alavanca da prensa e a fizeram baixar nos tipos travados da forma, enviaram um novo fluxo de energia através do corpo político (DARNTON, 1996, p. 15-16).

Já Briggs e Burke (2004) colocam que essa nova técnica não deve ser vista, por si só, como um agente de mudança, mas "como um catalisador, mais ajudando as mudanças sociais do que as originando" (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 33). Mas concorda com Darnton (1996) sobre a fundamental importância desse invento para o processo de acumulação e difusão do conhecimento e informações, para o surgimento da consciência sobre a relevância da publicidade e afirmam:

> Acima de tudo, deve-se agradecer ao jornal diário do século XVIII, uma amostra do efêmero que se tornaria extremamente valioso para os historiadores sociais (...). Os

---

[77] No oriente – China e Japão – utilizavam a impressão desde o século VIII. A técnica empregada era de *impressão em bloco*, onde se talhava um bloco de madeira para imprimir uma página de um único texto (BRIGGS; BURKE, 2004).

> efeitos do aparecimento de jornais e outros noticiosos têm sido discutidos desde aqueles dias até hoje. (...) O aparecimento de novos tipos de livros de referência como o "dicionário jornalístico" (*Zeitungslexikon)* ou o "dicionário das gazetas" (originalmente um dicionário de nomes e lugares mencionados em jornais), mostra que tais publicações abriam o horizonte de seus leitores, pelo menos ao tornar as pessoas conscientes daquilo que não sabiam (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 78-79).

Essas funções dos jornais agregadas a outras, permanecem tendo grande valor na atualidade. Entre elas, está a contribuição daqueles jornais para o surgimento da opinião pública. Segundo Briggs e Burke (2004), esse termo foi registrado pela primeira vez em 1750, em francês; no ano de 1781, em inglês; e na língua alemã, em 1793. No entanto, os estudiosos apontam que, a partir da obra de Jürgen Habermas, *Mudança estrutural da esfera pública*, o termo foi redefinido para esfera pública, no sentido de publicizar, para tornar público. Habermas (2003) escreve que "o sujeito dessa esfera pública é o público enquanto portador da opinião pública; à sua função crítica é que se refere a "publicidade" (Publizität) (...). No âmbito das mídias, a "publicidade" certamente mudou de significado. De uma função da opinião pública torna-se também um atributo de quem desperta a opinião pública" (HABERMAS, 2003, p.14).

Briggs e Burke (2004) entendem que essa discussão acerca da opinião pública vai além, pois diz respeito a uma arena na qual se dão os debates entre diferentes atores. Marcondes Filho (2002), por sua vez, enfatiza que esfera pública é diferente de opinião pública. "A esfera pública trata de ambientes abertos, de discussões democráticas (...). É a infra-estrutura para a constituição de opiniões políticas, que, em época de eleições ou plebiscito, consolida-se como majoritária. Opinião pública é a condensação das posições e das preferências num determinado momento, oriundas dos debates ocorridos na esfera pública" (MARCONDES FILHO, 2002, p. 17). Portanto, o século XVIII teria sido fundamental por estar em construção um público capaz de julgar, de comparar, sendo os passos necessários para o surgimento da argumentação crítica e racional, que estaria inserida "dentro de uma "esfera pública" burguesa liberal, a qual – pelo menos em princípio – estava aberta para a participação de todos. O estudo de Habermas é especialmente importante pela visão da mídia como um sistema (incluindo jornais, cafés, clubes e salões) no qual os elementos distintos trabalhavam em conjunto" (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 80). Já Lubenow (2007) avalia que é

> "esfera pública" (Öffentlichkeit) a categoria central da linguagem política habermasiana. É o espaço da formação democrática da vontade política, no qual são tematizados os fundamentos da vida pública e social. Ela, esfera pública, constitui um espaço de mediação fundamental entre o sistema político e administrativo, por um lado, e o mundo da vida, a sociedade civil e as instituições que mediatizam, por outro lado. Constitui uma esfera de comunicação onde os indivíduos procuram

> tematizar, processar e resolver questões problemáticas, e desejam governar suas vidas pela discussão pública em vista do entendimento e consenso, antes que por outros meios (LUBENOW, 2007, p. 13)

Um dos elementos constitutivos da esfera pública é a imprensa que, através do jornalismo[78], envolve a opinião pública. Traquina (2001, p.187) ainda lembra que foi em conjunto com a emergência de propostas democráticas nos séculos XVII e XVIII que surgiu o "conceito de uma imprensa livre como sentinela que guarda a democracia (um *Quarto Poder*[79])". Marcondes Filho (2002) acrescenta ser o jornalismo "filho legítimo da Revolução Francesa", apesar de já existirem jornais antes desse marco. O autor aponta quatro momentos perpassados pelo jornalismo que estão envoltos por mudanças tecnológicas, sociais, políticas e econômicas. A "pré-história" e o "primeiro jornalismo" estariam atreladas respectivamente ao surgimento da imprensa, no século XVII, até a Revolução na França, do século XVIII, com produção mais artesanal, seguindo até meados do século XIX, tornando-se mais político. Era um jornalismo literário, quando a mensagem, as ideologias e as diferentes formas de pensamento defendidas nos jornais interessam mais, atuando na formação da esfera pública e reivindicando pela liberdade de imprensa, do que os tendo como negócio lucrativo. Há íntima relação dessa fase com a ascensão da burguesia ao poder e a propagação dos valores da modernidade, entre elas o poder da informação e maior descentralização do saber.

> As lutas sociais ganham as ruas, a reforma eleitoral estende o direito de voto a todos os homens adultos. Os grandes partidos políticos, inclusive operários, reivindicam igualmente o poder da imprensa e meios de comunicação mais efetivos para conquista de adeptos. Surge daí em meados do século XIX, um espaço chamado de esfera pública inicialmente na Inglaterra, como movimento cartista. Depois, na França, com a revolução de 1848, contra a aristocracia de volta ao poder, ele marca o avanço das campanhas nacionalistas e socialistas. No mesmo ano, a liberdade de imprensa será reivindicação presente também na Alemanha em sua revolução de 48 (MARCONDES FILHO, 2002, p. 12).

---

[78] Genro Filho (1987) lembra existir distinção entre jornalismo e imprensa. O autor afirma que "a imprensa é o corpo material do jornalismo, o processo técnico do jornal - que tem sua contrapartida na tecnologia do rádio, da TV, etc - e que resulta num produto final, que podem ser manchas de tinta num papel ou as ondas de radiodifusão. O jornalismo é a modalidade de informação que surge sistematicamente destes meios para suprir certas necessidades histórico-sociais que (...) expressam uma ambivalência entre a particularidade dos interesses burgueses e a universalidade do social em seu desenvolvimento histórico" (GENRO FILHO, 1987, p. 113).

[79] Traquina (2001) explica que "os mídia noticiosos foram e são definidos como um *Quarto Poder*. O termo foi forjado por um inglês, em 1828, numa altura em que os primeiros teóricos de um novo sistema de governação chamado *democracia* argumentavam que os mídia noticiosos (nessa altura da história apenas a imprensa) teriam um papel fundamental e dual" (TRAQUINA, 2001, p. 189) (Citação em português de Portugal). Em relação ao papel dua,l seria o da imprensa como guardiã dos cidadãos, protegendo-os da utilização indevida de poder por governantes; e, ao mesmo tempo, seria o meio pelo qual os cidadãos iriam se munir de informações estando preparados para exercer os seus direitos e, se necessário, por onde teriam voz para expressar suas preocupações, desacordos e revoltas.

Adiante, o “segundo jornalismo”, conforme o autor, apareceria na metade do século XIX, sendo menos “romântico” e mais capitalista. Quando os folhetins se tornam negócio, empresas. Nesse período, a rotativa já havia sido inventada por Koning (1812) e essa tecnologia vinha sendo aperfeiçoada, podendo ser impresso maior número de cópias com preços mais baixos - o princípio da imprensa de massa (SOUSA, 2006). Ainda houve uma estruturação dos jornais com o suporte dos gastos pela venda de publicidade, e jornalistas vão tornando-se profissionais. Isso permite haver maior independência ideológica de governos e partidos políticos. No entanto, Marcondes Filho (2002) acrescenta que o redator se vê com menos liberdade na hora de decidir sobre pautas ou a respeito de como abordá-las. “A tendência – como se verá até o final do século 20 – é a de fazer do jornal progressivamente um amontoado de comunicações publicitárias permeado de notícias” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 14). Também foi na primeira metade do século XIX despontam as primeiras agências de notícias como a Havas, em Paris; a Reuters, em Londres; e a Wolff, na Alemanha.

Já o “terceiro jornalismo”, iniciado por volta dos anos de 1900 até 1960, é descrito como o de monopólio pelo autor e quando as empresas jornalísticas tomam proporções que somente grandes crises, conflitos entre países ou governos autoritários ofereceram obstáculos a sua manutenção. Passa a existir o domínio da informação por conglomerados. Há a consolidação do jornal como negócio. A notícia passa a ser seu principal produto de venda, com aprimoramentos visuais, de formato e de conteúdo para atrair o público e os anunciantes. A “última fase do jornalismo” é vista por Marcondes Filho (2002), como algo que quase deixa de ser jornalismo. Ele expõe não serem mais as notícias apenas os fatos de um acontecimento, descritos tendo como premissa a verdade e o servir à sociedade, mas apresentam material de assessoria de imprensa, textos com tom publicitário como sendo jornalísticos. Ainda a imagem, cada vez mais, passa a ter maior importância. Nesse período, a tecnologia proporciona mais agilidade na comunicação global, com agências de notícias e as ligações em rede possibilitadas pelo avanço da tecnologias de informação e comunicação. Na visão de Marcondes Filho (2002), essas mudanças são algo negativo para os jornalistas, pois perderam postos de trabalho e características como a de reportar os acontecimentos, analisar e comentar a notícia.

Pode-se avaliar que o desconforto do autor está muito relacionado à adaptação ao novo momento vivenciado na contemporaneidade, quando há uma transição da sociedade moderna para a pós-moderna. Piccinin (2007) interpreta que as três primeiras fases apresentadas estariam dentro da Era Moderna, enquanto o

> o quarto momento ou o quarto jornalismo, no entanto, em correspondência com uma série de eventos e mudanças que vão demarcar também uma nova etapa da experiência em sociedade, diz respeito, (...) à contemporaneidade ou à Sociedade em Rede. A fase que começou em 1970 e estende-se até os dias atuais, frente às profundas e rápidas alterações que têm marcado esse período, tem representado para a sociedade e, também para o jornalismo, a maior transformação já registrada desde seu surgimento como prática profissional até agora (PICCININ, 2007 p. 88).

Ao encontro dessa perspectiva, Berger (2002b) coloca que, no atual momento o jornalismo estaria ligado "ao impacto das imagens – o jornalismo de TV que se alastra como conceito para o jornalismo impresso – e a inversão de papéis profissionais: o jornalista (senhor dos relatos) não descobre mais os fatos, mas é buscado pelos interessados em versões" (BERGER, 2002b, p. 147). No entanto, a autora evidencia não haver jornalismo descolado da problemática social, pois o que acontece interessa socialmente. O que as pessoas pensam, apreciam, opinam faz parte do circuito midiático. À medida que os fatos selecionados entram nesse circuito, eles reverberam, repercutem e são reproduzidos, inserindo-se "em uma lógica de consonância entre meios e receptores (a tendência à consonância significa que os meios transmitem as opiniões majoritárias e que ao transmiti-las as está referendando). A mídia é um espaço privilegiado também para contestar o poder ou para a multiplicação das ideias contrárias a ele" (BERGER, 2002b, 156).

Nesse sentido, a imprensa ocupa um local de peso junto aos demais meios. Também pode-se levar em consideração o fato de a democracia no século XX ter sido exposta como "a única idéia capaz de garantir o exercício legítimo do poder político" (THOMPSON, 2001, p. 216), sendo imprescindível nesse sistema a imprensa livre. No entanto, Thompson (2001) reforça que a democracia, na modernidade, desponta com nuances que a distinguem radicalmente da democracia ateniense, a qual buscava a autogestão do cidadão.

> Para os primeiros pensadores políticos modernos, democracia foi concebida principalmente como uma maneira de organizar o poder político dentro da estrutura do emergente estado nacional. (...) um mecanismo pensado para assegurar algum grau de responsabilidade dos governantes perante aqueles que eles governavam. Tendo em vista a variedade de estados nacionais e a vastidão das populações circunscritas por eles, seria difícil de qualquer maneira ver como a democracia poderia ser praticamente implementada no mundo moderno, senão através de uma forma representativa. Além disso, o desenvolvimento de instituições de democracia representativa nos estados nacionais emergentes veio associado ao desenvolvimento da economia de mercado e de instituições econômicas autônomas, organizadas em base capitalista. Embora a conexão entre democracia representativa e a economia capitalista possa ter sido historicamente contingente, hoje ficou cada vez mais difícil imaginar como um regime democrático poderia existir efetiva e duravelmente sem um mercado livre e orientado para o desenvolvimento da economia (THOMPSON, 2001, p. 216-217).

Traquina (2001) ainda alega que essa democracia tem sua sobrevivência vitalmente associada à liberdade da imprensa, da mesma maneira que um regime de exceção jamais permitiria uma imprensa livre. Matos (2008) contribui para a discussão, ao utilizar o conceito de democracia, trazido por Bobbio, em que as decisões coletivas devem acontecer a partir da maior participação das partes interessadas. Sendo assim, uma sociedade mais democratizada ou democraticamente mais desenvolvida precisaria contar com o surgimento de novos atores que, juntos com seus valores e ideias, busquem ocupar novos espaços políticos e sociais. Ela afirma que, partindo dessa concepção, mais formas de inclusão social e política e a diminuição da desigualdade econômica têm conexão direta com a democracia. "O Estado democrático maduro não oprime ou marginaliza a oposição e a discordância, mas reconhece a existência de conflitos e do contraditório, e trabalha para superar as divisões que existem na sociedade, estendendo sempre que possível várias formas de direitos para os novos grupos que assim o exigem" (MATOS, 2008, p. 12).

Percebe-se que Matos (2008) apresenta uma perspectiva mais alinhada ao que Ribeiro (2002) explica ser a *democracia da diferença*. "Seu eixo é o respeito ao outro como diferente, em seu modo de ser e em suas escolhas. Por isso não vê a unanimidade como possível – nem desejável" (RIBEIRO, 2002, p. 56). Já Thompson (2001), no trecho anterior, teria identificação maior com a *democracia como valor*. "Ela é emancipação. Tem conteúdos determinados: a justiça é o principal deles. Os direitos humanos valem por seu caráter universal. (...) A ficção da unanimidade ajuda a destruir o velho e a criar o novo. (...) Bom para a revolução, ele é ruim para o Estado" (RIBEIRO, 2002, p. 56-57). Levando em consideração o surgimento dos municípios na década de 1990, seria possível pensar que toda a movimentação que envolve a busca pela emancipação estaria mais vinculada à *democracia como valor*. Isso porque pessoas e grupos organizados se valem do que Ribeiro (2002) chama de "ficção da unanimidade" para alcançar o objetivo; porém, essa se dissolve na maioria das vezes, nas primeiras eleições para o governo municipal, quando diferentes grupos políticos buscam o poder, precisando ser aplicada ou gerenciada a *democracia como diferença*.

Trabalhando no ângulo apresentado por Matos (2008), nos Estados democráticos maduros, a mídia e nela os jornais impressos, apresentar-se-iam com função central, ao mediar e promover o debate, inserindo e criando meios para o público estender sua participação no processo de decisão política. Dessa maneira, promoveria-se a ampliação de uma cidadania bem-informada, que terá condições de saber utilizar e exercer seus direitos. Mas é necessário evidenciar que a relação entre a mídia e a democracia ultrapassa esse

aspecto: "(...) se refere também à inclusão de mais atores na esfera pública; à democratização dos discursos da mídia e às práticas jornalísticas; à proliferação de diversos canais de comunicação e acesso de maiores segmentos da população ao debate de qualidade e aos meios de produção" (MATOS, 2008, p. 13). A autora complementa, dizendo que os sistemas de comunicação, nas democracias liberais, são fundamentais para que as pessoas possam exercer de forma completa os direitos de cidadania. Porém, a concentração da mídia, em escala mundial, com os conglomerados transnacionais, juntamente com a pressão exercida sobre os veículos de comunicação, para que os lucros e a audiência sejam cada vez maiores, acabam por enfraquecer a habilidade de grupos nacionais em manter o comprometimento com o interesse público.

A pesquisadora continua expondo que preocupações têm surgido em relação às limitações da imprensa e demais meios de comunicação em produzir informação de qualidade. Aponta ainda apreensões quanto ao abuso de poder exercido por proprietários dos meios de comunicação e acionistas, e quanto ao estrangulamento de pequenas e médias corporações por grandes empresas, devido à competição muito desigual. Diante deste quadro, a teoria liberal da mídia, apontou algumas ideias democráticas como fundamentais para o funcionamento correto da grande imprensa nas sociedades capitalistas, procedentes da teoria de responsabilidade social e das indicações da Comissão de Liberdade de Imprensa, de 1947. Dentre as principais funções exigidas dos meios de comunicação destacadas pela autora, estão,

> passar informação "objetiva" aos cidadãos e aos diversos grupos de interesse da sociedade; exercer vigilância crítica das atividades de Estado ou realizar a função "cão de guarda", ou seja, de fiscalização ostensiva; estimular uma arena de debate público significativo e de qualidade em torno de políticas públicas que afetarão a sociedade e servir como plataforma de acesso a grupos e políticos para que apresentem suas posições, bem como funcionar como uma espécie de arma cultural e educacional para que os cidadãos tenham conhecimento de sua nação e do mundo (BLUMLER e GUREVITCH, 1995 apud MATOS, 2008, p. 15).

No entanto, para fazer valer todas essas exigências, inúmeros obstáculos precisam ser superados. Matos (2008) revela que a própria Comissão acabou recomendando maneiras de interferência governamental para garantir os mecanismos da democracia e cita os quatro impedimentos que Blumler e Gurevitch (1995) listam a respeito desses ideais liberais da mídia, dentro do exercício diário de atuação dos veículos de comunicação:

> a) as tensões entre dar ao público o que ele quer *versus* o que ele precisa saber; b) a distância entre o mundo político de elite, retratado na mídia, e os problema de acesso e participação para os cidadãos comuns; c) a implicação de que uma mídia democrática deve servir tanto a um público interessado em política como a um

> público apolítico, que continua a crescer; e d) a capacidade da mídia de perseguir valores democráticos é limitada porque essa função é quase sempre incompatível com o meio sociopolítico e econômico no qual a grande imprensa encontra-se inserida (BLUMLER e GUREVITCH, 1995 apud MATOS, 2008, p. 15).

Mesmo sendo reconhecidas as limitações enfrentadas pelos veículos de comunicação, permanecem válidas as funções exigidas pela teoria liberal da mídia, em especial, o papel de "cão de guarda" e o profissionalismo. Porém, Matos (2008) esclarece que, em democracias recentes, como a brasileira, "não é a função "cão de guarda" ou o regime da "objetividade" que põem em risco os compromissos públicos dos meios de comunicação, contribuindo para o declínio do engajamento cívico, mas sim, a mercantilização excessiva e/ou o autoritarismo político" (MATOS, 2008, p. 16). Nisso, está abarcada a construção, ao longo das décadas, da imprensa e dos demais veículos que compõem a mídia brasileira, envolvendo dimensões históricas, culturais, sociais e econômicas. Além dessa dimensão exposta, há um aspecto trazido por Ianni (2000), que pode ser considerado a chave para compreender essa relação da comunicação e da democracia.

O estudioso discorre sobre o que seria, na atualidade, o "Príncipe Eletrônico", fazendo alusão primeiramente ao livro escrito por Maquiavel, no século XVI, "O Príncipe", o qual inaugura o pensamento político moderno, passando pela reflexão desenvolvida por Antônio Gramsci, em "O moderno príncipe", do século XX. Na perspectiva de Ianni (2000), o "Príncipe Eletrônico" já não se utiliza de uma pessoa, de uma figura política para fazer valer as decisões (Maquiavel), nem são os partidos políticos as figuras mais relevantes (Gramsci). Porém, na contemporaneidade, ele seria

> uma entidade nebulosa e ativa, presente e invisível, predominante e ubíqua, permeando continuamente todos os níveis da sociedade, em âmbito local, regional e mundial. É o *intelectual coletivo e orgânico* das estruturas e blocos de poder presentes, predominantemente e atuantes em escala nacional, regional e mundial, sempre em conformidade com os diferentes contextos socioculturais e político-econômicos desenhados no novo mapa do mundo.
> (...) O príncipe eletrônico expressa principalmente a visão de mundo prevalecente nos blocos de poder predominantes, em escala nacional, regional e mundial, habitualmente articulados. (IANNI, 2000, p. 148-149).

O "Príncipe Eletrônico" tem um viés perpassando a imprensa e a mídia como um todo, no sentido destes trabalharem com a opinião pública, consenso democrático e influenciar nas interações sociais de uma sociedade civil mundial, que estaria em construção. Esse príncipe estaria edificando uma "ágora eletrônica", na qual seria a presença virtual, individualizada e anônima no modo de participação. Ianni (2000, p. 161) diz que "o príncipe eletrônico pode ser visto como uma das mais notáveis criaturas da mídia, isto é, da indústria cultural", porque se

molda e adapta às diferentes situações, permeia e influencia as esferas sociais, políticas e econômicas. Portanto, nos tempos atuais, este novo príncipe precisa dos meios de comunicação e da tecnologia digital para se articular.

2.2 Imprensa no Brasil

É consenso entre os estudiosos que a imprensa surgiu no Brasil Colônia (1500-1822) tardiamente – somente no início do século XIX - em comparação com as colônias hispânicas vizinhas. Melo (2003) diz existir os que vinculam esse atraso à dominação política do poder lusitano, o qual preferia manter a colônia na ignorância e dependente. No entanto, o autor acredita que, pensando dessa maneira perde-se o real foco da problemática existente na época e o qual repercute nos dias atuais. "Os obstáculos que se antepuseram ao surgimento prematuro da imprensa na antiga colônia portuguesa, são os mesmos que impedirão um crescimento das atividades editoriais e jornalísticas no Brasil independentes" (MELO, 2003, p. 24). Esses obstáculos, além da questão política de controle de Portugal sobre a colônia, seriam muito mais o analfabetismo; o comércio e a indústria em grau de desenvolvimento insípido na época; a baixa concentração urbana e nível cultural das elites – verificada pela dificuldade de se implantar a universidade como visto anteriormente no item 1.3 – o sistema escravocrata, além da precariedade das vias e meios de transporte. O pesquisador comenta que a "predominância contemporânea da cultura oral sobre a cultura impressa, em nosso país, representa um prolongamento dessa questão (...)." (MELO, 2003, p. 25).

Luiz Beltrão, em prefácio ao livro de Melo (2003), deixa claro que a situação era diferente nas colônias lusitanas da Índia e China, da mesma forma que na maioria das colônias espanholas e nas inglesas da América, onde universidades surgiram ainda no período colonial e havia certa dinâmica cultural. Essas condições estão ausentes no país, segundo Beltrão (2003) até o princípio do século XIX, vindo a ser modificadas com a chegada da Corte Portuguesa ao Rio de Janeiro, fugindo do exército de Napoleão Bonaparte, em 1808. Essa mudança vai se refletir em locais como Bahia, Minas Gerais e São Paulo, nos quais se concentravam os intelectuais e a população tinha atingido certo nível de desenvolvimento no plano urbano, comercial e industrial.

Lage (1982) divide, de forma mais geral, em quatro períodos o surgimento da imprensa e o estabelecimento do jornalismo no país. Afirma que o primeiro momento foi de atividade panfletária e polêmica, ao longo do Primeiro Reinado e Regências; seguido por

período de atividade predominantemente literária e mundana, durante o Segundo Reinado. Com a Primeira República, passa a existir a formação empresarial. O século XX "é marcado por oposições aparentes do tipo nacionalismo/dependência, populismo/autoritarismo, tanto quanto pelo uso intensivo da comunicação no controle social" (LAGE, 1982, p. 29). A periodização do autor alcança apenas até o ano da publicação de seu livro (1982), mas ainda é possível acrescentar um quinto momento, a partir de 1988, com a nova Constituição, em especial, com a solidificação da redemocratização do país nos anos 1990 e a disseminação das tecnologias da informação e comunicação de maneira mais enfática, nessa última década do século XX.

No princípio, a imprensa no Brasil surge quando instalada a imprensa régia e fundado jornal *Gazeta do Rio de Janeiro* – que é criado juntamente com outras medidas governamentais em 1808, "capazes de proporcionar o apoio infra-estrutural para a mobilização das atividades da Coroa Portuguesa, aqui instalada de modo provisório" (MELO, 2003, p. 88). Portanto, os motivos da criação e desenvolvimento primeiro da imprensa nas terras tupiniquins não foram mobilizações sociais, mas algo estritamente oficial e sob o rígido controle do Reino. Em contrapartida a essa imprensa, há o *Correio Braziliense*, como o primeiro jornal brasileiro, porém editado em Londres[80] por Hipólito José da Costa, de 1808 a 1823. Isso porque foi somente em 1822 abolida a censura prévia no Brasil colônia. A família real retornou a Portugal, em 1821, mas D. João VI deixou em seu lugar, no Brasil, o filho D. Pedro, como príncipe regente. Após o processo de Independência, em 1822, esse passou a ser Imperador. Sodré (1998) expõe que, nos anos seguintes, passam a existir condições materiais mínimas para o desenvolvimento da imprensa brasileira, mas não condições políticas. Surgem jornais que duram poucas edições; outros são de conteúdo oficialesco.

Ao longo do século XIX, diversos jornais foram publicados, muito na lógica do *primeiro jornalismo* descrito por Marcondes Filho (2002): literários, ideológicos, partidários. Mais para o final daquele século, alguns já percebiam a possibilidade da imprensa como negócio[81]. O autor comenta que, nesse período, houve avanços e retrocessos no

---

[80] Segundo Morel e Barros (2003), desde 1778, outros periódicos produzidos na Europa eram lidos regularmente no Brasil, como a *Gazeta de Lisboa*. Porém, apesar de informar e trazer opiniões, não continha debates ou divergências políticas.

[81] Alguns jornais, nascidos nesse período, existem até hoje como o *Jornal do Brasil*, de 1891, que em agosto de 2010 passou a ter apenas a versão online na internet; *O Estado de S. Paulo* fundado com base nos ideais de um grupo de republicanos 1875, chamando-se *A Província de São Paulo*; e o *Jornal do Comércio*, criado em 1827, e que, mais tarde, passou a se chamar *Jornal do Commercio*, foi incorporado pelos Diários Associados de Assis Chateaubriant, passou por outras modificações, mas permanece em atividade. Lage (1982, p. 30) lembra que,

desenvolvimento da imprensa. A proclamação da República, em 1889, na opinião de Sodré não modificou o desenvolvimento da imprensa.

> Os grandes jornais continuaram os mesmos, com mais prestígio e força os republicanos, com mais combatividade os monarquistas. Não surgiram de imediato grandes jornais novos: só em 1891 apareceria o *Jornal do Brasil*. Multiplicaram-se os pequenos, os órgãos de vida efêmera, mas isso sempre acontecera e continuaria a acontecer nas fases de agitação, desaparecendo em seguida (SODRÉ, 1998, p. 251).

O autor cita, ainda, o a visão do correspondente de um jornal parisiense, Max Leclerc, sobre a imprensa brasileira em 1889, que entre outras observações afirma: "A imprensa em conjunto não procura orientar a opinião por um caminho bom ou mau; ela não é um guia, nem compreende sua função educativa; ela abandona o povo à sua ignorância e à sua apatia" (SODRÉ, 1998, p. 152-253). Durante a Primeira República (1889-1930), houve revoltas que foram sufocadas militarmente[82] e adiante se viu a política do Café com Leite, quando se revezavam no poder representantes do Partido Republicano Paulista (PRP), e do Partido Republicano Mineiro (PRM), de São Paulo, estado com grande produção de café, e Minas Gerais produzia leite. Esses controlavam as eleições e tinham o apoio da elite agrária de outros estados. Para a imprensa, foi período de passagem à construção da "empresa jornalística cada vez mais complexa e cada vez mais inserida na complexidade de estrutura social em mudança, emergindo progressivamente a burguesia" (SODRÉ, 1998, p. 288). Foi período em que surgiram jornais de grande porte, alguns que circulam até hoje, como a *Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo, Correio do Povo* e *Jornal do Brasil*. Foi quando os impressos, mais afinados com a concepção de jornais-empresa, buscavam por tiragens cada vez maiores, as quais traziam mais anunciantes. Houve um fortalecimento da imprensa nacional e dava-se inicio à profissionalização da produção impressa. Aos poucos, a notícia se tornaria a matéria-prima principal dos jornais. Estes iriam se adequando a padrões industriais de produção com técnicas e código lingüístico a serem seguidos (LAGE, 1987).

As revistas, da mesma forma, desenvolveram-se. A primeira revista brasileira de que se tem conhecimento era chamada *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, criada em 1812, em Salvador, com características similares às de um livro, sem ser noticiosa. Ao longo do século XIX, outras publicações desse tipo "nasceram" e "morreram", evoluindo em formato,

---

nesse período, estavam presentes nas redações personalidades como "Machado de Assis, José de Alencar, Raul Pompéia, José Veríssimo e, entre os correspondentes estrangeiro da época Joaquim Nabuco, Quintino Bocaiúva, José do Patrocínio, Artur Azevedo, Rui Barbosa".

[82] Entre elas, esteve a Guerra de Canudos, no sertão baiano, de 1896 a 1897, a qual teve a cobertura antológica do jornalista Euclides da Cunha (LAGE, 1982).

conteúdo e nichos de mercado atendidos. Tudo conforme a tecnologia e a profissionalização disponível em cada época. Nesse sentido, no início do século XX, acompanhando o momento social e econômico do país, os jornais passam a diferenciar o que era literário do que era noticioso, havendo uma gradual ruptura entre os estilos. Segundo Nascimento (2002), as revistas ganhariam definição e espaço diferenciado em comparação com os jornais, passando a conter, em especial, textos literários. Algumas revistas desse período são a *Fon-Fon* (1907), *A Cigarra* (1913), *Selecta* (1915). Mas, como ressalta a autora, é com a revista *O Cruzeiro* (1927-1975) que o marco do jornalismo em revista. Vêm a seguir a revista *Diretrizes* (1938), criada por Samuel Weiner; *Manchete* (1957-2000), de Adolph Block; *Realidade* (1966-1976), da editora Abril; e *Veja* (1968), também da Abril. Na atualidade, outras revistas semanais de informação existem, entre elas destaca-se *IstoÉ* (1976) instalada por Mino Carta, e *Época* (1998), da editora Globo.

Ainda no século XX, foi em 1908 criada a Associação de Imprensa, atual Associação Brasileira de Imprensa (ABI). Essa mesma associação, naquele ano, reivindicava a criação de um curso para que houvesse qualificação na formação do jornalista. Entretanto, foi a necessidade mercadológica, ou seja, das empresas de serviço de comunicação e das corporações profissionais que pressionaram o surgimento da primeira escola de jornalismo em 1947 e, conseqüentemente, a regulamentação profissional do jornalista, em 1969[83] (MELO, 1992). Mas foi por volta de 1928, que

> se desenvolve, ao lado da grande imprensa, da imprensa capitalista, a pequena imprensa, a imprensa proletária, sob condições extremamente difíceis. (...) Assim, na imprensa, quanto aos órgãos, revistas e jornais, o que existe, agora, é uma imprensa de classe: ou da classe dominante, ou da classe dominada, com todos os reflexos que essa divisão proporciona à atividade dos periódicos e do periodismo (SODRÉ, 1998, p. 323).

Mas ainda se fala de uma imprensa que está muito mais viva nos núcleos urbanos de alguns estados, principalmente, em São Paulo e Rio de Janeiro. "Nos outros Estados, a imprensa estava ainda em transição da fase artesanal para a fase industrial, no início do século

---

[83] No entanto, o ensino superior no Brasil, de forma geral, com o regime militar (1964-1985), passou por uma crise institucional devido à censura, apesar de sua expansão, pois universidades federais foram criadas fora das capitais, durante esse período, em um movimento de interiorização do ensino superior, como visto no capítulo 1. Em relação ao registro profissional de jornalista no Brasil, até o dia 17 de junho de 2009 para conseguir este registro, era necessário ter formação universitária em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo. Após esta data, conforme resolução do Supremo Tribunal Federal, qualquer pessoa pode solicitar o mesmo. No entanto, existe movimento que busca a aprovação no Congresso Nacional do substitutivo à Proposta de Emenda Constitucional 33/09 – a PEC do Diploma, reiterando a necessidade do diploma de jornalista para exercer a função.

XX; são raros os jornais de província com estrutura de empresa" (SODRÉ, 1998, p. 324). E o autor relata que a política permanece sendo o carro-chefe dos assuntos em pauta nesses periódicos menores, porém, assumindo sentidos, muitas vezes, pessoais e pejorativos. Seria com o pós-guerra que transformações importantes viriam para a imprensa. Ela se estrutura definitivamente como empresa capitalista, vindo a serem criadas inúmeras revistas e jornais[84], em meio a movimentos militares insatisfeitos e campanhas políticas perpassadas de violência. Nos anos de 1920, surge o rádio no Brasil, começando a expandir a sociedade de consumo. Caparelli (1986) explica que o novo veículo influenciou modificações

> nas relações do poder, enquanto o jornal foi decisivo para mobilização das camadas cultas para a abolição da escravatura e proclamação da República; o rádio teve ressonância popular no período que antecedeu os anos 30. (...) Mas, de modo geral, eram os jornais que faziam campanhas mais bombásticas, deixando para o rádio comentários e notícias mais moderadas dos acontecimentos. Os grupos no poder já conheciam o seu alcance e temiam que se transformasse numa força de consequências imprevisíveis, caso mobilizasse as massas urbanas que cresciam rapidamente (CAPARELLI, 1986, p. 80-81).

Tudo isso, na visão de Sodré (1998), preparava a Revolução de 1930, desembocando na Era Vargas (1930-1945), com a formação do Estado nacional. A questão nacional abrange também os anos 1950, quando Vargas retorna ao poder, por voto popular, em 1951, permanecendo até 1954, quando se suicidou. Nesse período, a imprensa, já consolidada como grande empresa, estava em busca das grandes tiragens para as massas e precisava fazer altos investimentos na importação de equipamentos para impressão e de papel. Ortiz (2001) lembra, todavia que, se os anos 40 são entendidos como os anos de início de uma "sociedade de massa", essa percepção se dá muito mais porque estava em formação uma sociedade urbano industrial. Na área política no Brasil, via-se uma consonância com o cenário internacional, onde estavam em ascensão regimes direitistas e ditatoriais, com Benito Mussolini, na Itália (1922-1943); António Salazar, em Portugal (1932- 1974); e Adolf Hitler, na Alemanha (1933-1945); e Francisco Franco, na Espanha (1939-1976). No Brasil, Getúlio Vargas instaura o Estado Novo (1937-1945). Junto com esse regime ditatorial, veio a censura à imprensa, invasão de redações, perseguições, fechamento de publicações, criação de um órgão censor, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), entre outras ações opressoras.

---

[84] Em 1924, Assis Chateaubriand adquiriu seu primeiro impresso, *O Jornal*. Ele foi responsável pela criação do primeiro oligopólio da informação no Brasil, que entrou em decadência com a sua morte, em 1968, mas ainda existe (CAPARELLI, 1986). Ainda nesse princípio do século XX, surgem jornais que continuam em circulação como *O Globo*, da família Marinho, e *O Diário de Notícias*, fundado por Orlando Ribeiro Dantas (SODRÉ, 1998).

> O irrompimento da segunda Guerra Mundial, em 1939, teria reflexos muito profundo no Brasil: na fase inicial, de avanço vitorioso e irresistível das forças nazistas, fascistas e nipônicas, esses reflexos foram no sentido de fortalecer o regime totalitário aqui dominante; o Brasil adotou posição neutra, o noticiário da imprensa e rádio mostrava isso; a partir da entrada dos Estados Unidos no conflito, em 1941, aqueles reflexos se fizeram em sentido oposto; a entrada do Brasil na guerra, no segundo semestre de 1942, foi, realmente, a consolidação dessa mudança: o Estado Novo começou a deteriorar-se rapidamente. No decorrer dessa evolução, a imprensa teve condições para desafogar progressivamente as suas manifestações. A maioria dos jornais tomou o partido dos países que combatiam o nazi-fascismo: a propósito do que ocorria no exterior, as críticas visavam o que acontecia no próprio Brasil (SODRÉ, 1998, p. 383).

Essa é a época do terceiro jornalismo, com a formação de monopólios da comunicação e de maior presença da radiodifusão, muito utilizado pelos regimes totalitários para divulgar suas ideias. Como ressaltam Briggs e Burke (2004, p. 222) "o microfone tornou-se arma poderosa". No Brasil, o Estado manteve o monopólio da radiodifusão, controlando as licenças de canais, situação ainda atual. Essas concessões às emissoras de rádio, muitas vezes, acabaram sendo "moeda" de troca do Governo com políticos. Caparelli (1986) acrescenta que Getúlio Vargas foi o primeiro governante brasileiro a perceber o alcance ideológico possível através do rádio, um veículo de grande alcance populacional independente de quem ouvia ser alfabetizado, algo estratégico para a política do período. Pode-se dizer que esse ponto é válido na atualidade, também por ser uma mídia bastante utilizada pelas camadas mais pobres da população, mas no Brasil, a televisão ocupa o papel de principal disseminadora ideologias.

> Pela primeira vez se descobria nos meios de comunicação uma indústria da consciência. Os governos deles se apoderaram cada vez com maior frequência, a fim de manipular a opinião pública. E, a cada novo golpe de Estado, as populações dos países subdesenvolvidos viram que as forças rebeldes não iam mais ocupar as empresas da indústria pesada, de muito maior importância econômica, mas os estabelecimentos da industrialização da consciência, conforme expressão do sociólogo Hans Magnus Enzensberger. As principais unidades dessa nova indústria era o rádio, o jornal e, mais tarde, a televisão (CAPARELLI, 1986, p. 82).

Ortiz (2001) ressalta que a sociedade brasileira, após a Segunda Guerra Mundial, passa a se modernizar em diversos setores. A ressonância disso está nos fenômenos como o

> crescimento da industrialização e da urbanização, a transformação do sistema de estratificação social com a expansão da classe operária e das camadas médias, o advento da burocracia e das novas formas de controle gerencial, o aumento populacional, o desenvolvimento do setor terciário em detrimentos do setor agrário. É dentro desse contexto mais amplo que são redefinidos os antigos meios (imprensa, rádio e cinema) e direcionadas as técnicas como a televisão e o *marketing* (ORTIZ, 2001, p. 39).

Porém, o autor lembra que esta fase é descrita por economistas como de industrialização restrita. Ortiz (2001) diz que o rádio não alcançou a dimensão integradora,

predicado das indústrias culturais, tendo sido sua exploração no âmbito do mercado regional, vindo a excluir um número expressivo da população. Para Bahia (1990), os melhores anos do rádio, no Brasil, estiveram entre 1920 e 1970. Ele destaca quatro etapas perpassadas por essa mídia: "a dos locutores e apresentadores; a dos cantores; a da rádionovela; e a da informação" (BAHIA, 1990, p. 200). Em 1936, entra no ar a Rádio Nacional, no Rio de Janeiro, a qual, conforme o autor, dominou o meio radiofônico no período e foi por onde se abriu passagem para o radiojornalismo.

O rádio tinha estreitas relações com as multinacionais, através das agências de propaganda internacionais, em especial dos Estados Unidos, que vêm se instalar no Brasil para atender a essas grandes empresas. "A relação entre rádio e publicidade é orgânica. (...) o sistema radiofônico caracteriza-se através do processo de comercialização. Por isso, o campo do rádio tem nas agências de publicidade, que controlavam as verbas dos anúncios, um dos seus pólos de estruturação" (ORTIZ, 2001, p. 84). Tanto que os programas vinham com o nome do patrocinador. Entre os programas de notícias, havia o popular jornal radiofônico *Repórter Esso*, da Rádio Nacional, criado em 1941, para informar a população sobre os acontecimentos da Segunda Guerra Mundial (ROMANCINI; LAGO, 2007). Os informes eram preparados pela *United Press International* (UPI) e foi transmitido ao longo de 27 anos.

Em 1950, é instalada a TV Tupi-Difusora de São Paulo; em 1951, a televisão expande-se para o Rio de Janeiro; 1955, Belo Horizonte; 1959, Porto Alegre (ORTIZ, 2001). Caparelli (1986) defende que a televisão teve duas grandes fases e, entre elas, um momento de *transição*. A *primeira fase* inicia em 1950 e vai até 1964, quando instaurada a ditadura militar. Teria sido momento em que, no bojo do desenvolvimentismo proposto pelo presidente da República, Jucelino Kubitschek (1956-1961), a TV fez a ligação entre a indústria de bens culturais e a indústria de bens tradicionais, voltados para o consumo. Foi período do império de Assis Chateaubriand[85], com a Rede Associadas, da adaptação do público ao novo veículo, dos altos preços do televisor, de expandir as transmissões para além do Rio de Janeiro e São Paulo, da improvisação de programação, da falta de profissionalização, da adaptação para a televisão de programas feitos para o rádio, inclusive os jornalísticos. Ortiz (2001) aponta a relação profissional intercambiente da produção radiofônica/televisiva e os meios

[85] Ele criou os Diários Associados, com 36 jornais, 18 revistas, inclusive com a recordistas de tiragem no período *O Cruzeiro*, 36 rádios e 18 emissoras de televisão, também tendo sido pioneiro na instalação da televisão no Brasil.

publicitários daquele período, de precária mão de obra, com pequeno conhecimento técnico e artístico.

O autor traz depoimentos de pessoas as quais vivenciaram esse período e exprime que o não profissionalismo dos trabalhadores "pioneiros" da televisão no Brasil acabou por gerar uma gratuidade do trabalho realizado e exigia grande criatividade, porque não havia modelo a ser seguido, ou seja, as pessoas precisavam "fazer acontecer". Apesar desses aspectos negativos, Ortiz (2001) salienta pontos positivos, como a diversidade de experiências, o experimentalismo, a busca de soluções novas. Mas lembra: muito desse 'amadorismo" era permitido por não estar instaurada, realmente, a sociedade de consumo. No entanto, essa situação apresenta *transição* para um novo momento. Essa *transição* foi dividida por Caparelli (1986) em três situações: "O acordo feito pela Rede Globo com a Time-Life [norte-americano]; ascensão e queda da tevê Excelsior (...); e o declínio da Rede Associada. (...) A Globo, através da Time-Life, entrava num acentuado modo racional e capitalista de produção, com técnicas administrativas das mais modernas" (CAPARELLI, 1986, p. 13).

A *segunda fase* inicia-se em 1964 e vai até o final dos anos de 1980. Nesse período há inúmeras mudanças políticas, econômicas e culturais. O mercado de bens culturais consolida-se. A televisão passa a ser o "único meio de comunicação [de alcance] verdadeiramente nacional, enquanto o rádio adquiria características locais e a imprensa, regionais" (CAPARELLI, 1986, p. 12). Em 1969, surge o primeiro *Jornal Nacional*, na Rede Globo, sendo transmitido para todo o país. A programação se dividia, principalmente, entre telenovelas e telejornais. A influência norte-americana no fazer jornalismo foi a que teve mais peso, caracterizada pela objetividade, utilização do *lead*, pirâmide invertida, etc. Como explica Lene e Castro (2006, p. 2) "sob as novas condições do mercado, os ideais da objetividade e da neutralidade suplantaram os da opinião e do julgamento crítico". Também pelas condições do regime político no qual se vivia. Pode-se acrescentar que o jornalismo, para a televisão, foi estratégico. Colaborou na construção da credibilidade do veículo, legitimando-o como agente que influi e forma a opinião pública. Com as suas imagens, transmite a ideia de que retrata "fielmente" os acontecimentos.

Segundo Ortiz (2001), a ditadura militar, além de trazer consigo a censura, o exílio, as repressões; instaura no país o capitalismo tardio: a economia entra, cada vez mais, no processo de internacionalização do capital. O reflexo dessa reorientação econômica do ponto de vista cultural é imediato, porque, "paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial de produção de cultura e o

mercado de bens culturais" (ORTIZ, 2001, p. 114). No entanto, o estudioso elucida que essa indústria de bens culturais, da mesma forma que a imprensa, teve que se ajustar à censura. Ele explica ser preciso compreender que a censura tem duas feições:

> uma repressiva e outra disciplinadora. A primeira diz não, é puramente negativa; a outra é mais complexa, afirma e incentiva um determinado tipo de orientação. Durante o período de 1964 a 1980, a censura não se define exclusivamente pelo veto a todo e qualquer produto cultural; ela age como repressão seletiva que impossibilita a emergência de um determinado pensamento ou obra artística. São censuradas as peças de teatro, os filmes, os livros, mas não o teatro, o cinema ou a indústria editorial. O ato censor atinge a especificidade da obra, mas não a generalidade da sua produção (ORTIZ, 2001, p.114).

Ainda é reveladora a questão da propaganda que se desloca do rádio e dos jornais para a televisão, além de ter sido através dela que o complexo de comunicação se formou no país. Em 1979, a TV era detentora de 50% da fatia de publicidade do mercado brasileiro (CAPARELLI, 1986). A televisão também foi o meio de produção ideológico-político legitimando o governo militar e a Doutrina de Segurança Nacional. Como destaca o autor, o Estado detinha o monopólio das telecomunicações e era o presidente da república que definia quem exploraria a título precário os canais, sendo uma forma de controle da televisão e de seu conteúdo (CAPARELLI, 1986, p. 12). Sodré (1998) reforça o quanto a liberdade de imprensa acaba por ser condicionada, na sociedade capitalista, pelo capital, ficando evidente depender do grau de recursos financeiros que a empresa tem, o seu grau de (in)dependência das agências de publicidade. Também contribui para essa questão Bucci (2009, p. 14), em relação à imprensa. Na visão do autor, "só há informação de qualidade no palco se a independência for a regra nos bastidores". Ele comenta que:

> a imprensa se relaciona com outros campos da comunicação como a publicidade, o entretenimento, os governos, as assessorias de imprensa, as ONGs etc. Os sistemas se conectam em relações que envolvem interdependências recíprocas, mas, sobretudo aí, há que se observar a premissa da independência em alto grau – caso contrário, a interdependência será apenas um termo eufemístico para esconder a reles submissão de um sistema a outro. Também na imprensa, portanto, a palavra independência é nuclear. Aliás, hoje, para o jornalismo, ser independente talvez seja ainda mais necessário (BUCCI, 2009, p. 13-14).

O pesquisador acrescenta ser possível avaliar essa independência ao se conferir de onde vem o dinheiro que sustenta o veículo, ao verificar a carteira de anunciantes e se algum deles tem peso tão importante que, ao deixar de ser cliente, pudesse vir a comprometer a sustentabilidade econômica da empresa. Isso significaria dependência em relação a esse anunciante.

Finalizando a questão das fases da televisão no país, não há como deixar de acrescentar existir um *terceiro* momento a partir dos anos de 1990. Nele, insere-se a redemocratização, a abertura de mercado, a popularização das tecnologias digitais e da internet, crescimento da alfabetização, questões já abordadas no capítulo 1. Esse momento convergente tem reflexo direto no modo de produção jornalístico e nos conteúdos da mídia eletrônica a impressa.

Mas antes de falar sobre as décadas recentes, é importante tratar a respeito do comportamento da imprensa a partir dos anos 1950, após instalação da televisão e as mudanças econômicas já observadas a partir dos anos 1960. Abreu (2002, p. 8) diz que "até os anos 50, eram o rádio e a imprensa escrita que detinham o monopólio da informação". E com o desenvolvimento da industrialização no país, os jornais chegaram a ter 80% da sua receita vinda de anúncios de produtos alimentícios, de automóveis, de eletrodomésticos, etc. Com essa dependência da publicidade, indicou-se ser imprescindível o aumento da circulação dos jornais para captar mais publicidade, uma vez que as agências investiam nas publicações com maior abrangência territorial.

A autora traz uma passagem instigante sobre a situação dos impressos nesse período:

> À medida que avança o desenvolvimento industrial, aumenta o peso da publicidade, a empresa foi se tornando menos dependente do poder público. Mas, afinal, quais eram os favores do Estado de que ela dependia naquela época? Eram, como hoje, os financiamentos dos bancos oficiais, as isenções fiscais, a publicidade governamental. No caso do rádio e da televisão, era principalmente a concessão de canais. Mas no caso dos jornais havia um problema adicional: era o governo que controlava a distribuição das quotas de papel, matéria-prima em grande parte importada, sem a qual o veículo simplesmente não existia (ABREU, 2002, p. 10).

A pesquisadora destaca algumas publicações que tiveram papel relevante na década de 1950. Como o jornal *Última Hora*, criado em 1951, por Samuel Wainer. Este veículo foi o primeiro a utilizar diagramação inovadora e gerenciamento empresarial racionalizado, itens novos para a época. Mas a publicação tinha estreitos laços com o governo que auxiliou financeiramente o empreendimento. Já o *Diário Carioca*, que existia desde 1928, introduziu o *lead*[86], em 1951. Em 1956, o *Jornal do Brasil* (*JB*) inseriu o suplemento dominical em que colaboravam pessoas ligadas à cultura. Com o sucesso verificado, mais mudanças foram feitas

---

[86] *Lead* é uma palavra em inglês que significaria g*uia.* No modo aportuguesado a palavra é tida como lide. Consiste no primeiro parágrafo de uma notícia, no qual se sintetizam as informações básicas da notícia, em geral, respondendo as questões: Quê?; Quem?; Onde? Quando?; Como; Por quê?.

no periódico no sentido de qualificar as notícias, reestruturando a redação e inserindo a fotografia na primeira página. Com a chegada do jornalista Alberto Dines[87], em 1962, "instituíram-se as editorias, que se especializaram em cobertura de política, economia, esporte, cidade, internacional etc. A reforma do *JB* teria grande impacto e serviria de exemplo para as transformações subseqüentes da imprensa brasileira" (ABREU, 2002, p. 11).

Porém, como ressalta a autora, esse jornalismo de tendência francesa é substituído gradualmente pelo modelo norte-americano, no qual a informação e a notícia são o destaque, com formato objetivo e impessoal. A opinião passa a ter espaço determinado para ser expressada. Na avaliação da pesquisadora, o golpe militar de 1964 teve o suporte da grande imprensa que temia o estatismo e o comunismo. Por isso, no princípio, é possível perceber um certo alinhamento de jornais importantes aos interesses dos militares, como *O Estado de São Paulo*, da família Mesquita; *O Globo*, de Roberto Marinho; e a *Gazeta Mercantil*, de Hebert Levy. "Poucos foram os jornais contrários à instalação do regime autoritário-militar. Um deles foi o *Última Hora*, que durante o governo Goulart apoiou as chamadas reformas de Base e as reivindicações dos sindicatos e dos movimentos de esquerda" (ABREU, 2002, p. 14).

No entanto, após a tomada do poder pelos militares, iniciaram-se as perseguições políticas e a censura à imprensa. Esta última muda de posição e passa a denunciar os abusos cometidos. O cerco à imprensa é apertado com a edição do Ato Inconstitucional nº 5 (AI-5), em 1968. Depois o que se vê é a perseguição: prisões, jornais publicando receitas erradas em espaços que deveriam ser publicadas matérias ou deixando o espaço em branco. Mas, por outro lado, foi durante esse período, financiado pelo governo militar, através de bancos e instituições estatais, que ocorreu a modernização dos meios de comunicação, porque fazia parte da ideologia de segurança nacional organizar um sistema que pudesse "integrar" o país. O contraponto à grande imprensa foi o que posteriormente se classificou como imprensa alternativa e popular.

Essa imprensa desenvolveu-se, principalmente, na fase mais dura do regime militar e surgiu também como meio de resistência política, pois a luta armada já havia fracassado. A imprensa alternativa ou *nanica* (por não durar muitas edições e ter o formato tablóide), segundo Festa (1986), foi mais presente nos anos de 1970. Caracterizava-se como jornal ou revista, com venda em bancas ou que circulava entre partidos e movimentos clandestinos de

---

[87] Alberto Dines tem 79 anos e é jornalista há 58. Foi editor-chefe do *Jornal do Brasil* por 12 anos, trabalhou para a *Folha de São Paulo*, dirigiu o Grupo Abril em Portugal, local em que lançou a revista *Exame*, é idealizador do site *Observatório da Imprensa*, que tem versões no rádio e na televisão. Ainda é pesquisador sênior do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo da Unicamp.

oposição a ditadura. Tinha conteúdo editorial "cultural, político e expressava interesses da média burguesia, dos trabalhadores e da pequena burguesia. Eram espaços nos quais grupos de oposição ou frentes políticas emitiam uma corajosa condenação ao regime militar." (FESTA, 1986, p. 16). Já a imprensa popular se deu através da organização dos movimentos sociais de base, como as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) – da Igreja Católica, associações de moradores, sindicatos e outras organizações no meio operário e rural. Como aponta a autora, esse tipo de comunicação popular foi reflexo de um processo anterior, nos anos de 1960 a 1964. Na visão da pesquisadora o país tinha passado por uma experiência extraordinária: o Movimento de Cultura Popular, Movimento de Educação de Base e o método do educador Paulo Freire. "Todos esses movimentos, duramente reprimidos após 64, ressurgiram lentamente e com outras características após 70. Então, muitos dos militantes dos movimentos da cultura e educação popular dos anos 60 integraram-se na tarefa de trabalho de base" (FESTA, 1986, p. 18). Foram destaque, nesse período, os jornais *O Pasquim*, *Opinião, Movimento, Em Tempo, Coojornal* e *Versus*.

Com a redemocratização, estes veículos foram desaparecendo. Mas esta imprensa acabou por formar muitos jovens jornalistas. Estes, mais tarde, continuaram suas carreiras profissionais em outros veículos. Nomes que estavam atuando na imprensa alternativa ou popular, voltaram para as empresas de comunicação e levaram consigo a experiência adquirida. Em alguns pontos, como modelo, aquele tipo de imprensa influenciou a imprensa comercial, pois atendeu às demandas da sociedade democrática como a maior participação, mais voz ao leitor, entre outros. Inclusive, dando base para experiências comerciais posteriores, como, por exemplo, jornais comerciais de bairros, jornais locais e regionais.

Voltando ao período dos anos de 1970, em 1973, com a crise do petróleo e o fim do "Milagre Econômico", a insatisfação popular em relação ao governo militar tornou-se extremamente alta. Em 1974, o general Ernesto Geisel assume a presidência do país e, junto com seu estrategista político Golbery do Couto e Silva, definem um projeto político a seguir em que se pretende uma abertura "lenta, gradual e segura" de liberalização política (ABREU, 2002). Entretanto, a liberdade de imprensa só é retomada após a eleição de 1989 (veja item 1.1.). Além desse ponto, havia a problemática da produção nacional e da importação de papel, essencial para os jornais. Segundo livro produzido para marcar os 30 anos da Associação

Nacional de Jornais (ANJ)[88], até 1985, o Brasil tinha apenas uma fábrica de papel de imprensa, a Klabin. Naquele ano, foi criada a segunda: PISA - Papel Imprensa S.A, empresa organizada pelos jornais: Estado de São Paulo, Jornal do Brasil, *Zero Hora*, A Tribuna e DCI, junto com outros empresários (BRITO; PEDREIRA, 2009). Assim, acreditavam atender metade da demanda brasileira por papel para jornais, mas não houve tal sucesso, por pesadas cargas tributárias e mudanças nas configurações internacionais, e mesmo nacionais, as quais contribuíram para que as importações continuassem. A PISA foi comprada, em 2000, pela multinacional norueguesa Norske-Skog e a Klabin parou de produzir papel imprensa, sendo assim, há apenas uma empresa produtora de papel imprensa no Brasil.

De acordo com Brito e Pedreira (2009), o período de instabilidade econômica durante o governo de Fernando Collor de Melo (1990-1992) e seu *impeachment* (veja item 1.1), não foi favorável economicamente à imprensa, apesar de ter sido do ponto de vista jornalístico. Segundo os autores, exceto esse princípio dos anos 1990, aquela década pode ser considerada momento em que os grandes jornais estiveram no "paraíso". Em especial, a partir da segunda metade, com o plano real, câmbio favorável à importação e o alinhamento neoliberal do governo de Fernando Henrique Cardoso. Havia aumento no consumo de jornais e outros produtos. "De 1991 a 1996, a circulação dos jornais brasileiros aumentou 22,68% (...). Naquele mesmo período, houve aumento real de 34,29% dos investimentos publicitários nos jornais brasileiros que, em 1995, chegaram a receber quase 30% de toda a verba de publicidade do país" (BRITO; PEDREIRA, 2009, p. 89). Os pesquisadores revelam que, de 1990 a 2000, a circulação média dos jornais impressos quase dobrou, situação inédita no país. Para se ter melhor percepção, segundo dados da ANJ, em 1990 a média diária de circulação de jornais no país era de 4.276 milhões de exemplares, enquanto em 2000, alcançou 7.883 milhões.

Eles acrescentam que este crescimento, além de ser reflexo do aquecimento da economia, também está ligado ao fato de existir um grande número de público leitor a ser conquistado e dos "anabolizantes de circulação". Em outras palavras, promoções as quais, ao

---

[88] A ANJ foi criada em 17 de agosto de 1979, contando com 10 associados. Em 2010, soma 147 empresas jornalísticas associadas e duas empresas colaboradoras – a maioria de grande e médio porte. Conforme a ANJ (2010), estes são responsáveis por mais de 90 por cento da circulação brasileira de jornais. No entanto, deve-se ponderar que podem existir inúmeros jornais que não estejam necessariamente associados a alguma entidade representativa que esteja filiada a ANJ, ou seja, as informações trazidas pela organização são relevantes e configuram um panorama geral, especialmente de grandes cidades e onde há jornais com altas tiragens, mas não há como garantir que reflitam uma realidade fiel, principalmente, relacionada aos pequenos municípios, onde, muitas vezes, os jornais são pequenos e com baixa tiragem.

comprar o jornal, se levava como brinde enciclopédias, livros, CDs, DVDs e, mais adiante, com o fenômeno dos jornais populares[89], panelas e demais utensílios domésticos. Essa situação, em que aumenta o consumo de jornal por haver "brindes", pode ser justificada por algo diferente da questão do momento econômico. Lage (1982), mesmo antes de existir o fenômeno apontado acima, já indicava uma problemática para a expansão da circulação de impressos no país: faltaria tradição de leitura, fazendo-se necessários outros atrativos. O pesquisador alega que o processo de industrialização brasileiro aconteceu junto com o desenvolvimento do rádio e da televisão os quais, como se viu em outras nações da América Latina, "ocuparam o lugar dos jornais como elemento de sociabilização ou adaptação dos contingentes proletarizados à contingência urbano-industrial" (LAGE, 1982, p. 28). Ele também considera relevante o fato de que, em boa parte do século XX, no Brasil,

> a censura policial interferiu (...) na feitura dos jornais e, nos intervalos de liberalização, os sistemas de dependência econômica operaram intensamente sobre a indústria jornalística. Em suma; embora às vezes graficamente primorosos, os grandes jornais brasileiros seriam bastante deficientes do ponto de vista editorial, distantes do leitor, com múltiplas instâncias de dependência (LAGE, 1982, p. 29).

Portanto, para o autor, essa falta de hábito de leitura e de jornais, editorialmente fracos, impacta na baixa circulação das publicações brasileiras, em comparação com outros países, principalmente europeus, que tiveram os veículos impressos, por séculos, como uma das formas de mediação social. Mas, apesar desse posicionamento, os anos de 1990 e 2000 foram, de modo geral, positivos para os impressos. Brito e Pedreira (2009), destacam que, entre 1995 e 2000, ocorreram grandes investimentos em tecnologia na indústria jornalística brasileira, tanto nas redações, quanto nos parques gráficos. Os grupos passaram a investir também nas mídias digitais e até na telefonia, que estava em expansão, gerando convergência tecnológica e aumentando a concentração de propriedade e de mídias.

Esta situação favorável aos grandes jornais coincide com a criação dos veículos impressos locais nos municípios em estudo nesta pesquisa. Parece coerente considerar que a ascensão da circulação dos grandes jornais e o bom período econômico pode ter gerado uma percepção positiva em relação à imprensa escrita como negócio nos anos 90, também em menor escala. Essa ideia, combinada com o surgimento dos municípios, que vinha carregada da perspectiva de desenvolvimento local, novo núcleo urbano, com a possibilidade de

---

[89] Jornais populares são periódicos destinados às classes B, C e D com linha editorial e projeto gráfico específicos, vendidos, em geral, em bancas a preços mais baratos. Como salienta Amaral (2006) a palavra popular está muito mais ligada ao fato de ter como público-alvo uma faixa maior e a mais pobre da população do que qualquer conotação vinculada a contra-hegemonia.

crescimento de um mercado de consumo local é outra questão que pode ser levada em conta. Apesar disso, como apontam Brito e Pedreira (2009, p. 91), "a valorização artificial do real acabaria cobrando o seu preço", em especial, dos grandes veículos de comunicação. Ele explica que, em 1998, a economia internacional sofreu abalos por causa de problemas em alguns países asiáticos e pela moratória russa.

Essa crise internacional reverberou no Brasil, com a saída de capitais que, junto como o desequilíbrio fiscal interno tornou impossível a manutenção da política fiscal. "A inflação, que era de 1,7%, saltou para 20%. O crescimento do produto interno bruto despencou, gerando desemprego e perda do poder aquisitivo da população. A circulação dos jornais caiu" (BRITO; PEDREIRA, 2009, p. 98). Outra problemática estava relacionada aos investimentos/endividamentos feitos em dólar, que colocaram as grandes empresas jornalísticas em uma posição difícil. Esta conjuntura teve impacto também em outros setores e, consequentemente, na participação dos jornais no monte publicitário. Brito e Pedreira (2009) expõem que, em 2000, a publicidade em jornais baixou para 23% e também a circulação começou a diminuir, a partir de 2001. Essa linha em sentido decrescente teve em 2003, seu pior momento. Apontam que a publicidade, naquele ano, diminuiu para cerca de 18% e a circulação passou dos 8 milhões, em 2000, para 6,4 milhões de exemplares, em 2003.

Sant'Anna (2008) traz informações sobre a redução do número de leitores de jornal e que os leitores, cada vez mais, diminuem também o tempo de leitura. Ele ressalta ser esse um fenômeno que não se restringe ao Brasil, sendo mais intenso nos países desenvolvidos. Já Brito e Pedreira (2009) acreditam que, no Brasil, e nos demais países em desenvolvimento que compõem o BRIC[90] – Brasil, Rússia, Índia e China – esteja se ampliando o número de leitores, porque pessoas antes excluídas, agora, por terem melhores condições econômicas, passaram a consumir certos bens. Entre eles, pode-se apontar os jornais populares, voltados para as classes C e D, especialmente. Diferentes da imprensa popular do período da ditadura, estes jornais têm proposições comerciais. Grande parte, criada a partir de 2000, vem aumentando em número de títulos e tiragem a cada ano, dinamizando o jornalismo impresso nacional.

Ainda Sant'Anna (2008) apresenta dados que demonstram ter havido certa recuperação na circulação dos jornais, a partir de 2004. Relata que não deve ser levado em consideração apenas a situação econômica, nesse período dos anos 2000. O pesquisador diz

---

[90] A sigla BRIC foi criada para se referir ao grupo de países emergentes: Brasil, Rússia, Índia e China.

que fatores estruturais tiveram maior peso em relação aos jornais, porque houve um descolamento entre o comportamento da economia e o desempenho do setor. Ressalta ter aumentado em 8% o número de títulos de jornais no país, passando de 491, em 2001, para 532, em 2006. Por fim, revela que naquele mesmo ano, seguindo a linha de crescimento iniciada em 2004, a circulação aumentou 6,5%, enquanto o PIB aumentou 3,7% no Brasil.

> (...) as pessoas estão dedicando menos tempo à leitura e comprando menos exemplares de revistas e jornais. E parte do tempo dedicado à leitura se deslocou dos jornais e revistas de grande circulação para os jornais locais e revistas especializadas. (...) esse movimento é coerente com uma mudança de ênfase - descrita na literatura – no consumo de informação: do maciço e global para o individualizado e local. Há, também, um deslocamento considerável para a internet. Enquanto diminuiu a circulação de jornais, aumentou o acesso à rede no Brasil (SANT'ANNA, 2008, p. 49).

Apesar disso, em 2007, os jornais superaram a circulação média de 8 milhões de exemplares por dia, movimento muito impulsionado pelo lançamento de jornais populares direcionados às camadas de menor poder aquisitivo, enquanto os grandes jornais estabilizaram quedas e cresceram um pouco (BRITO; PEDREIRA, 2009). Desde então, a circulação aumentou 5%, em 2008, e diminuiu 3,46%, em 2009 (ANJ, 2010). Conforme a publicação Mídia Dados Brasil 2010[91], com o bom desempenho da economia, no primeiro trimestre de 2010, "os grandes jornais estão convictos de que, não apenas vão recuperar as perdas de 2009, como retomarão o crescimento registrado nos últimos anos" (MÍDIA DADOS BRASIL, 2010, p. 423). Ainda consta que o desempenho dos jornais na internet beneficiou os veículos, deixando de ser ameaça para tornar-se oportunidade de negócio.

É importante não perder de vista que os dados apresentados pela ANJ e pela Mídia Dados Brasil 2010, abordam principalmente a realidade dos jornais que têm grandes tiragens e que se encontram no eixo Rio-São Paulo ou outras grandes cidades. Por outro lado, na opinião de Fadul (2007), nas duas últimas décadas, houve maior descentralização industrial que beneficiou as mídias regionais, entre elas os veículos impressos.

> (...) o deslocamento de indústrias importantes, como a automobilística, instalada em vários estados brasileiros, com o desenvolvimento agrícola das regiões Centro-Oeste e Norte, e, por fim, com o desenvolvimento do setor de serviços, especialmente aquele voltado para o turismo, que tem beneficiado as regiões do Nordeste e também do Centro-Oeste e Norte (FADUL, 2007, p. 23).

---

[91] É uma publicação voltada para os aspectos comerciais da mídia, tendo como público-alvo agências de publicidade, anunciantes e os próprios veículos de comunicação.

Com isso, as agências de publicidade e anunciantes voltaram os olhos para outros estados e regiões brasileiras. No entanto, a autora aponta que a pesquisa sobre os veículos de comunicação regionais ainda apresenta deficiências e características "etnocêntricas", porque se continua a privilegiar a pesquisa de mídia nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, locais onde, realmente, estão as "mais importantes empresas de mídia, como os jornais, as revistas, as rádios e as televisões, assim como as agências de publicidade e os grandes anunciantes" (FADUL, 2007, p. 23). No entanto, como observa a autora, dessa maneira, quase sempre, o panorama que se tem sobre os veículos de comunicação brasileiros são a partir do ponto de vista dessas duas cidades, passando despercebidas as grandes diferenças presentes nos meios de comunicação regionais, os quais também têm manifestações culturais distintas.

Em seu texto, a pesquisadora relacionou indicadores geográficos, demográficos, econômicos e educacionais das cinco macro-regiões brasileiras, segundo divisão estabelecida pelo IBGE – Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. Comparando-os, evidenciou as intensas assimetrias regionais:

> no que se refere à população e domicílios, à relação da população urbana com a população rural, assim como número de municípios no país, e , por fim, o PIB de cada região, o PIB per capita, os indicadores de analfabetismo e o IDH, que são os elementos mais importantes para se compreender um sistema de mídia." (FADUL, 2007, p. 23).

Nesse sentido, ela chama a atenção para a ocupação territorial irregular das diferentes regiões recordando que, há 40 anos, a região Sudeste é a mais populosa do país, diferente das Regiões Norte e Centro-Oeste. Da mesma forma, aborda a urbanização e sua íntima relação com o surgimento e expansão dos veículos de comunicação, sendo fundamental, para tanto, uma boa densidade demográfica, e esta, em geral, é mais alta em áreas urbanas.

Mas alerta que o IBGE classifica como urbano municípios acima de cinco mil habitantes e, rural, ao ter menos de cinco mil habitantes. No entanto, "dos mais de 5.500 municípios pesquisados pelo IBGE, 90 por cento possuem até 50 mil habitantes. Os municípios com mais de um milhão de habitantes são somente 13." (FADUL, 2007, p. 26). Ou seja, muitos municípios classificados como urbanos não têm realmente grandes centros urbanos. Ao encontro dessa temática, Veiga (2001) discute o que realmente é área urbana e rural no Brasil. Na percepção do autor, há repasse de informações equivocadas sobre o grau

de urbanização no país. Veiga (2001)[92] diz que foi divulgado pelo censo demográfico realizado pelo IBGE, em 2000, que 81,2% da população estava em áreas urbanas. Explica que o "grau de urbanização" é avaliado através do número de pessoas que residem nas sedes dos municípios e dos Distritos sem serem levadas em consideração as reais ou totais atividades realizadas pelos indivíduos e o real uso da terra nessa área.

Voltando a Fadul (2007), a autora também relaciona educação e desenvolvimento humano, pontos que são considerados de importante dimensão para a pesquisadora, bem como por economistas para o desenvolvimento econômico. Ela escreve que as duas regiões detentoras dos menores índices de analfabetismo, o Sudeste e o Sul, também são locais com maior PIB e PIB per capita. A pesquisadora faz a relação entre consumo de mídia impressa e o nível educacional de cada região. Essa condição explicaria "a força da imprensa diária na região Sul e mais especificamente no Estado do Rio Grande do Sul, cujos três jornais diários de Porto Alegre está (sic) entre os dez jornais de maior tiragem do país, sendo que todos os outros sete se localizam nos dois tradicionais centros da imprensa diária" (ALMANAQUE ABRIL, 2004 apud FADUL, 2007, p. 27-28). Observando a lista de jornais de maior circulação da ANJ para o ano de 2009, essa relação não sofre grandes alterações; apenas há a entrada de um jornal de Minas Gerais, entre os 10. Os veículos gaúchos se mantêm na lista.

Como reforça a pesquisadora, são cruciais para o desenvolvimento da mídia impressa dois fatores: o nível de escolaridade e o índice potencial de consumo. Ao se acompanhar o desenrolar da história da imprensa no Rio Grande do Sul, é possível compreender melhor porque este é um estado que se destaca em relação à circulação de jornais impressos.

2.3 Rio Grande do Sul e sua imprensa

A imprensa no Brasil, de modo geral, instalou-se tardiamente e, no Rio Grande do Sul, – na época do Brasil Colônia, província de *São Pedro do Rio Grande do Sul* – se deu ainda mais tarde do que no Rio de Janeiro (1808), na Bahia (1811), em Pernambuco, Maranhão, Pará, Minas Gerais (todos de 1821), Ceará (1824), Paraíba (1826) e São Paulo (1827)

---

[92] O pesquisador traz mais dados sobre o assunto, entre eles que "nos 1.109 municípios mais atraentes do Brasil rural, a população aumentou mais de 30%, enquanto ela crescia 20% no Brasil urbano, e 15% no conjunto do país" (VEIGA, 2001, p. 101). Também diz que é preciso ter atenção, ao se falar de desenvolvimento da sociedade brasileira, para o entendimento de que a população rural não será extinta até 2030, como alguns prevêem e que está havendo um movimento de migração da população para a área rural, precisando ser avaliada com mais atenção a questão do êxodo rural.

(ALVES, 2004). O primeiro veículo impresso do Rio Grande do Sul foi editado em 1827: o *Diário de Porto Alegre*[93]. De acordo com Alves (2004, p. 13), a "origem da imprensa no RS esteve intrinsecamente associada à conjuntura histórica da década de 1830, marcada pela constante bipolarização partidária e verdadeira dicotomia política quanto às ações e ideais dos grupos divergentes". Silva, Clemente e Barbosa (1986) reforçam que a história da imprensa no Rio Grande do Sul acompanha a evolução política e social gaúcha. Ainda dizem que "o movimento de 35 não determinou o surgimento da imprensa no Estado, mas foi a mola-mestra para o seu desenvolvimento" (SILVA; CLEMENTE; BARBOSA, 1986, p. 115). Sendo assim, a imprensa gaúcha nasce pouco antes da Revolução Farroupilha (1835-1845)[94] e em meio à efervescência política. Ainda vale lembrar a colocação feita por Reverbel e Bones (1996, p. 16) de que a imprensa jesuítica não é levada em conta no Rio Grande do Sul, apesar de terem existido sete reduções[95], porque "seu funcionamento não teve consequências históricas em relação às atividades jornalísticas do Rio Grande do Sul, iniciadas mais de um século depois, quando da civilização missioneira não restava pedra sobre pedra

Portanto, a imprensa que surge com seus primeiros, periódicos no século XIX, no Rio Grande do Sul, tem como principais características o conteúdo político, doutrinário, de circulação irregular, falta de uniformidade, duravam poucas edições (ALVES, 2004; SILVA, CLEMENTE E BARBOSA, 1986). Outro ponto relevante, segundo Hohlfeldt e Rausch (2006), é a indissociável conexão entre propriedade e editoria, ou seja, o editor era o proprietário e divulgava as suas ideias ou as ideias de quem lhe interessasse. Os autores explicam que, por volta de 1830, essa imprensa já passava a ter conteúdos revolucionários, o que foi enfatizado com o desencadeamento da Revolução Farroupilha. Silva, Clemente e Barbosa (1986, p. 9) acrescentam que foi "a partir da Revolução Farroupilha que se delinearam tendências e movimentos políticos no Rio Grande do Sul, e essa propagação de idéias foi feita através de nossos jornais". Adiante, ao final dos dez anos da guerra civil,

---

[93] Primeiros jornais do RS: 1832 - *Noticiador*, surgiu antes da instalação da sede do Governo, em Rio Grande; 1838 - *O Povo*, presente em Piratini, sede da República Riograndense e, mais tarde, em Caçapava do Sul; 1842 - *O Americano*, em Alegrete, devido a República Riograndense (FERREIRA, 1975).

[94] Foi uma revolução que aconteceu no Rio Grande do Sul em resposta à cobrança de altos impostos pelo Império. Reverberou na criação da República Rio-grandense, mas após o tratado de paz entre os revolucionários e representante do governo Brasileiro, não houve independência.

[95] Essas reduções no Rio Grande do Sul eram chamadas de Sete Povos das Missões, fundadas pelos jesuítas europeus. Era um conjunto de sete aldeamentos indígenas composto pelas reduções de São Francisco de Borja, São Nicolau, São Miguel Arcanjo, São Lourenço Mártir, São João Batista, São Luiz Gonzaga e Santo Ângelo Custódio.

conforme Hohlfeldt e Rausch (2006), os impressos seguiam orientação contra ou a favor dos rebeldes e quando encerrado o conflito,

> organiza-se uma imprensa partidária ou panfletária *civil*, que vai de 1850 até 1900, pelo menos, quando os proprietários e editores de periódicos se alinham obrigatoriamente a algum dos partidos políticos existentes, já que, sem tal vínculo, era quase impossível a sobrevivência financeira. Contudo, essa imprensa já não é mais exclusivamente partidária. É de se lembrar que, até então, inexistia a publicidade paga, capaz de sustentar uma publicação; essa fase começa a ser quebrada com o surgimento do Correio do Povo, em 1895, mas, especialmente, com o cansaço e o desgaste que os partidos políticos sofreram depois da Revolução de 1893[96], sobretudo porque o Partido Republicano Rio-grandense praticamente monopoliza toda a atividade partidária (HOHLFELDT; RAUSCH, 2006, p. 3).

Nesse período, também se estrutura a imprensa literária[97], o que, conforme os pesquisadores, dará o primeiro passo para o incremento na qualidade das publicações. Da mesma forma, Alves (2004) enfatiza que, a partir de 1845, existe maior diversificação do público e do mercado para os impressos, passando a circular publicações humorísticas, ilustradas, caricatas, noticiosas. Na visão do pesquisador, há um certo afastamento da política e aproximação com a notícia. Ainda é quando surgem jornais fora dos grandes centros, bem como aparecem jornais em língua alemã (1852)[98] e italiana (1890)[99] e periódicos oficiais dos partidos políticos. Entre 1827 e 1850, foram criados 61 jornais em Porto Alegre e 37 em outros locais da Província de São Pedro, além de mais três periódicos fundados pela República Rio-Grandense (REVERBEL; BONE, 1996). Também, pelo final de 1860, alguns jornais começam a inserir o

> conceito de *empresa jornalística*, mesmo que alguns deles ainda vinculados a partidos políticos[100]: seus diretores e editores sabem que precisam atender a demandas de seu público, adotando algumas práticas da maioria dos jornais do centro do país, como a publicação de *folhetins*, por exemplo. Assim é que os

---

[96] Entre 1893 e 1895 aconteceu a Revolução Federalista, quando dois grupos buscavam o poder: o Partido Federalista – que reunia principais ícones do Partido Liberal da época do império, comandado por Gaspar da Silveira Martins – e o Partido Republicano Rio-Grandense – integrado por pessoas a favor da república, o qual era dirigido pelo governador na época, Júlio de Castilhos.

[97] O Guayba, de 1856-1859 foi a primeira publicação literária da província, seguida pelo Murmúrios do Guaíba, de 1870 (SILVA, CLEMENTE, BARBOSA, 1986; HOHLFELDT, 2003).

[98] Algumas publicações em língua alemã: *Der Kolonist*, 1852, primeiro a circular; *Der Deutsche Einwanderer*, 1854-1861; *Deutsche Zeitung*, 1861 (todos em Porto Alegre); e *Kolonie*, 1891-1936 (Santa Cruz do Sul).

[99] Publicação em língua italiana: *La Colonia Italiana*, em 1885; *L"Italiano, L'Avvenire e Corriere Cattolico* a partir de 1890 (SILVA, CLEMENTE, BARBOSA, 1986).

[100] Para exemplificar: o jornal *A Reforma* (1869 - 1912) era ligado ao Partido Liberal de Gaspar Martins e trouxe o jornalismo-partidário; *O Mercantil* (1874-1897) tinha tendência conservadora; *A Federação* (1884-1937) foi órgão oficial do Partido Republicano Riograndense (PRR), por influência de Júlio de Castilhos; *O Estado do Rio Grande* (1829-1861), órgão oficial do Partido Libertador, sendo oposicionista, foi fundado por dissidentes federalistas e republicanos, sob influência de Assis Brasil. Também é dado a ele o posto de último jornal político-partidário criado no Rio Grande do Sul; e o *Jornal do Comércio* (1865-1912), era de grande relevância cultural (VIZENTINI, 1980; KANAN, 1980; HOHLFELDT; RAUSCH, 2006; RÜDIGER, 2003).

> encontraremos em todas as publicações, independentemente de sua ideologia. Às vezes, um mesmo folhetim pode ser lido em diferentes jornais, inclusive de orientação ideológica diversa (HOHLFELDT; RAUSCH, 2006, p. 5, apud HOHLFELDT, 2003).

Os autores ainda ressaltam que

> o período entre 1870 e 1937 é de radical modificação na história da imprensa sul-rio-grandense, bem como na brasileira, ainda que não se deva falar em ruptura total de modelos ou abandono de certas práticas. Pode-se, antes, citar a convivência, com maior ou menor beligerância, de práticas de tendências preexistentes e que perdurarão durante o período, ao lado de outras tantas que surgem e terminam por se afirmar durante essa época, caracterizando um processo híbrido de desenvolvimento da imprensa entre nós, como de resto em todo o Brasil (HOHLFELDT; RAUSCH, 2006, p. 10).

Também, na visão de Alves (2004), são aspectos importantes, entre 1885 e 1895, a intensificação de jornais políticos, em função da abolição da escravatura e a Proclamação da República, além da proliferação de jornais, a partir de 1887, pois a crítica social e o debate político intensificaram publicações humorísticas, literárias e ilustradas.

Voltando a Hohlfeldt e Rausch (2006), eles acrescentam que, além desse período ter sido de disputas político-partidárias, houve, ainda na passagem do XIX para o XX, a influência de "novas tecnologias que vão interferir diretamente na transformação da imprensa estritamente partidária em uma imprensa industrial, passando-se de uma produção artesanal para uma imprensa absolutamente mecanizada" (HOHLFELDT; RAUSCH, 2006, p. 1). Eles indicam ter sido com o surgimento da *clicheria*[101], em 1912, que se inicia a imprensa industrial propriamente dita, a qual também passa a se organizar e a agir como empresa necessitando de publicidade, assinaturas, visando o lucro, além da disseminação de ideias. O *Correio do Povo*, criado em 1895, com estrutura técnica e administrativa de empresa, pode ser visto como o primeiro jornal gaúcho moderno (REVERBEL; BONE, 1996).

Os editores passam a buscar alguns atrativos para cativar o público e, cada vez mais, a informação torna-se "material" de maior peso. Com a "ascensão do Correio do Povo ganha definitivamente prioridade, convivendo com os espaços de lazer e de publicidade que igualmente se afirmam nas páginas dos jornais" (HOHLFELDT; RAUSCH, 2006, p. 1). O formato dos periódicos também se altera, deixam de ser tablóides e tornam-se *Standards*[102],

---

[101] Máquina que produz o clichê, ou seja, uma foto em material de zinco, funcionando no mesmo sentido de um carimbo, utilizado para a impressão com linotipos (letras em metal que formavam frases para esse "carimbo").

[102] *Standard* é o maior formato para a publicação de um jornal, em geral, tem cerca de 55cm de altura. Já *tablóide* é um formato menor de jornal, entorno de 33 cm de altura. Este formato é muito popular no Reino Unido de onde o modelo foi importado para o Sul do Brasil.

voltando nos anos de 1950 à forma de tablóide, passam de quatro páginas para tiragens com até 32 páginas diárias. Claro que, mais uma vez, é preciso pensar em uma transição e em momentos híbridos, quando convivem diferentes formatos, números de páginas impressas e sistemas administrativos.

A utilização da *clicheria*, conforme os autores, estendeu-se praticamente até a década de 1960, quando *Zero Hora*, de Porto Alegre, passa a utilizar composição a frio *off set* pela primeira vez no estado. Esse período

> será caracterizado pelo surgimento das revistas para a família e a diversificação das publicações, com a segmentação dirigida às mulheres, aos jovens, às crianças, etc. É também o período em que a competição com outros mídias, como o cinema e, mais tarde, o rádio, fará com que uma forte revisão técnica da imprensa seja perseguida pelos profissionais de então (HOHLFELDT; RAUSCH, 2006, p.3).

Já a imprensa empresarial tem seu princípio durante o Estado Novo, intensificando-se nos anos de 1970, com a indústria cultural e a formação dos grandes grupos de comunicação, de acordo com os pesquisadores. Como já observado, o jornal *Correio do Povo*[103] nasce com características modernas, mas mantém tendência conservadora, mais adiante, em 1925, é instalado, em Porto Alegre, o *Diário de Notícias*, que pertencia ao Grupo dos Diários e Emissoras Associados, de Assis Chateaubriand, e concorria diretamente com o *Correio do Povo*. Esse periódico fazia oposição ao governo de Getúlio Vargas. Com o suicídio do presidente, durante manifestação, o *Diário de Notícias* teve sua sede incendiada. (SCHIRMER, 2000). Com isso, interrompeu a sua circulação provisoriamente em Porto Alegre, no ano de 1954; para continuar imprimindo suas páginas, utilizou as oficinas do *Correio do Povo* e, em 1955, voltou a ter circulação normal com oficina própria. (HOHLFELDT; BUCKUP, 2002). O jornal *A Hora*, que existiu de 1955 a 1962, como destacam Hohlfeldt e Buckup (2002), veio ser um contraponto ao *Diário de Notícias*.

Schirmer (2000) relata que essa publicação, de formato *standard*, inovou na diagramação, por apresentar matérias integrais em uma única página, ilustrações em cores, muitas fotografias, tendo sido também pioneiro no Brasil, usar fotos coloridas. Também

---

[103] O *Correio do Povo* foi fundado em 1895 por Francisco Antônio Vieira Caldas Júnior. Circulou 89 anos ininterruptos em Porto Alegre. Ou seja, até 1984, a mais longa circulação registrada no estado. Outros jornais da empresa eram a *Folha da Manhã* e a *Folha da Tarde*. O *Correio* – como também é conhecido – reinicia suas atividades em 1986, administrado por Renato Ribeiro, havendo inovações tecnológicas e reforço na estrutura de grupo de comunicação, mas manteve posicionamento mais conservador. Em 2007, passou a fazer parte da Central Record de Comunicação, conglomerado de mídia controlado pelo bispo Edir Macedo, juntamente com outras empresas do grupo, a extinta TV Guaíba e as rádios Guaíba AM e FM, bem como o Edifício Hudson, no centro de Porto Alegre, onde funciona a redação do jornal.

trabalhava com horário de fechamento e seguia uma linha de produção mais racionalizada. Em relação ao seu posicionamento político, o autor revela que tinha uma "postura independente, sem atrelamento ao trabalhismo" (SCHIRMER, 2000, p. 23). Porém, em outra passagem, diz que a composição dos acionistas era majoritariamente de pessoas ligadas a Jango, na época ministro do Trabalho de Getúlio Vargas. No RS, Jango dividia com Leonel Brizola o comando do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB).

A Hora foi contemporânea do jornal *Última Hora*, do Rio de Janeiro, comandado por Samuel Wainer, e inovou do ponto de vista técnico e editorial. Hohlfeldt e Buckup (2002) observam que, em diversos aspectos, o jornal carioca influenciou o periódico gaúcho, havendo inclusive intercâmbio entre profissionais. A morte de *A Hora* deu-se gradualmente, após ter sido vendido para os Diários Associados, em 1957. Porém, já circulava em Porto Alegre desde 1960, a *Última Hora* gaúcha. De acordo com os pesquisadores, essa publicação surgiu em formato tablóide, como vespertino, para concorrer com a *Folha da Tarde*, outro jornal da empresa Caldas Jr. Mais tarde, a *Última Hora* se tornaria matutino. A conexão de *A Hora* com a *Última Hora* gaúcha está, principalmente, no fato de que parte da equipe que trabalhava no primeiro, passou a integrar a redação do segundo, além dos contatos com Samuel Wainer e a simpatia pelo populismo. Também a *Última Hora* foi inovadora por ter administração financeira e gerenciamento terceirizado, sendo o primeiro jornal no RS a fazer os pagamentos dos "salários em conta bancária, e não apenas com *vales* e *adiantamentos*, como era então comum nas demais redações" (HOHLFELDT; BUCKUP, 2002, p. 25). Com o Golpe Militar, a publicação é extinta e substituída pelo jornal *Zero Hora*, sendo um jornal com outras características e outra ideologia. Maurício Sirotsky Sobrinho tornou-se sócio-diretor do jornal, em 1966, e, em 1970, a Rede Brasil Sul - RBS[104] assume totalmente o controle do jornal.

Zero Hora foi o primeiro veículo impresso do que atualmente é o grupo Rede Brasil Sul - RBS, tido entre um dos maiores grupos de comunicação do Brasil. Segundo Felippi (2007), como grupo com grande concentração de propriedade, a RBS foi constituída nos anos de 1970 e 1980. A autora explica que houve grande investimento

---

[104] O princípio do que se tornaria o grupo RBS dá-se quando Maurício Sirotsky Sobrinho se associa a Rádio Gaúcha, em 1957. Mais adiante, em 1962, criou a TV Gaúcha, a qual filiou-se à rede Globo, em 1967 e, nos anos de 1970, adquire o jornal *Zero Hora*. Em janeiro de 2011, a RBS, segundo o *site* do grupo (http://www.gruporbs.com.br/quem_somos/index.php?pagina=linhaTempo), apresenta-se como o segundo maior empregador de jornalistas do país.

> na produção massiva de entretenimento e informação. O fundador, Maurício Sirotsky Sobrinho, soube aproveitar o momento para constituir o que possibilitaria, no futuro, a hegemonia comunicacional da RBS no Rio Grande do Sul (e mais tarde em Santa Catarina) e o papel de consolidador da indústria cultural gaúcha, uma rede de emissoras de televisão afiliadas a Globo. (...)
> Hoje, o poderio do grupo é garantido pela concentração de propriedade, pelo grau de desenvolvimento tecnológico, pelo nível de profissionalização da gestão das empresas e dos produtos de comunicação e pela abrangência de transmissão e conseqüentemente de público, mantendo-se no mercado adequando-se aos movimentos do capitalismo global sem perder seu poderio (FELIPPI, 2007, p. 3-4).

De acordo com Capparelli e Lima (2004), há quatro tipos de concentração de propriedade: horizontal, vertical, cruzada e em cruz. A primeira é apontada como a oligopolização ou monopolização em uma mesma área do setor; a segunda seria a integração das diferentes fases do processo de produção e distribuição (como produzir o produto, veicular e distribuir); a terceira, propriedade cruzada, é constituída quando o mesmo grupo é proprietário de diversos tipos de mídias; e a em cruz, quando há reprodução dos oligopólios da propriedade cruzada em âmbito local e regional. O Grupo RBS se enquadra nesses quatro tipos de concentração da propriedade, tornando-se hegemônico no estado. Corrobora com essa ideia Rüdiger, quando afirma que:

> a Rede Brasil Sul não controla os principais meios de informação e lidera o mercado de mídia como simples empresa regional. A ascensão do grupo se confunde com o processo de formação da indústria cultural, não apenas na região em que ele atua, mas no contexto geral de nosso país. A associação com empresas dos centros mais fortes e, nos últimos anos, do exterior, é apenas um fator a revelar sua condição de agente do capital informação como um todo. Desde algum tempo a corporação tem sido a principal mediadora local de nossa inserção, desigual e contraditória, na modernidade avançada (2003, p. 119).

Como grupo, a expansão do negócio é uma das metas. Nesse sentido, percebe-se o movimento da RBS para o interior do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Como nesta dissertação o interesse está voltado para o estado gaúcho, destaca-se que essa interiorização, no Rio Grande do Sul, se deu através de correspondentes do jornal *Zero Hora* e sucursais da RBS TV e das emissoras de rádio, especialmente as de frequência modulada, em municípios pólos no interior do estado, bem como através da aquisição de jornais regionais, como o caso do *Pioneiro*, de Caxias do Sul (1993) e o *Diário de Santa Maria*, em Santa Maria (2002), além da criação do jornal voltado para a classe C e D, o *Diário Gaúcho* (2000). Claro que, também não se pode deixar de lembrar que o *Correio do Povo* quando adquirido pelo empresário Renato Bastos Ribeiro, em 1986, ressurgiu com mais força, após pouco mais de um ano sem circular. Mudou o formato para tablóide, com jornalismo de fácil compreensão, textos mais curtos e, desde 1996, passou a ter a impressão em gráficas no interior, impresso

com cores e o preço da assinatura tornou-se mais acessível do que o do concorrente, *Zero Hora*, como o é até hoje (WAINBERG, 2002). Ou seja, era outro movimento em direção ao interior. Mas, sem dúvidas, ao longo dos anos 2000, o *Correio do Povo* voltou a enfrentar dificuldades, tendo sido comprado pelo conglomerado de mídia Central Record de Comunicação. O grupo RBS se apresenta com mais poder no Rio Grande do Sul e, seu principal jornal, *Zero Hora*, junto com seu jornal popular, o *Diário Gaúcho*, dominam em termos de tiragem média no Estado. As duas publicações chegaram a 335.407 mil exemplares diários, em 2010 (ANJ, 2010).

Faccin (2002) acrescenta que os veículos de comunicação da RBS, em especial para esta pesquisa, os jornais, acabam se tornando o modelo mercadológico a ser seguido por outros veículos, mesmo os concorrentes. Nesse sentido, ele conta que

> há que se destacar o desenvolvimento da imprensa interiorana, que seguiu o ritmo de desenvolvimento das próprias regiões. Pressionadas pela exigência do mercado, muitas empresas realizaram reformas editoriais e gráficas em seus produtos para concorrer com jornais da capital (FACCIN, 2002, p.238).

Rüdiger (2003, p. 91) revela que o Grupo Editorial Sinos, situado em Novo Hamburgo, se tem como "o primeiro exemplo para essa reestruturação empresarial dos jornais do interior. Em 1968, montou a segunda rotativa *offset* do sul do país. Logo depois, transformou em diário sua folha semanal (*NH*). Por fim, lançou um título de circulação regional, chamado *Vale dos Sinos*".

O autor acrescenta que o sistema empresarial desses grupos regionais acaba também seguindo o que se vê nos grandes centros, havendo como base a "concentração da produção industrial em modernos parques gráficos, na centralização das atividades jornalísticas em uma única redação e na renovação dos padrões gráficos e editorias do jornalismo regional" (RÜDIGER, 2003, p. 94). Ele continua ao dizer também ser visível a preocupação de algumas dessas empresas em profissionalizar as redações e atividades administrativas, buscando assim qualificar o produto e superar o amadorismo presente durante muito tempo na imprensa interiorana. Ainda Faccin (2002, p. 238) escreve que essa imprensa regional passou a diversificar seus produtos "em diferentes áreas da comunicação midiática, especialmente reunindo rádio e jornal e, mais recentemente, a internet, também se assemelha aos empreendimentos feitos pelos grandes grupos empresariais do ramo".

Ao encontro dessa perspectiva, Wainberg (2002) resume que, de modo geral, a imprensa, atualmente, no Rio Grande do Sul, inclusive a do interior, assimilou as regras do

marketing Journalism. Na visão do autor, esse foi o principal caminho difundido e seguido pela maioria, na tentativa de superar a "crise de circulação dos jornais modernos. Ou seja, de uma forma geral, percebe-se o mimetismo editorial e gráfico com a aplicação de cor, textos curtos e outras inovações com um estilo com pretensão literária, infografia, e interação com a comunidade" (WAINBERG, 2002, p. 400-401).

Faccin (2002) aponta que, no Rio Grande do Sul, há dominação do sistema comunicacional pelo oligopólio da RBS, principalmente na área televisiva. Existem outras emissoras, como a Rede Pampa, com interiorização precária; a TV Educativa, que atinge a capital do estado e alguns municípios e, abrangendo Porto Alegre, há a Bandeirantes e a Guaíba (pertencente ao Grupo Record). Portanto, ao mesmo tempo em que se percebe esse oligopólio, também é preciso reconhecer que, no estado, existe uma diversidade de empresas de comunicação menores que introduzem no mercado jornais locais e regionais, revistas, mantém rádios e reduzido número de emissoras de televisão. Da mesma forma, muitas organizações sociais buscam divulgar suas ações través de veículos próprios e rádios comunitárias. Em outras palavras, há uma convivência entre essas duas situações – o monopólio e a diversidade – porém sem deixar de existir tensão entre as mesmas.

2.4 Imprensa na região do Corede – VRP

Santa Cruz do Sul é o município polo do Corede - VRP, de onde se desmembrou a maior parte da área dos municípios em estudo. Por isso, é relevante constar que essa localidade e arredores tem grande influência dos imigrantes, sobretudo alemães, que chegaram ao Rio Grande do Sul a partir de 1824, vindo para Santa Cruz do Sul – na época chamado de Picada Velha – em 1849. Esses deixavam seu país por causa das precárias condições de vida e poucas perspectivas de trabalho. Nesse período, para o Império Brasileiro, ter uma colônia de alemães na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul vinha a calhar, para que essas terras fossem ocupadas fazendo demarcação como do território fronteiriço, além de terem noções de atividades industriais, artesanais e de agricultura. Junto com os traços culturais desses imigrantes estava a valorização das escolas e da religião. Isso acabou por influenciar a criação da imprensa nesse local, bem como o fato de existirem outros pontos com povoamento de imigrantes sendo a imprensa uma das maneiras de se comunicarem e se interligarem.

O primeiro jornal em língua alemã, no Rio Grande do Sul, foi o *Der Kolonist*, de 1852. Outros foram criados e tiveram vida efêmera. Na visão de Filter (2003), *Deutsche Zeitung* (1861-1917) foi a primeira publicação teuto-rio-grandense a se destacar, com circulação entre a colônia de São Leopoldo e Porto Alegre. Ele acrescenta que, na colônia de Santa Cruz, em 1891, começou a ser editado o *Kolonie*, sendo o primeiro jornal em língua alemã no interior do estado. O autor diz que, no final do XIX, também circularam na colônia de Santa Cruz do Sul: *A Cruzada* e *Volkstimme*. Fala que outros jornais em língua alemã, um pouco mais adiante, surgiram, mas em pouco tempo deixaram de circular, como o *Santa Cruz Anzeiger* (1905-1908) e o *Fortschritt* (1902-1904). Na avaliação do autor o jornal *Kolonie* teria sido o veículo com maior força, muito porque apoiava as medidas do governo provincial.

Em relação às fases pelas quais a publicação passou, ao longo dos seus 50 anos, partindo das colocações de Filter (2003), percebe-se que entre 1891 e 1890, o jornal procura definir seu perfil, sendo um jornal escrito em alemão sobre notícias mundiais, brasileiras, regionais e locais. Mas, sempre privilegiando a cultura germânica e os acontecimentos europeus, assim como recados e comunicados de leitores e organizações de diferentes locais de Santa Cruz do Sul e arredores. Nos anos de 1901-1910, a publicação muda de dono duas vezes, mas permanece a linha editorial. Porém, passa a existir divisão entre quem produz na redação e quem gerencia o negócio, respectivamente, José Ernesto Riedl e Adolfo Lamberts. Também aparecem, de forma mais frequente, propagandas de lojas e indústrias de Porto Alegre, inclusive essas com figuras, desenhos e fotografias, além das sessões das primeiras salas de cinema de Santa Cruz do Sul[105]. Entre 1911 e 1920 os principais assuntos abordados conforme Filter (2003) tratam sobre o que acontece na Alemanha, em Santa Cruz do Sul, circunvizinhanças, e a respeito da Primeira Guerra Mundial. É por causa dessa guerra que a publicação, em 1918, é proibida de circular escrita em alemão. Então, muda de nome entre

---

[105] Segundo Harth (2002), o primeiro local a exibir filmes, em Santa Cruz do Sul, chamava-se Cinema do Coliseu, mas afirma não haver registros, como data de fundação. Então, em 1902, instalou-se o cinema Aliança Católica. Entretanto, seria com a implantação da eletrificação urbana e do Cine-Theatro União, em 1919, que mais pessoas teriam acesso às projeções. Este último quando inaugurado teve casa lotada, cerca de 600 lugares ocupados (HARTH, 2002). Também não há data específica registrada indicando quando o Cine-Theatro União transformou-se Cine Apollo, mas existem informações de que entre 1957 e 1979, quando fechou, tenha sido o maior cinema do estado, com 2.400 lugares. Os filmes reproduzidos tinham origem de países europeus, como a Alemanha, França e Inglaterra. Mas, com o Estado Novo, a lei que proibia o uso de língua estrangeira e a Segunda Guerra Mundial, passaram a ser exibidas, principalmente, películas vindas da indústria cultural norte-americana (HARTH, 2002). Nos anos de 1960, também havia o Cine Vitória. Porém, nas décadas seguintes, acompanha-se a diminuição do público que frequenta as salas de cinema. Muito por causa do surgimento da televisão e da popularização de outras tecnologias como o vídeo cassete, nos anos de 1980 e, mais adiante, na metade dos anos de 1990, o DVD. Os grandes cinemas foram fechando e salas menores sendo abertas nos *shopping centers*, realidade que persiste.

1918 e 1919, passando a ser *Gazeta de Santa Cruz*, redigido em português, atuando como órgão do partido Republicano. No final de julho de 1919, volta a chamar-se *Kolonie* e a ter a linha editorial existente antes dessa intervenção.

Na década seguinte, 1921-1930, o autor diz ter diminuído a ênfase em notícias sobre a Alemanha. Acredita que isso tenha ocorrido pela derrota do país no conflito mundial. Em contrapartida, houve a valorização de informações e notícias locais, permanecendo a utilização do jornal para recados e comunicados. De 1931 a 1936, o veículo volta a reforçar seus vínculos germânicos, publicando, com ênfase, informações vindas do país estrangeiro. Entre as informações regionais, o pesquisador destacou aparecerem com frequência convocatórias para reuniões na cidade e outras localidades do partido Nazista, o NSDAP – Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães. Mas com a instalação do Estado Novo, com o nacionalismo, os rumos tomados pela Segunda Guerra Mundial e o alinhamento do Brasil com os Aliados - apesar da simpatia pelo regime ditatorial de Adolf Hitler (1939-1945) – fizeram com que mudanças importantes acontecessem nas colônias alemãs. Tem-se a proibição de falar e publicar material impresso em idioma estrangeiro no Brasil. Entre 1937 e 1941, segundo Filter (2003), o jornal não tem grandes mudanças na forma de trabalhar as informações e notícias, mas passou a dar mais espaço para informações sobre o Brasil. No dia 29 de agosto de 1941, por causa do decreto imposto pelo Governo Federal, proibindo impressos em língua estrangeira, o *Kolonie* deixou de circular.

No tocante à produção jornalística televisiva no Vale do Rio Pardo, foi em 1988 que a RBS inaugurou a sua 11ª emissora no interior, em Santa Cruz do Sul. O interesse era pela interiorização, buscando se vincular a uma identidade local. Escolheram aquele município pelo fato de ser uma região vista no período como forte do ponto de vista econômico, político e geográfico (SANTOS, 2006). Como analisa Piccinin (2000, p. 36), “a regionalização da cobertura jornalística na TV já era prevista por muitos estudiosos da comunicação como sendo um fenômeno da década de 90, com uma manifestação ao processo global na medida que, se o tempo e a informação são globais, as pessoas continuam vivendo num espaço local, ligadas a raízes familiares e comunitárias”.

Em 2011, a produção jornalística acontece para o programa Jornal do Almoço (JA), de segunda a sexta-feira, com a inserção de notícias locais em dois blocos, o primeiro de oito minutos e o segundo, com tempo variado, entre quatro a dezesseis minutos. Nos sábados, o

JA tem apenas um bloco local, cujo tempo varia. Porém, a média é de três minutos, podendo aumentar até seis minutos, conforme determinações vindas da central em Porto Alegre[106]. Ainda há o programa *News*, com apenas um bloco e variando de três a quatro minutos e meio. As sucursais da RBS TV dos Vales são duas: Cachoeira do Sul e Lajeado. Nelas há duas equipes (repórter e cinegrafista). Junto com a instalação da emissora local, em 1988, ocorreu a da rádio FM do grupo (Atlântida 93.3). Esta, em 2011, além de retransmitir a programação de Porto Alegre, tem 36 horas de programação local, de segunda a sábado.

Retornando à questão da imprensa, o espaço deixado pelo *Kolonie*, em 1941, foi preenchido em 1945, quando surgiu o jornal com o mesmo nome daquele criado em 1918, mas com administração e linha editorial totalmente diferentes, é a *Gazeta de Santa Cruz*. Mais tarde, em 1957 passou a se chamar *Gazeta do Sul*. Os primeiros passos, no sentido de por em circulação um novo jornal, iniciaram em 1943. Foi criada a Editora Santa Cruz, tendo sido Francisco José Frantz[107] quem liderou um grupo de empresários a realizar o empreendimento.

> (...) de alguma maneira, a *Gazeta do Sul*, ao ocupar este lugar de jornal local, acaba por "herdar" os antigos leitores do *Kolonie*, estreitando continuamente sua relação com a comunidade, especialmente a de descendentes dos colonizadores alemães. Neste sentido pode-se compreender a forte relação do jornal com seu público leitor, mantendo-se até hoje como o único jornal diário da região, enquanto os concorrentes têm dificuldades para ampliar as edições ou tiragem (PICCININ at al., 2009, p. 16)

No *site* institucional do jornal[108], há breve histórico sobre a publicação. Nele consta que o periódico foi semanário, até dezembro do primeiro ano, passando a bissemanário e, em 1953, começou a circular três vezes por semana. A respeito da impressão, consta que esta se torna própria em 1950. Nos primeiros cinco anos, havia sido impresso na Tipografia de Aloísio Rech. Há informações de que, em 1955, a oficina se estruturou com mais uma máquina linotipo e uma nova impressora. Esta deixava o jornal dobrado e encartado. Em 1957, na busca por equilibrar seus custos, a empresa passa a sociedade anônima - com 163 acionistas. Assim, o nome também muda para Gazeta do Sul S.A. A alteração no nome fez parte de estratégia para regionalizar a cobertura jornalística. Passou a ter quatro edições semanais e, logo em seguida, cinco. Sistema que persistiu até abril de 1959. Nesse ano voltou a circular três vezes na semana por causa do aumento no custo do papel imprensa (GAZETA DO SUL, 2010).

---

[106] Informações da repórter da RBS TV dos Vales, Brenda Parmeggiani.
[107] Era perito contábil, foi o principal idealizador do jornal que tomaria proporções regionais. Tornou-se jornalista da publicação e diretor em 1950, falecendo em 1981 (KUHN, 2007).
[108] (<www.gazetadosul.com.br/institucional/default.php>).

O jornal abandonou o formato *standard* e tornou-se tablóide em 1972, “seguindo uma tendência dos mais importantes jornais do Estado” (GAZETA DO SUL, 2010). Em 1979, é comprada uma impressora *offset* de quatro unidades. No ano de 1987, inicia-se a informatização. Deixa-se de usar linotipos e são adquiridas duas fotocompositoras MCS 8400 ligadas a sete terminais de vídeo. A circulação tem mudanças em 1988, sendo diária, de terça-feira a sábado, como o jornal de maior tiragem da região (GAZETA DO SUL, 2010). É no final dessa década que contratam serviço de agências de notícias, recebendo informações estaduais, nacionais e internacionais. Em 1995, a publicação passa a ser totalmente informatizada. Optam por computadores *Macintosh* da *Apple* e instalam equipamentos para recepção de agências de notícias via satélite. No ano seguinte, passa a ter edição na segunda-feira, fechando a circulação em seis dias da semana. Também é nesse início dos anos 90 que assessorias de imprensa de órgãos públicos e privados melhoram o fornecimento sistemático de informações.

Em 1997, o jornal roda diariamente a cores e com projeto gráfico renovado. Enquanto que, em 2003, investe-se em nova dobradeira com capacidade para até oito bandas de papel e produção de até 23.000 exemplares por hora. A partir de 2007, a publicação surge com novo *layout* – passa de seis para cinco colunas, entre outras alterações de diagramação. A gráfica tem nova ampliação em 2009. Essas ampliações da gráfica, ao longo da história, se dão para atender à demanda dos jornais do Grupo, mas também porque prestam serviços para outros jornais, que terceirizam a impressão. Em outras palavras, é possível melhorar os equipamentos de impressão por haver demanda desse serviço. Entre os clientes fixos dessa gráfica, estão a *Tribuna Popular* e a *Folha Vale do Sol*, veículos analisados neste estudo.

Junto com essa perspectiva histórica do jornal *Gazeta do Sul* houve a construção do Gazeta Grupo de Comunicações. As emissoras de rádio foram adquiridas nos anos 1980 - *Rádio Gazeta AM 1.180*, em 1980, e *Rádio Gazeta FM*, em 1983 – da mesma forma que o *Jornal da Serra* foi incorporado, transformando-se em *Gazeta da Serra*, em 1984 (MAZUI, 2009). O autor conta que a formação do grupo regional continuou em 1991, com a compra da *Rádio Rio Pardo AM*, renomeada de *Rádio Gazeta AM Rio Pardo*, no município vizinho de Rio Pardo.

> E 1992 foi a vez de comprar a Rádio Gazeta FM Sobradinho, na mesma cidade do jornal *Gazeta da Serra*. Em 1990 a Gazeta Grupo de Comunicações fez outro movimento comum às grandes empresas: criou sua fundação, voltada a trabalhos sociais, a Fundação Gazeta – Jornalista Francisco José Frantz. Em 1997, vem a Editora Gazeta Santa Cruz, voltada à confecção de anuários dos setores agrícola e industrial (MAZUI, 2009, p. 41).

Em 1996, o grupo investiu na área online. Foi comprada a Viavale Internet, provedor local de internet. O próximo investimento aconteceu em 2003, quando os jornais e rádios ganharam versões online e se criou um site de notícias (MAZUI, 2009). Alterações maiores na área online principiariam em 2006, quando contratado estudo para revisão e planejamento estratégico desse setor. No ano seguinte, iniciaram-se contratações para a área de programação em informática. Em 2008, houve o desenvolvimento da intranet, centralizando conteúdo dos diferentes setores (recursos humanos, administrativo, notícias, etc). A partir de 2009, aconteceu a implantação da intranet e substituição do portal Via pelo Gaz – com outro design e mais interatividade[109]. Enquanto, em 2010, há centralização dos veículos no portal Gaz, iniciando com o site do jornal *Gazeta do Sul*, o processo de migração dos sites dos demais veículos para o novo portal ainda está transcorrendo em 2011. Também no ano de 2007 iniciaram-se promoções de eventos em parceria entre a Gazeta e a Inside[110]. Em 2010, é feita sociedade criando o *Complexo Gazeta/Inside*[111]. Enquanto, em março de 2011, começou a implantação física da *TV Gazeta*. Esta é vinculada à *Fundação Gazeta Jornalista Francisco José Frantz*, sendo filantrópica. Também terá ligações com a Editora Gazeta, privilegiando conteúdo cultural[112].

Como lembra Piccinin et al. (2009, p. 14), "os movimentos do grupo correspondem a três das quatro formas de concentração de propriedade apontadas por Capparelli e Lima (2004), que são: horizontal, vertical e cruzada". Também a concentração de diferentes veículos de comunicação potencializou a capacidade de cobertura, possibilitando a troca de informação entre as publicações, rádios e portal, além da racionalização dos custos de produção. E se trazidas as fases do jornalismo propostas por Marcondes Filho (2002), apresentadas no item 2.1, o jornal *Gazeta do Sul* se encaixaria em dois momentos, como exposto por Piccinin, at al. (2009, p. 15):

> Um, o final da terceira fase do jornalismo, que ocorre no século XX até os anos 1970, caracterizada pela organização das empresas jornalísticas em monopólios, pela consolidação dos jornais como negócio e da notícia como seu produto vendável. E outro, o quarto jornalismo, que seria o da contemporaneidade, que coincide com o período da globalização e mundialização, e é marcado pelo domínio da informação por conglomerados. O momento atual também é de informatização e digitalização

---

[109] Informações concedidas pelo diretor da Viavale, Jonathan Jandrey Borges.
[110] *Inside* é a denominação de local em Santa Cruz do Sul com ampla estrutura onde acontecem *shows* de músicos e grupos musicais consagrados nacionalmente.
[111] Informações concedidas pelo gerente de eventos da Gazeta Grupo de Comunicações, Edson Marques.
[112] Informações concedidas pelo editor da Editora Gazeta, Romar Beling.

> dos processos e de crescimento da informação oriunda das instituições públicas e privadas e pelas redes de comunicação e informação no fornecimento e difusão de informação.

Como já foi dito, o jornal *Gazeta do Sul* é o veículo hegemônico e de referência na região do Corede – VRP, mas outras publicações estão no mercado, algumas, inclusive, tentando concorrer diretamente com o Grupo Gazeta. Nesse sentido, há a Mitra Diocesana de Santa Cruz do Sul, com uma rádio (rádio Santa Cruz AM 550), uma gráfica, o jornal *Diário Regional* e uma livraria. A rádio Santa Cruz AM 550, assim como a *Gazeta do Sul*, têm vínculos mais profundos com a população regional. Foi fundada em 1946, por Arnaldo Ballvê, sendo pioneira na radiodifusão na região e a primeira de uma rede de 15 rádios no interior do estado. Nos anos de 1990, foi vendida para a família Proença, a qual se desfez do empreendimento em 2002, quando um grupo santa-cruzense, com coordenação da Mitra Diocesana, adquiriu a rádio (RÁDIO SANTA CRUZ, 2010). A entidade ainda edita a publicação religiosa *Jornal Integração*, desde 1974. Já o veículo que busca ter um caráter mais noticioso e laico surgiu em 2009, o *Diário Regional*. Há vínculos com a Mitra, porém essa publicação faz parte do Grupo Santa Cruz de Comunicação. Sua circulação é de segunda-feira a sábado, na área que compõe a Diocese de Santa Cruz[113]. Observando-se a publicação, é possível verificar que, apesar da intenção ser regional, é visível faltar estruturação para dar conta de todos os municípios a que se propõem, fazendo-se valer, muitas vezes, de *releases* das assessorias de imprensa. Percebe-se a tendência em publicar informações sobre acontecimentos e questões religiosas.

No município de Santa Cruz do Sul, ainda há o *Riovale Jornal*, fundado em 1976, trissemanal, que atua principalmente no âmbito local, com algumas assinaturas na região como em Vera Cruz e Vale do Sol, representando cerca de 10% do total[114]. E o jornal o *Estado Gaúcho*, com 37 anos de existência, semanal, vinculado ao político Irton Marx[115], o qual, em geral, expõe suas posições através da publicação.

Diante dessa contextualização, ligada aos primeiros jornais editados na região do Corede – VRP e da formação do maior grupo de comunicação da região, ainda há os

---

[113] A Diocese de Santa Cruz do Sul é formada pelos municípios de: Santa Cruz do Sul, Sinimbu, Venâncio Aires, Rio Pardo, Candelária, Vera Cruz.

[114] Informações repassadas pelo editor-chefe *Riovale Jornal*, Nelson Treglia, por e-mail.

[115] Nos anos de 1990, tornou-se conhecido por organizar um movimento sececionista a favor da separação do Rio Grande do Sul do Brasil, formando a República dos Pampas. Foi eleito vereador, em Santa Cruz do Sul, em 2005 e 2008, bem como concorreu ao cargo de deputado estadual em 2010, pelo Partido Trabalhista Cristão (PTC), mas não se elegeu.

impressos de menor circulação e abrangência que surgiram nos demais municípios do Corede. Segundo levantamento feito em 2009, na região delimitada para este estudo, dos 23 municípios, em 12 há jornal produzido na sede. Para se ter um panorama geral sobre esses veículos, formulou-se o quadro a seguir, no qual consta o nome do município, quando foi emancipado e se há jornal com sede no mesmo.

Quadro 1 - Jornais impressos em municípios do Corede - VRP

MUNICÍPIO	EMANCIPAÇÃO	JORNAL COM SEDE NO MUNICÍPIO
Arroio do Tigre	06/11/1963	---
Candelária	07/07/1925	Folha de Candelária Jornal de Candelária
Boqueirão do Leão	08/12/1987	O Boqueirão
Encruzilhada do Sul	19/07/1849	Jornal do Sudeste Jornal 19 de julho Correio Popular
Estrela Velha	28/12/1995	----
General Câmara	04/05/1881	----
Herveiras	28/12/1995	----
Ibarama	15/12/1987	----
Lagoa Bonita do Sul	16/04/1996	----
Mato Leitão	20/03/1992	----
Pantano Grande	15/12/1987	Tribuna Regional Destak
Passa Sete	28/12/1995	----
Passo do Sobrado	20/03/1992	Gazeta Popular
Rio Pardo	01/10/1809	Jornal de Rio Pardo Jornal Fato
Santa Cruz do Sul	31/03/1877	Gazeta do sul Riovale Jornal Diário Regional O Estado Gaúcho
Segredo	05/05/1965	----
Sinimbu	20/03/1992	Tribuna Popular
Sobradinho	03/12/1927	Gazeta da Serra
Tunas	08/12/1987	----
Vale do Sol	20/03/1992	Folha Vale do Sol
Vale Verde	28/12/1995	----
Venâncio Aires	30/04/1891	Folha do Mate
Vera Cruz	30/01/1959	Arauto Comunitário Novo Tempo

Fonte: Elaborada pela autora.

Percebe-se que dentre os 23 municípios pertencentes ao Corede - VRP, em 11 não há jornal na sede. No entanto, esses, muitas vezes, são atendidos pelo jornal regional (*Gazeta do Sul*) ou veículos de municípios vizinhos. Em geral, a circulação é no centro urbano e localidades de mais fácil acesso para a distribuição. Portanto, nem sempre todo o município é atendido pela mesma publicação. Para exemplificar, há o caso de Herveiras. Não existe publicação com sede nesse município; no entanto, circulam nele o *Tribuna Popular*, a *Folha Vale do Sol* e *o Serrano*[116], que são de municípios vizinhos. Ainda durante essa sondagem exploratória, foi possível conferir que o município onde está a sede do jornal é privilegiado em relação à distribuição e cobertura noticiosa. Mas o entrelaçamento não ocorre somente nos municípios sem jornal na sede. Muitas vezes, há uma permeabilidade de circulação de diferentes jornais que são da circunvizinhança. Isso fica mais claro ao se conferir a abrangência dos jornais. Para tornar melhor compreensível formulou-se o quadro a seguir. Nele optou-se por colocar os municípios do Corede - VRP que têm jornal na sede, o nome desses veículos, quando foram fundados, a periodicidade e onde circulam.

[116] O jornal *O Serrano* tem sede no município de Barros Cassal, que faz parte do Corede - Alto da Serra do Botucaraí, por isso não foi citado no quadro dos jornais.

Quadro 2 - Municípios do Corede-VRP com jornais na sede, sua fundação, periodicidade e circulação

MUNICÍPIO SEDE	JORNAIS	DATA DE FUNDAÇÃO/ PRIODICIDADE	CIRCULAÇÃO EM OUTRO MUNICÍPIO
Boqueirão do Leão	O Boqueirão	02/04/2002 Semanal	Gramado Xavier, Progresso, Canudos do Vale, Sério, Barros Cassal e o Distrito de Alto Paredão, pertencente a Santa Cruz do Sul.
Candelária	Folha de Candelária	10/03/1986 Bissemanal	Cerro Branco e Novo Cabrais.
	Jornal de Candelária	03/04/1997 Semanal	Cerro Branco e Novo Cabrais.
Encruzilhada do Sul	Jornal do Sudeste	21/06/1953 Semanal	Porto Alegre, Santa Cruz do Sul, Cachoeira, Pantano Grande.
	Jornal 19 de julho	22/05/1991 Semanal	Porto Alegre, Santa Cruz do Sul, Cachoeira, Brasília.
	Correio Popular	31/03/2005 Quinzenal	Amaral Ferrador, Dom Feliciano, Porto Alegre.
Pantano Grande	Tribuna Regional	26/03/2007 Quinzenal	Rio Pardo e Minas do Leão.
	Destak	27/03/2009 Semanal	Rio Pardo.
Passo do Sobrado	Gazeta Popular	21/02/1998 Semanal	Vale Verde, Rio Pardo e Santa Cruz do Sul.
Rio Pardo	Jornal de Rio Pardo	03/071976 Semana	Pantano Grande e Passo do Sobrado.
	O Fato	23/03/2009 Quinzenal	Não circula em outro município.
Santa Cruz do Sul	Gazeta do Sul	26/01/1945 Segunda a Sábado	Arroio do Tigre, Boqueirão do Leão, Salto do Jacuí, Jacuizinho, Segredo, Candelária, Encruzilhada do Sul, Estrela Velha, General Câmara, Herveiras, Ibarama, Lagoa Bonita do Sul, Lagoão, Mato Leitão, Pantano Grande, Passa Sete, Passo do Sobrado, Rio Pardo, Santa Cruz do Sul, Segredo, Sinimbu, Sobradinho, Tunas, Vale do Sol, Vale Verde, Venâncio Aires, Vera Cruz.
	Riovale Jornal	22/09/1976 Trissemanal	Vera Cruz, Vale do Sol.
	Diário Regional	24/11/2009 Segunda a Sábado	Sinimbu, Venâncio Aires, Rio Pardo, Candelária, Vera Cruz.
	O Estado Gaúcho	1974 Semanal	Não circula em outro município.
Sinimbu	Tribuna Popular	14/08/1993 Semanal	Gramado Xavier e Herveiras.
Sobradinho	Gazeta da Serra	1983 Semanal	Arroio do Tigre, Salto do Jacuí, Segredo, Ibarama, Lagoão, Tunas, Lagoa Bonita do Sul, Passa Sete, Estrela Velha e Jacuizinho.
Vale do Sol	Folha Vale do Sol	14/07/1995 Semanal	Herveiras.
Venâncio Aires	Folha do Mate	06/10/1972 Trissemanário	Venâncio Aires, Mato Leitão, Boqueirão do Leão, Passo do Sobrado, Vale Verde e Santa Cruz do Sul.
Vera Cruz	Arauto Comunitário	24/09/1986 Bissemanal	Santa Cruz, Vale do Sol.
	Novo Tempo	2006 Semanal	Não circula em outro município.

Fonte: Elaborado pela autora.

Como se pode conferir, nesses 12 municípios, há o total de 21 jornais. Acompanhando onde esses 21 jornais circulam, percebe-se que, muitas vezes, atingem além de seu município sede, outros municípios que também têm seu próprio veículo de comunicação impresso na sede. Portanto, há uma sobreposição de circulação, o que pode ser visto como benéfico para a população que tem a possibilidade de acessar mais de um periódico se quiser. Também há outros municípios, os quais não têm jornal produzido na sede, que são assistidos por um ou mais jornais de município vizinho. Por exemplo, há o caso de Herveiras, nele circulam pelo menos três periódicos: *Gazeta do Sul* (Santa Cruz do Sul), *Folha Vale do Sol* (Vale do Sol) e *Tribuna Popular* (Sinimbu).

Os municípios com maior número de jornais são: Santa Cruz do Sul (4), Encruzinhada do Sul (3), Candelária, Pantano Grande, Rio Pardo e Vera Cruz (2 cada). Os demais seis têm um jornal na sede. Percebe-se que Santa Cruz do Sul, o município polo do Corede - VRP, é aquele que tem maior número de periódicos. Também nele está concentrado o maior número de habitantes e o principal poderio econômico regional. Ainda pode-se considerar que, para um município ter mais de um periódico, além da questão econômica local, pode haver interferência de grupos políticos, religiosos, etc.

A maioria dos periódicos (12) é semanal, seguido pelos quinzenais (3). As demais periodicidades – bissemanais, trissemanais, e de segunda-feira a sábado – apresentam duas publicações em cada uma das modalidades. O número de vezes que um jornal circula pode demonstrar o quanto está estruturado com profissionais e economicamente. A realidade verificada parece indicar que a maioria das publicações no Corede – VRP não conseguiu atingir grau de estruturação da redação e do ponto de vista financeiro, para suportar circular mais de uma vez na semana ou quinzenalmente.

Também é possível verificar que a maior parte dos jornais (7) surge nos anos 2000. Desses, três foram em 2009, os demais em anos diferentes. Possivelmente, esse fenômeno se deva: à popularização da tecnologia digital e o barateamento de computadores, câmeras, acesso à internet; à estabilidade econômica no país; e o maior número de jornalistas se formando na universidade da região, a UNISC, crescendo a oferta de profissionais na área. Tudo isso pode ter contribuído para que empreendedores vissem na implantação de um jornal uma oportunidade de negócio. Em 1990 surgem cinco jornais, dos quais três foram criados em municípios emancipados naquela década. Vindo ao encontro da busca pelo desenvolvimento local almejado nessas movimentações, ao passo que era mais um serviço

sendo criado e empregos gerados. Ainda essas publicações corroboram com a construção da identidade local e circulação de informação no novo município.

Já na década de 1980, surgiram três jornais. Dois deles foram criados em 1986, quando o Brasil estava em processo de abertura política, rumo à democratização. Nos anos de 1970, quatro publicações aparecem em municípios que já despontavam como grandes produtores de tabaco, vindo a sediar empresas multinacionais. Na década de 1960, não houve registro de jornal que ainda esteja em circulação. Provavelmente, pela dificuldade técnica de produção de um periódico, bem como iniciativas podem ter sido sufocadas pela censura da ditadura militar. Nos anos 1950 e 1940, surgiu um jornal em cada decênio. Eles ainda circulam no Corede – VRP, respectivamente: *Jornal do Sudeste*, em Encruzilhada do Sul; e a *Gazeta do Sul*, em Santa Cruz do Sul.

Com base nesses dados, fica evidente que, nas duas últimas décadas, aumentou o número de jornais na região em estudo, com especial ênfase para o ano de 2009, quando três publicações foram criadas, realidade que vem ao encontro do pensamento de Brito e Pedreira (2009). Eles acreditam que no Brasil e nos demais países em desenvolvimento, que compõem o BRIC – Brasil, Rússia, Índia e China – esteja sendo ampliado o número de leitores, porque pessoas antes excluídas, agora, por terem melhores condições econômicas, passaram a consumir certos bens que não eram possíveis anteriormente. Da mesma forma aumentou a alfabetização, no caso brasileiro. Este pode ser outro fator relevante para que, fundar um jornal, se torne um negócio atrativo para empreendedores também distantes de grandes centros urbanos. Como afirma Fadul (2007), são cruciais para o desenvolvimento da mídia impressa dois fatores: o nível de escolaridade e o índice potencial de consumo.

Em relação ao tipo de jornalismo que produzem, na visão de Vieira (2002), é preciso expandir o debate em relação às potencialidades do jornalismo produzido no interior, fora dos grandes centros urbanos:

> A idéia é que se precisa recuperar a importância de um modo de fazer jornalismo que pode resgatar importantes características como a verdadeira tarefa de ligar universos sociais. Antes de pensar na velha fama de *picaretagem* dos jornais do interior, também é preciso lembrar que muitos dos grandes escritores e jornalistas brasileiros iniciaram suas carreiras em pequenas gazetas, como é o caso de Carlos Drumonnd de Andrade e José Hamilton Ribeiro, somente para citar dois (VIEIRA, 2002, p. 121).

O autor acredita que estejam sendo intensificadas as transformações vividas pelo jornalismo na década de 1990 e anos 2000. Porém, as mesmas não seriam para melhor. Vieira

(2002) assevera que os grandes jornais adotam gramáticas redacionais e rotinas de produção em uma racionalização e sistematização, o que acabaria por uniformizar e, muitas vezes, abafar a criatividade e humanização possível ao jornalismo.

Estar-se-ia muito mais preocupado com o horário de fechamento, anunciantes, cumprimento de regras preestabelecidas do que com o compromisso social, a informação, o receptor. Ele indica que, "para os jornais do interior, em função de sua pequena estrutura, torna-se mais fácil ampliar o nível de complexidade da produção" (VIEIRA, 2002, p. 123). Seria a facilidade de implementação, agilidade nas mudanças e tomadas de decisão, na maior receptividade a um novo tipo de raciocínio, bem como a proximidade entre jornalista e público, a principal vantagem desses veículos interioranos, levando-se em conta ser preciso a aceitação e pró-atividade dos dirigentes.

Vieira (2002, p. 126) afirma que "os profissionais que estão mais próximos dos fatos e de suas repercussões podem, não só produzir trabalhos mais sintonizados com as demandas sociais, mas também promover um diálogo mais revelador e cidadão". No entanto, desse profissional é necessário haver uma compreensão para além da funcionalista emissor/receptor. Este precisaria compreender o jornalismo como um processo de comunicação em que há relação entre enunciador e co-enunciador de discursos, em um reconhecimento de participação daquele que consome a produção jornalística, ressaltou o autor. Entraria em cena, portanto, o mediador social.

3 OS JORNAIS EM ESTUDO E SUAS REALIDADES

Para desenvolver este capítulo, recorde-se que anteriormente houve a delimitação espacial e temporal do estudo, formulado durante 2009, para o projeto da pesquisa, sendo respectivamente, a região correspondente ao Corede - VRP e da década de 1990 à atualidade. Em 2009, também foram construídos os critérios de seleção dos periódicos: estarem na região do Corede – VRP; serem jornais criados após as emancipações ocorridas nos anos de 1990; e terem sede em um dos municípios emancipados. Desse modo, chegou-se às publicações: *Tribuna Popular*, de Sinimbu; *Folha Vale do Sol*, de Vale do Sol, e *Gazeta Popular*, de Passo do Sobrado.

A base teórica e a coleta de dados foi composta a partir da *pesquisa bibliográfica*, *pesquisa documental* e a técnica de *entrevista em profundidade*. As entrevistas foram semi-abertas, com questionário semi-estruturado, havendo um roteiro-base. A amostra para as entrevistas foi selecionada de modo intencional, sendo os proprietários dos jornais e as pessoas que exerciam o cargo de editor-chefe na redação, totalizando seis indivíduos. As entrevistas aconteceram no mês de janeiro de 2011. Exceto com o proprietário da *Folha Vale do Sol*, a qual ocorreu em junho de 2010, porque foi o pré-teste do roteiro-base. Como ressalta Duarte (2006), quando possível e viável é recomendado realizar a primeira entrevista com fonte conhecida, pois o roteiro pode ser aperfeiçoado, assim como a condução da entrevista. A transcrição do pré-teste foi feita em julho de 2010; já das demais aconteceu no mês de fevereiro de 2011. Ainda, à medida que foram feitas as entrevistas, verificou-se que todos os três periódicos iniciaram tendo um outro sócio. No entanto, esses antigos sócios deixaram de ter participação nos primeiros anos de vida de cada publicação. Por uma questão de recorte de pesquisa – por serem três jornais e três municípios – e para respeitar o tempo limitado à confecção desta dissertação, optou-se por entrevistar somente os donos que permaneceram no negócio.

A partir da abordagem metodológica empregada, buscou-se investigar o surgimento e a estruturação dos jornais em estudo. Para tanto, foram objetivos específicos de pesquisa conhecer: a) o histórico da publicação, b) sua linha editorial, c) evolução da estrutura de produção, d) formação profissional de seus funcionários, e) abrangência e circulação, e f) aspectos financeiros dos periódicos. Através destes eixos de análise a pesquisa buscou relacionar os jornais impressos com o desenvolvimento de seus municípios, refletindo na região.

A seguir, a descrição e análise dos resultados das entrevistas feitas busca articular as informações obtidas a campo com a finalidade de organizá-las, juntamente com o levantamento teórico-bibliográfico realizado nesta dissertação. Para tanto, a partir das entrevistas, e procurando atender aos objetivos da pesquisa, formulou-se seis temáticas para a organização da análise: fase inicial do jornal e as relações com o poder público; evolução da estrutura de produção; linha editorial; formação dos profissionais; abrangência e circulação; e aspectos financeiros.

3.1 *Tribuna Popular*, Sinimbu

O encontro com o proprietário do jornal *Tribuna Popular*, Paulo José Dhiel, foi realizado, no dia 24 de janeiro de 2011, pela parte da manhã e início da tarde, levando três horas e cinquenta minutos. A entrevista com a coordenadora de redação, Débora Inês Vogt, aconteceu no mesmo dia, à tarde, com a duração de duas horas. Para evitar interferência ou acanhamento da entrevistada pela presença do dono do jornal, no momento da entrevista com Vogt destinou-se atenção para que ele não estivesse presente na redação. Ambas as entrevistas aconteceram na sede do jornal.

3.1.1 Fase inicial do jornal e as relações com o poder público

Nesse tópico será apresentado como surgiu o jornal *Tribuna Popular* para assim registrar seu histórico e compreender as disputas envolvidas no processo de sua instalação. Ainda busca-se verificar a conexão da publicação com a emancipação do município e contemplar as conexões do jornal com o poder público e sociedade local.

A publicação com o nome de *Tribuna Popular* circulou pela primeira vez no dia 14 de agosto de 1993. No entanto, quatro meses antes – 18 de abril – foi criado o primeiro jornal de Sinimbu: *Tribuna do Vale*. Os dois veículos têm ligação porque Paulo José Dhiel foi quem implantou ambos. Mas após desentendimento entre os sócios[117] do jornal *Tribuna do Vale*, Dhiel (2011) lançou o seu próprio veículo: *Tribuna Popular*. Assim, foi transferida a linha

[117] A sociedade era composta por Paulo José Dhiel, Luiz Fernando Iser, dois irmãos e a mãe de Iser, mas apenas Dhiel trabalhava diretamente na publicação, os demais tinham outras atividades e não se envolviam com a produção do jornal e não moravam em Sinimbu.

editorial do primeiro para o segundo. Sinimbu teve dois jornais – quinzenais – circulando como concorrentes até dezembro de 1993, vindo a permanecer apenas o *Tribuna Popular*, transformado em semanário, no final de 1994. O motivo da sobrevivência apenas do *Tribuna Popular*, do ponto de vista de Dhiel (2011) foi, possivelmente, pelo fato dele ter tido mais experiência na produção de veículo impresso e ter maior conhecimento sobre o que era efetivamente o município. Ainda o entrevistado destacou a qualidade jornalística, que considerou melhor que a do concorrente. Ele tinha estruturada estratégia de vendas de assinaturas, anúncios e produção de matérias. Havia firmado contato com o comércio, lideranças e o poder público local, além de já trabalhar como assessor de imprensa na Prefeitura e como correspondente da sucursal da rádio Santa Cruz (DHIEL, 2011). Em outras palavras, ele já estava inserido na sociedade local e havia feito as amarrações necessárias para possibilitar que seu jornal se sobressaísse.

Mas a ideia de criar um jornal em Sinimbu, segundo Dhiel (2011), veio de Luiz Fernando Iser. Na época, Iser era coordenador da sucursal da RBS TV de Santa Cruz do Sul e tinha noção do mercado de anunciantes da região para rádio e televisão. Os sócios percebiam no município forte adesão à publicidade de rádio, supondo igual potencial para a mídia escrita.

Dhiel (2011) conta que começou a trabalhar em jornal em 1986, no Riovale, em Santa Cruz do Sul, empresa em que ficou até 1991, passando para a *Folha do Mate*, de Venâncio Aires. Através desse veículo, haviam sido criadas sucursais em outros locais. Ele trabalhou efetivamente na criação da sucursal de Passo do Sobrado – local que estava em processo de emancipação – e de Boqueirão do Leão. Nessas sucursais, o profissional precisava ser o que chamou de *polivalente.* Em outras palavras, exercia quase todas as etapas na produção de um jornal, passando pela redação, diagramação, arte da publicidade, vendas e distribuição. Assim, Dhiel (2011) já conhecia as dificuldades a serem enfrentadas.

A tomada de decisão para a criação do jornal foi rápida. As tratativas mais concretas começaram em janeiro de 1993 e, no dia 1° de abril, Dhiel e a esposa, Sinara Cristina Klafke Dhiel, estavam se mudando para Sinimbu. Em seguida, ele foi convidado para trabalhar como assessor de imprensa na Prefeitura do novo município. Dhiel, depois de se mudar, também atuava na sucursal da Rádio Santa Cruz, de Santa Cruz do Sul, em Sinimbu. Portanto, o entrevistado era referência ao se falar de jornalismo no município recém emancipado, pelas conexões: jornal, rádio e assessoria de imprensa. Outro ponto que pode ser levado em consideração é o fato do entrevistado ter um irmão, Luís Carlos Dhiel, que da mesma forma

estava envolvido com a produção de veículo impresso, na época chamado vera-cruzense, denominando-se *Arauto Comunitário* em 1997, jornal de Vera Cruz. Pode-se ver que a família tinha, e permanece tendo, relação com jornais e com o jornalismo.

Ainda é preciso levar em consideração que o entrevistado, enquanto trabalhou no *Riovale Jornal* e *Folha do Mate*, acompanhou os processos de emancipação que aconteceram no Vale do Rio Pardo. Dhiel (2011) ainda tinha ligação com Gramado Xavier, município vizinho, pela sua esposa ser natural de lá e ter parentes residindo no mesmo. Portanto, o proprietário trazia uma percepção empírica das possibilidades e oportunidades que viriam com as emancipações. Nesse sentido ele diz:

> Eu acho que, se não tivesse saído a emancipação, nós não teríamos pensado no projeto. Então, acho que o fato de ter tido a emancipação possibilitou se pensar no projeto para um jornal. (...) Com certeza tinha, na esteira, nas emancipações, uma perspectiva concreta aí [de desenvolvimento] (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*) [118].

Quanto ao nome do jornal, ele fala terem optado pela palavra *Tribuna* no sentido de ser algo democrático, um espaço que desse voz à população local. Verifica-se a intencionalidade do veículo se fazer identificar como meio a ser utilizado pela população. Já a palavra *Vale* se fez presente pela questão geográfica: por estar no Vale do Rio Pardo, próximo ao vale do Rio Pardinho. Na necessidade de mudança, optou por *Tribuna Popular*. Continua a palavra *Tribuna*, permanecendo a lógica anterior e no sentido de não se desvincular totalmente do primeiro jornal. Já o termo *popular* parece buscar aproximação com a população.

A instalação do *Tribuna do Vale* contou com diversas dificuldades. As principais, indicadas por Dhiel (2011), eram a falta de estrutura de redação - apenas duas pessoas (ele e a esposa) exercendo todas as funções para produzir a publicação, o sistema analógico de produção com máquina de escrever, por ser um município rural, com pequeno núcleo urbano, estradas de chão batido, exigindo uma logística bem planejada para a distribuição. Em contrapartida, como ele mesmo revela, "era o único jornal que tinha aqui. Se por um lado tinha dificuldades, por outro, tinha uma aceitação muito boa. Então, o resto foi mais trabalho mesmo" (DHIEL, 2011).

Com a criação do seu veículo, o *Tribuna Popular*, muitos assinantes do primeiro jornal de Sinimbu migraram para o segundo. Por isso, o *Tribuna Popular* começou com cerca

---

[118] Entrevista realizada no dia 24 de janeiro de 2011.

de 500 assinaturas, passando em pouco tempo para 700. No entanto, o entrevistado reconhece a influência do trabalho realizado por ele anteriormente no primeiro jornal, pois as pessoas já o conheciam e o vinculavam como a pessoa do jornal local.

Para o leitor, a explicação sobre o surgimento de mais um veículo impresso e com o nome parecido com o daquele que já circulava veio na primeira edição. Nela, sem ser explícito, por haver um processo judicial tramitando, apresentou-se as motivações que levaram ao "nascimento" do *Tribuna Popular*, que seriam: o compromisso com a comunidade de Sinimbu, a continuidade do trabalho que vinha sendo realizado no periódico anterior e ser um jornal feito por quem estava convivendo com a sociedade local. Tanto que o *slogan* que adotou foi: "O jornal da sua gente". Dhiel (2011) conta que ao vender assinaturas para a nova publicação algumas pessoas reclamavam, pois já haviam assinado, através dele, o outro jornal. A estratégia adotada pelo entrevistado foi o diálogo e prolongar algumas semanas o período de recebimento do jornal para aquele cliente.

> Sustentar as assinaturas que tinha do outro não tinha como. (...) Quem reclamava a gente explicava a situação. Não quer? A gente entende também. Só que não tem como bancar direto tudo. E olha, a grande maioria comprou junto a idéia. Interessante isso. Mas é típico de alemão, ele, digamos assim, quando se sente seguro, ele banca. Ele compra a ideia, ele se sente em casa (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Essa referência à etnia alemã é justificada pelo município ter muitos descendentes de imigrantes alemães. Infere-se que houve empatia dos assinantes com Dhiel (2011) e a situação pela qual passava. Para o entrevistado, as dificuldades em implantar o *Tribuna Popular* foram muito similares das existentes para produzir o *Tribuna do Vale*: dificuldades técnicas, redação enxuta, ele e a esposa atuando em todas as frentes do empreendimento. Diz que, por um lado, havia um "clima" desconfortável, pois não podia falar explicitamente sobre o que estava acontecendo. Afirma que, pela metade de 1994, essa situação se dissipou, também porque o processo jurídico havia terminado com um acordo firmado entre os envolvidos e o *Tribuna do Vale* já não circulava desde dezembro de 1993. No entanto, revela que o fato de dois jornais terem circulado, por outro lado, criou um efeito que beneficiou a sua publicação. Como muitas pessoas recebiam os dois jornais, era possível a comparação. Nisso, o proprietário acredita que se destacou a qualidade do trabalho que ele realizava.

Ainda deve-se levar em conta que, ao deixar o jornal do qual era sócio, e criar o seu próprio, sabia que podia contar com a simpatia do poder Executivo local, do qual era assessor de imprensa e de empresas locais. "(...) eles continuaram também apostando em mim"

(DHIEL, 2011). O entrevistado coloca que o jornal sempre foi um parceiro do município. Verifica-se sua inserção na sociedade local por participar e incentivar movimentos ou ações que repercutam em melhorias para o município. Cita ter sido conselheiro regional quando havia o Orçamento Participativo, fez parte da criação da Câmara de Comércio, Indústria e Serviços (CACIS) de Sinimbu, do qual foi diretor de eventos e está no cargo de vice-presidente. Ainda tem envolvimento com entidades organizadas que almejam o desenvolvimento do município, como a Comissão Pró-Acesso ao Corredor de Exportação (RSC-153)[119]. Dhiel (2011) se encaixa no perfil que Dornelles (2004) aponta ser necessário a quem trabalha ou comanda um jornal com características similares ao *Tribuna Popular*: ser atuante e envolver-se na luta de reivindicações da comunidade. E esse jeito de ser acaba sendo incorporado no jornal, como se pode conferir a seguir:

> O jornal tem como pautar algumas coisas. Pautar, questionar, e na minha coluna também. Eu afirmo algumas coisas muito concretas, mas acho que o jornal tem esse papel de questionar, de apontar alguns rumos também. Aí, como colunista, tu tens uma liberdade maior (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Observou-se que, nessa coluna, que mantém semanalmente no jornal, expõe sua opinião, analisa, comenta, interpreta e critica sobre diferentes assuntos locais, regionais ou nacionais, que estão ou não contemplados na publicação. Em geral, temáticas ligadas à política e economia que impactem de alguma forma os cidadãos da microrregião[120] de abrangência do jornal. A partir da observação das publicações ao longo de 2010, e levando em conta que ele esteve envolvido com o poder público local como assessor de imprensa na primeira legislatura (1993-1996/ Partido do Movimento Democrático Brasileiro - PMDB), terceira (2001-2004/PMDB) e quarta gestão (2008/ Partido Progressista - PP e Partido da Social Democracia Brasileira - PSDB), além de acompanhar semanalmente as sessões da Câmara de Vereadores, porque produz o resumo que é publicado no jornal, verifica-se que Dhiel (2011) expõe com propriedade as suas ideias, principalmente, quando fala de assuntos locais. Em vários momentos, ele parece exercer o papel de *ombudsman*[121] do poder público

---

[119] Busca o asfaltamento de uma ligação entre Sinimbu a RSC-153.

[120] Segundo o *Manual de Redação e Ética* da publicação, a microrregião é formada por Sinimbu, Gramado Xavier e Herveiras. No entanto, adiante se verifica que o jornal ainda circula no distrito de Rio Pardinho, de Santa Cruz do Sul e no centro daquele município, bem como tem algumas assinaturas em Barros Cassal e Boqueirão do Leão e Vera Cruz, municípios próximos, pertencentes à região do Corede -VRP.

[121] Na imprensa, o papel do *ombudsman* é o de uma pessoa contratada para que, de modo independente, represente os leitores dentro da publicação, fazendo, muitas vezes, críticas à mesma. No caso apresentado, Dhiel (2011) se colocaria como representante da população local em relação ao poder público e exerceria essa função de o*mbudsman* através do jornal.

local. Em outros, a maneira de apresentar o que quer dizer é mais tímida, provavelmente pela proximidade com os envolvidos com aquele assunto abordado e com a prefeitura.

Como já citado, Dhiel (2011) foi assessor de imprensa da prefeitura de Sinimbu em três governos. Ele começou a trabalhar como assessor de imprensa no mesmo período em que instalou o jornal *Tribuna do Vale*, na metade de 1993. O entrevistado afirma que sua contratação como assessor de imprensa se deu, principalmente, por não haver no local outra pessoa com habilidade para exercer a função. "Não tinha ninguém, então acabamos fazendo essa parceria" (DHIEL, 2011). Em outra fala, o entrevistado revela que, apesar de não ter conexões com o primeiro prefeito eleito de Sinimbu, Wilson Molz (PMDB), era conhecido por pessoas do primeiro escalão, como o secretário de administração, Guido Nestor Buenecker, e o secretário de Finanças, Lindolfo Schweickhart. Pensa que, provavelmente, estes tenham dado referências suas ao prefeito e, por isso, tenha recebido o convite. Essa relação também contribuiu na tomada de decisão para criar o seu próprio jornal - *Tribuna Popular* - após os impasses com os sócios do *Tribuna do Vale*. "Eles compraram a idéia de ter um jornal parceiro do município e os dois [secretários] me conheciam no aspecto de confiança" (DHIEL, 2011, proprietário). Aqui se vê, mais uma vez, que é pelos contatos interpessoais do entrevistado que ele consegue o emprego e apoio para implantar o seu jornal. Na passagem acima, Dhiel (2011) utiliza a palavra *parceiro do município*, mas pode-se compreender que o arranjo passa pela cooperação entre jornal e poder público local no sentido de colaboração para que o desenvolvimento acontecesse.

O entrevistado reconhece que estar trabalhando como assessor de imprensa quando criou o segundo jornal de Sinimbu - *Tribuna Popular* - auxiliou no equilíbrio financeiro, investimentos iniciais e na estruturação do jornal. Afirma não ser filiado em partido político, mas tem suas convicções. Como pode ser verificado, foi assessor de imprensa em dois governos do PMDB (1993-1996 e 2001-2004) e continuou no cargo, apesar da mudança de sigla, em 2005, vindo a instalar-se o governo do Partido Progressista (PP).

Dhiel (2011) acredita que tenha se mantido após troca da legenda por causa de um episódio que envolveu o serviço de pesquisas que realiza por uma segunda empresa que mantém, a Ativa Editora. Em 2000, fez pesquisa eleitoral para o PMDB, em Sinimbu, mas depois de ações judiciais movidas pelo PP, teve uma série de complicações. No entanto, Dhiel (2011) ganhou as ações na Justiça, porque o resultado das pesquisas que fez eram muito similares entre si e ao resultado nas urnas. Nas eleições municipais seguintes, tanto o PMDB quanto o PP solicitaram pesquisa eleitoral a sua empresa. Esta deu resultado favorável ao PP.

Infere-se que ele conseguiu conquistar uma posição de credibilidade devido ao resultado do serviço que ofereceu, o qual conferiu com a realidade vista posteriormente. Assim, o prefeito eleito pelo PP, Mário Rabuske, o convidou para continuar como assessor de imprensa. Mas não se pode deixar de levar em conta que, para o prefeito, ter alguém confiável, era importante e conseguir manter como assessor de imprensa o dono do jornal local também poderia lhe trazer benefícios, como mais espaço na publicação ou garantia de posicionamento mais favorável pelo veículo ao longo de seu governo. O entrevistado comenta que, entre os fatores que o fez aceitar a proposta, foi a oportunidade de mudar a conexão, dele e de seu jornal, a um partido político.

> Tinha assim: o Paulo é do PMDB. Era uma oportunidade que eu tinha e que o jornal tinha de desmistificar isso também. Aí, ele [o prefeito, Mário Rabuske] insistiu no convite, e eu fui falar com o Wilson [Molz, ex-prefeito pelo PMDB]. Expliquei a situação e perguntei: como é que tu vê? O que vai implicar na nossa relação de pessoa física? Ele disse: - Não, se tu acha que tu deve. Só cuida que ele é diferente de mim no trato. Tivemos várias dificuldades em relação ao jornal, prefeitura e assessoria de imprensa no meio. Mas enfim, aí fiquei praticamente os quatro anos (DHIEL, 2011, proprietário da *Tribuna Popular*).

Após as eleições de 2008, o entrevistado disse que pediu a exoneração em caráter definitivo do cargo. “Acho que se fechou um ciclo interessante. A gente não diz dessa água não beberei mais, mas é difícil [voltar a esse cargo]*”* (DHIEL, 2011). Dhiel avalia que, como assessor conseguiu criar um bom trânsito com os partidos políticos e obteve mais contato com instituições como a Afubra, UNISC e Departamento Autônomo de Estradas de Rodagem - Daer. Mas disse ser muito difícil equilibrar os interesses, tanto da oposição quanto da situação, da mesma forma quando, como jornalista e dono do jornal local, precisava questionar algumas ações.

> Uma relação bastante complicada. Uma das razões que eu saí foi, também, buscar uma maior independência editorial. Como é que tu vai... Por exemplo, como assessor de imprensa, querem que tu faça uma matéria, uma reportagem. Tu faz. Mas, daqui a pouco, tu não publica, num jornal supostamente teu... Então dizer: Ah! Vocês pediram pra fazer, não significa que o jornal seja obrigado a publicar. Então, é aquela história: tu explica, mas tu convence? (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

É visível a intenção do entrevistado de atuar de maneira a separar ser assessor de imprensa da prefeitura e ser dono do jornal local. No entanto, são dois cargos que apresentam conflitos de interesse. Na teoria, o assessor trabalha para que as suas pautas ou *releases* enviados à redação dos veículos de comunicação, sejam publicados, gerem matérias ou reportagens. Esses *releases* apresentam a posição do seu cliente: o órgão, empresa ou entidade

assessorada. Já os veículos de comunicação podem tomar as pautas ou *releases* como ponto de partida, ou não, para a produção jornalística. Se acolherem a pauta ou *release*, devem ser independentes no seu posicionamento em relação ao assunto, buscando ouvir mais fontes e averiguando os demais lados envolvidos. Aqui, o cliente é o leitor, telespectador, internauta, enfim, o cidadão (BUCCI, 2009). Portanto, ser assessor de imprensa, dono do jornal local e repórter do mesmo não é algo salutar para a independência do jornal, nem mesmo para exercer com plenitude a função de assessor de imprensa, como o próprio entrevistado conclui atualmente. Inclusive, no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, adotado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FNAJ), no 7º artigo, inciso VI consta que o jornalista não pode

> realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, nem utilizar o referido veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas (FENAJ, 2011).

A coordenadora de redação do jornal *Tribuna Popular*, Débora Inês Vogt[122] (2011), reafirma ter sido um problema tanta proximidade com o Executivo Municipal. Revela que, em 2007, quando passou a trabalhar efetivamente na redação, havia muita dificuldade de diferenciação entre o papel do jornal e do dono do jornal como assessor de imprensa pelos dirigentes municipais. “Achavam que o jornal era o assessor de imprensa. Por isso dá muita confusão. Como o Paulo era o jornal, o jornal era o assessor de imprensa, era essa a ligação” (VOGT, 2011). Acrescenta que essa confusão acontecia até mesmo com o público leitor, vinculando o jornal à Prefeitura. Ela externa que a sua contratação foi também no sentido de ter alguém na redação que tivesse um olhar mais distanciado para a produção jornalística. Avalia que, atualmente, conseguem ter maior independência editorial e, na opinião dela, a publicação está conquistando maior credibilidade junto à população por causa disso.

O proprietário ter deixado de trabalhar como assessor de imprensa refletiu em mais tempo dedicado ao seu empreendimento. Com isso, afirma que conseguiu melhorar o planejamento e gerenciamento do negócio. Tanto que foram nos anos em que não desempenhou o cargo que conseguiu fazer investimentos importantes como, por exemplo, a construção do prédio onde fica a sede do jornal e a sua residência nos fundos. Também obteve uma visão mais crítica sobre acontecimentos e fatos locais, deixando de estar envolvido diretamente com o Executivo municipal. No entanto, a função de assessor no primeiro ano do

---

[122] Entrevista realizada no dia 24 de janeiro de 2011.

jornal, além de garantir remuneração extra, auxiliou a subsidiar o *Tribuna Popular*. Da mesma forma garantiu a proximidade ao poder público que, geralmente, é um grande anunciante de jornais de caráter local como esse. Embora nem sempre fosse uma relação tranquila para o próprio assessor e seu jornal. Ainda, não é considerada ética e adequada essa dupla função no jornalismo.

3.1.2 Evolução da estrutura de produção

Através da estrutura de produção, é possível conferir pontos referentes ao desenvolvimento de um periódico. Os jornais *Tribuna do Vale* e *Tribuna Popular* tiveram uma estrutura muito parecida no princípio, mas nesse tópico optou-se por registrar apenas a evolução do *Tribuna Popular* por ter sido o jornal que permaneceu em circulação.

O jornal *Tribuna Popular*, nos primeiros meses de existência, foi produzido com duas máquinas datilográficas, um pouco mais adiante se adquiriu uma máquina datilográfica eletrônica, vindo o primeiro microcomputador por meados de 1994. Antes da informatização, a publicação era feita utilizando-se laudas papel, em que ficava o espelho[123] do que sairia na edição; precisava-se calcular espaços e número de toques. As fotografias eram analógicas, a montagem do jornal era feita na gráfica em que era impresso, bem como o escaneamento das fotografias que levavam reveladas. Até 1999, a impressão foi feita em Venâncio Aires, na Editora Três de Maio, passando, em 2000, para a Gráfica e Editora Pale, em Vera Cruz. Esta é de propriedade do irmão de Dhiel (2011), Luís Carlos Dhiel, que também tem participação (sócio e diretor) no jornal *Arauto Comunitário*, daquele município. Mas a gráfica e os jornais são empresas independentes. O entrevistado comenta que ambos os jornais faziam sua impressão na mesma gráfica, em Venâncio Aires. Com isso, faz sentido pensar que, para iniciar um negócio, tendo dois clientes garantidos (*Tribuna Popular* e *Arauto Comunitário*), possivelmente isso foi visto pelo irmão do entrevistado, Luís Carlos Dhiel, como empreendimento com grandes perspectivas de dar certo[124].

As dificuldades enfrentadas para levar o material até a gráfica também perpassavam a precariedade das estradas.

---

[123] Como deveria ser a configuração da página para montagem na gráfica.
[124] Em 2011, dez jornais são impressos na Gráfica e Editora Pale. Além disso, fazem a impressão de postais, calendários, informativos, envelopes, guias telefônicos, manuais, agendas e notas fiscais.

> (...) a questão da internet é recente. Eu levava em papel no início. Fazia a composição final lá. Depois levava ou ficava aguardando pra trazer o jornal. Às vezes ia, voltava, e ia buscar de novo... Então, tem belas histórias também. Nas enchentes, (...) ia para Ferraz, por cima do morro. Descia lá, quase no trevo de vocês, do Vale do Sol (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Em maio de 1994, adquiriu o primeiro microcomputador através de financiamento pelo banco, o qual pagou durante dois anos. Logo, em seguida, comprou mais um, que pagou parcelado para a loja. Utilizava o software *PageMaker*, usado para diagramação do jornal, o qual era necessário aprender a utilizar. Por volta de 1997, com a informatização do jornal *Arauto*, passaram a fazer a editoração eletrônica nesse jornal do município vizinho e impressão em Venâncio Aires. Mas também foi em 1997 que se tornaram autônomos na editoração do jornal - produzida na sede, utilizando os computadores, com as páginas enviadas através da internet para a gráfica. Assim, deixava de ser necessária a contratação de empresa para a diagramação da publicação e foram eliminadas as viagens para levar material até a montagem. Era a redução das etapas de produção do jornal, economia de tempo e dinheiro, além de toda a agilidade proporcionada pela tecnologia digital. Como visto no item 1.4, do primeiro capítulo, a metade dos anos de 1990 é quando há o princípio da popularização dos equipamentos digitais, podendo ser adquiridos também por empresas de pequeno porte, vindo a impactar positivamente e dinamizar o desenvolvimento destes empreendimentos, como se pode ver no *Tribuna Popular*.

Para o entrevistado, o acesso à tecnologia e o desenvolvimento da mesma, realmente, influenciou na qualificação e agilidade de produção, mas acredita que se a tecnologia tivesse ficado congelada em 1994, não haveria grandes mudanças no número de assinantes e anunciantes.

> (...) em termos de evolução, talvez, fosse subsistir igual. Mas, com certeza num outro ritmo. O interessante é acompanhar a evolução que se teve em termos de *layout*, de agilidade. Antes - e aí não é tanto tempo - a própria questão das máquinas digitais, tinha um limite de tirar fotografia e conseguia uma fotografia era dez, onze horas da manhã, porque tinha que levar à Santa Cruz, revelar, esperar ficar pronto pra vim embora. Então, agilidade tu ganhas um monte (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

E a diminuição de custos também aconteceu com a informatização da redação e a introdução das câmeras fotográficas digitais. O proprietário considera que era gasto, na época, cerca de 300 reais mensais em revelação, o que pensa equivaler a mil reais atualmente. Outro ponto é a conta telefônica:

> se tu vai pensar o que vem reduzindo. A internet, se usava internet discada e gastava um horror. Então, é uma série de coisas que facilitaram e acho, que nesse sentido, vem colaborar tanto na agilidade como no ganho de produtividade no aspecto financeiro (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Também a comunicação através do correio eletrônico e programas de mensagem instantânea, como o *windows messenger* (MSN) diminuíram contatos que antes teriam que ser feitos pelo telefone e ampliaram a rede de relacionamentos. O jornal ainda tem, desde 2005, um *site* na internet[125], mas Dhiel (2011) explicita haver um impasse sobre a melhor maneira de utilizar o *site* de modo a não torná-lo concorrente do próprio jornal.

> A periodicidade [do jornal] acaba sendo um problema. [Para fazer mais de uma vez na semana] a estrutura teria que aumentar também. Mas tem coisas [notícias] que vencem antes do tempo. Uma discussão, uma análise interna crítica que a gente vem fazendo: as novas mídias. (...) No site a gente libera a edição online na segunda, quando, na verdade, se defende que tudo tem que ser instantâneo. Tu fica nessa dualidade: estamos certo ou estamos errados? Como vamos agir? Libera pra todo mundo, antes de sair a edição na rua? Antes de chegar no interior? Vamos perder assinantes. No site não ganhamos nada, só custa até hoje. Então, tu fica nessa. Agregar novas mídias, com áudio, com vídeo. Poderia se ganhar nisso, poderia se perder (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Dúvidas sobre como utilizar da melhor forma o *site* do jornal na internet não é privilégio apenas de publicações de menor porte. Os grandes jornais também demonstram ter essa preocupação e estão em busca do melhor modelo a ser adotado. Afinal, essa problemática é relativamente recente no Brasil e, pode-se dizer, no mundo. É a partir dos anos de 1990 que se intensifica a utilização da internet de modo global. A diferença está na estrutura e capacidade financeira que cada empresa jornalística tem para investir em um setor voltado ao desenvolvimento tecnológico, realizar pesquisas e conferir o que funciona ou não na utilização da página na internet. Além das empresas de maior porte conseguirem participar de eventos que tratam do que está na fronteira tecnológica para o setor dos jornais impressos e da internet, podendo implementar ações a que os veículos menores nem mesmo têm acesso.

Quanto à venda de publicidade para o *site*, disse que nem tentou, apenas colocou *banners* de um guia telefônico, produzido pela empresa, uma loja e da gráfica do irmão. Já as notícias procedem atualizando, às vezes, antes da edição sair, porém a informação completa pode ser encontrada apenas no jornal. “A gente tem trabalhado com alguns cuidados” (DHIEL, 2011). O entrevistado fala que a forma de como trabalhar o *site* é algo a ser pensado

---

[125] Para conhecer o *site visite:*<http://www.tribunapopular-rs.com.br/index.php>.

sem metas, mas fundamental para que o jornal esteja preparado, quando a internet tornar-se mais democratizada e alcançar também o interior do município.

> (...) existe uma tendência da antena [internet] ser democratizada, mais popularizada. Daqui a pouco, ela vira um cabo de energia elétrica que seria o grande *boom*. Então, pelo menos pra se ter uma idéia pra onde correr quando vier (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

O que se vê é a equipe do *Tribuna Popular*, da maneira que alcança, tentar seguir o que é tendência. Nos anos 2000, houve a proliferação de *sites* e o jornal, trabalhando com informação, não ficou para trás, mesmo sem saber muito bem como utilizar esta nova mídia. No depoimento fica evidente que, apesar das incertezas, o proprietário está atento às mudanças que podem ser necessárias no futuro, sendo preciso se adequar às exigências do mercado. No entanto, esse se adequar é dentro das possibilidades econômicas da publicação microrregional.

Outro item que agilizou a estrutura de produção foi a informatização da lista de assinantes e renovações. Em 2004, adquiriu um *software* para cadastro dos assinantes. Em 2006, deixaram de utilizar os fichários (cada assinante tinha uma ficha com seus dados) e passaram a ter essa área informatizada. Em 2011, pretende comprar novo sistema, mais eficiente e que sirva também para a gestão da empresa. Nesse ano, a redação do *Tribuna Popular* conta com seis computadores; um servidor; cinco câmeras fotográficas digitais - duas semi-profissionais; e a internet é ADSL[126] de um mega. A publicação que, em 1993, iniciou com oito páginas, agora, em média, apresenta 20 páginas por edição. Ainda o jornal tem sede própria, duas motos, um carro, além do carro do proprietário que pode ser usado, se necessário, para a empresa. Não há gerador de energia. Mas afirma que raramente falta eletricidade, por isso não vê a necessidade de investir nesse equipamento.

Outra mudança relevante aconteceu no *layout* da publicação ao longo dos anos. No *Tribuna do Vale* havia sido feita programação visual e editorial do jornal com um profissional de Santa Cruz do Sul. Já quando criou o *Tribuna Popular*, foi o proprietário quem fez a programação visual. O veículo "nasce" sendo preto e branco. Algum tempo depois, adota a cor azul para o logotipo na capa. Em 1994, procurou o mesmo profissional para pensar o logotipo e cabeçalhos da sua publicação. A diagramação das páginas continuava sendo feita pelo entrevistado (2011) e a primeira funcionária que contratou, Luciana Jost. Em 1997,

---

[126] É uma tecnologia digital telefônica, que permite conexões à internet com alta velocidade através da linha do telefone, permitindo o uso simultâneo desta linha para a internet e o telefone.

realizaram algumas mudanças no *layout* e a publicação passou a ser colorida, algumas vezes. Em 2002, nova alteração. Foi em 2008, que ocorreu a maior mudança. Um profissional de Porto Alegre foi contratado. O projeto levou um ano e três meses para ficar pronto, sendo lançado no aniversário do município. Além do projeto gráfico, foi feita, no mesmo período, a programação visual da marca do jornal como *banners*, *outdoor*, paineis, notas fiscais timbradas, adesivos, etc. Os objetivos eram deixar o jornal visualmente mais leve, com fontes maiores – reclamação dos aposentados para a leitura; realizar uma campanha de assinaturas com o *slogan* "O jornal que valoriza a sua leitura"; outra campanha para a captação de classificados; e participar do concurso de melhor projeto gráfico do Instituto de Cooperação e Desenvolvimento de Mídia Comunitária (ICOM)[127].

Tribuna Popular
O JORNAL DA SUA GENTE
Poço artesiano tem boa vazão de água
Cancelado programa troca-troca
21 de Agosto
DIA NACIONAL DE MULTIVACINAÇÃO
CÂMARA DE VEREADORES DE SINIMBU
Nota de esclarecimento

Figura 2 - Primeira edição do jornal *Tribuna Popular*
Fonte: Arquivo *Tribuna Popula*.

TRIBUNA popular
OLIMPÍADA DE PORTUGUÊS
Aluna está na semifinal e vai ao Ceará
Variedades
CENSO 2010
Prefeitura fará audiência pública para discutir números
EXPOSIN 2010
FALTA UMA SEMANA PARA A FEIRA DE SINIMBU
Sinimbu te espera!

Figura 3 - Edição do dia 5 de novembro de 2010 do jornal *Tribuna Popular*
Fonte*:* Coleção da autora.

[127] O ICOM existe há 12 anos. É formado por oito jornais: *Arauto*, de Vera Cruz; *Eco Regional*, de Arvorezinha; *Folha do Mate*, de Venâncio Aires; *O Alto Taquari*, de Arroio do Meio; *O Farroupilha*, de Farroupinha; *O Florense*, de Flores da Cunha; *Primeira Hora*, de Bom Princípio; e *Tribuna Popular*, de Sinimbu. É através desse instituto realizado o concurso anual *ICOM de Jornalismo Comunitário – Despontando Talentos*. Em 2010, aconteceu sua oitava edição, que premiou os melhores trabalhos publicados nas categorias Reportagem, Fotografia e Anúncio, dando ao vencedor além de menção honrosa, prêmio em dinheiro do primeiro ao quinto lugar. Também são destacados os três jornais com o melhor projeto gráfico e três que desenvolveram os melhores projetos comunitários. O *Tribuna Popular* conquistou o 1° lugar em projeto comunitário, com a série de reportagens *Nossas escolas, nossas comunidades*, em 2006; 2° lugar em melhor fotografia, em 2007; 3° lugar em projeto gráfico, em 2008; e 5° lugar na categoria anúncio, em 2010 (TRIBUNA POPULAR, 2010, n° 88). Dhiel (2011) presidiu a entidade em 2006.

A coordenadora de redação, Débora Inês Vogt (2011) diz que estão, mais uma vez, pensando em realizar alguns ajustes. Já utilizam textos assinados, mas pretendem deixar sinalizado quando o material é de assessoria de imprensa. Percebe-se que o objetivo é ressaltar para o leitor a diferenciação do que é produzido pela redação e aquilo que vem das assessorias. Também almejam aumentar o número de páginas.

> Aproveitando aí, o comercial, passando para cadernos o que já são especiais de duas páginas, passar para quatro, aumentar municípios, fazer esse trabalho mais focado nos municípios. Hoje, a gente tem em média uma página Gramado Xavier e uma de Herveiras, aumentar isso. Fazer duas de Herveiras e duas de Gramado Xavier pra que aquele público também se identifique mais. Que além do geral, com as interpretativas, que eles se identifiquem mais para dar espaço maior em números de páginas para esses municípios (VOGT, 2011, coordenadora de redação, *Tribuna Popular*).

Essa mudança dá-se também pelo aumento de textos a serem publicados e de publicidade a ser captada demonstrando que o empreendimento está em crescimento. E como o negócio está atrelado ao desenvolvimento da microrregião que abrange, se está indo bem do ponto de vista de volume de notícias e publicitária, infere-se que essa microrregião também está em momento positivo. A coordenadora de redação comenta que os clientes preferem anunciar colorido, mesmo que fique 40% mais caro do que em preto e branco. Ou seja, os clientes também estão ficando mais exigentes e estão tendo condições de investir em publicidade, querendo a que apresente mais qualidade – colorida.

3.1.3 Linha editorial

Este item aborda pontos que guiaram e guiam a linha editorial do jornal, o tipo de jornalismo que se busca praticar na publicação e as transformações que ocorreram ao longo dos anos. É através da linha editorial adotada que muito pode ser percebido sobre as relações que o veículo estabelece com a sociedade local sendo extremamente relevante compreender sua construção e princípios.

Na opinião do proprietário, a linha editorial do jornal, desde o princípio, é caracterizada pelo que chama de *jornalismo comunitário*. Mas, primeiramente, é preciso compreender que comunidade é um conceito. É uma palavra que ao senso comum traz conotação impregnada de aconchego, proteção e cooperação, porém “é o tipo de mundo que não está, lamentavelmente, a nosso alcance – mas no qual gostaríamos de viver e esperamos

possuir" (BAUMAN, 2003, p. 9). O autor explica que a comunidade sempre está no futuro, sendo uma comunidade imaginada e nunca alcançada. O outro lado da moeda seriam as exigências que estar em "comunidade" tem:

> Há um preço a pagar pelo privilégio de "viver em comunidade" – e ele é pequeno e até invisível só enquanto a comunidade for um sonho. O preço é pago em forma de liberdade, também chamada "autonomia", "direito à auto-afirmação" e "à identidade". Qualquer que seja a escolha, ganha-se alguma coisa e perde-se outra. Não ter comunidade significa não ter proteção; alcançar a comunidade, se isto ocorrer, poderá em breve significar perda de liberdade (BAUMAN, 2003, p. 10).

O conceito de jornalismo comunitário não se encaixa na publicação de Dhiel (2011), pois "uma imprensa só pode ser considerada comunitária quando se estrutura e funciona como meio de comunicação autêntico de uma comunidade. Isso significa dizer: produzido *pela* e *para* a comunidade" (MELO, 1981, p.55). Parece mais adequado caracterizar a publicação como "feita *para* a comunidade, comprometida com o fortalecimento das identidades *locais*" (MELO, 1981, p. 11,). Compreende-se existir um compromisso com a população local, presente na "filosofia editorial" do *Tribuna Popular*. Também, segundo Peruzzo (2003b), é comum e compreensível essa confusão conceitual feita por muitos proprietários de veículos de comunicação de baixa potência ou pequena circulação:

> na prática, algumas das configurações da mídia comunitária se misturam com as de outros tipos de mídia, especialmente a local, que por sua vez podem apresentar pontos em comum com aquela de caráter comunitário, o que acaba por gerar dificuldades de compreensão e de diferenciação entre os processos de mídia comunitária e de mídia local.
> As dificuldades advém de três fatores inerentes à realidade social que constitui patamar sobre o qual se erguem as práticas comunicacionais: a impossibilidade de delimitar os "objetos" comunitário e local em fronteiras claramente demarcadas; a impossibilidade de separar as práticas comunicativas, seus conteúdos e simbologias por tipo de meio de comunicação; e a apropriação e uso do termo comunitário, para denominar programas ou emissoras, de forma indiscriminada por diferentes tipos de mídia (PERUZZO, 2003b, p. 3).

Ainda o jornalismo ao qual Dhiel (2011) se refere pode ser colocado como sendo de *proximidade*: trata das problemáticas locais que interferem no cotidiano do local. Nesse caso, o local, é a microrregião que abrange, principalmente, Sinimbu, Herveiras, Gramado Xavier e o distrito de Rio Pardinho, de Santa Cruz do Sul[128]. Mas fica claro, tanto na entrevista de Dhiel (2011), quanto na de Vogt (2011) que o jornal acaba privilegiando o município de Sinimbu, que é maior em termos de território e número de assinantes, onde está a sede do empreendimento, e porque a equipe é enxuta. Para os demais municípios, acabam utilizando,

---

[128] No item circulação será abordado de maneira mais profunda essa questão da microrregião de abrangência.

em geral, material enviado pelas assessorias de imprensa ou pelos dois colaboradores[129] de Herveiras. A coordenadora de redação ressalta que, na maioria das vezes, os *releases* recebidos das assessorias são reeditados e os dados conferidos, pela baixa qualidade do texto.

Para padronizar alguns pontos específicos, voltados à técnica redacional e postura comportamental do grupo que trabalha no jornal existe um pequeno *Manual de Redação e Ética*, de quatro páginas. Nele, também é evidenciado qual o *negócio* da empresa jornalística – Editora Singram – que mantém o *Tribuna Popular*:

> atuar no ramo da comunicação através da produção e divulgação de informações de interesse da microrregião de Herveiras, Gramado Xavier e Sinimbu. Nossa missão é informar com credibilidade, colaborando para a construção de uma história e desenvolvimento comunitário. Além disso, a busca pelo crescimento da empresa através de uma maior abrangência de mercado ampliando, com isso, a posição de liderança em nosso segmento de atuação (MANUAL DE REDAÇÃO E ÉTICA TRIBUNA POPULAR, p.1)[130].

Portanto, a publicação tem claro o que almeja ser, sua função e aonde quer chegar, o que demonstra haver uma preocupação organizacional e administrativa. Dito de outra forma, o amadorismo, muitas vezes, detectado na administração de jornais com pequena circulação e menor capital financeiro, no *Tribuna Popular*, está sendo superado.

Em relação aos critérios de noticiabilidade[131], o principal utilizado desde o princípio da publicação verificou-se através dos depoimentos, foi o *localismo*[132]. Além disso, o *localismo* foi empregado, desde o início, como um argumento na hora de vender assinaturas aos munícipes. Dhiel (2011) explica que notícias nacionais ou regionais para serem publicadas, precisam ter um *link* com o local. Fala que procuram fazer essas conexões nos cadernos especiais também. "Então eu diria assim, o grande mote é: interessou pra essa microrregião? Se não interessou, botar pra encher lingüiça, não tem espaço. (...) A grande questão é aqui. As pessoas se verem no jornal, os seus problemas e suas coisas boas também" (DHIEL, 2011). Observando a publicação, é visto o esforço em trabalhar com textos que tenham relevância para a área que abrange, com ênfase em Sinimbu. E é possível notar que uma saída encontrada pelo entrevistado para conseguir contemplar notícias sem conexão

---

[129] São pessoas que exercem outras atividades profissionais, mas são pagas pela publicação para enviar pautas, textos, fotografias, realizar vendas e cuidar da distribuição em Herveiras.
[130] Documento sem datação.
[131] Critérios de noticiabilidade são utilizados na escolha e decisão dos assuntos que serão notícia nas páginas do jornal.
[132] O localismo, segundo Felippi (2007), leva em conta acontecimentos que tenham como cenário a área de cobertura do jornal, o que é local e seus habitantes ou fatos, ocorridos fora desse território, mas que tenham conexão com seus habitantes ou organizações locais.

direta com o local foi através de notas, publicadas no alto das páginas. Ele diz que adotou esse modelo de *layout* após ver o mesmo no jornal *Correio do Povo*.

O *Tribuna Popular* é um jornal que, em 2010, teve uma média de 20 páginas por edição, com a capa sempre colorida e, às vezes, páginas internas e cadernos especiais também. O jornal procurou contemplar, na capa, além dos assuntos de Sinimbu, pautas dos demais municípios que abrange, tentando dar a perspectiva microrregional que pretende. Observou-se ser uma publicação graficamente bem organizada, contendo editorias fixas e outras irregulares. As matérias levam a assinatura do funcionário que a produziu. São fixas, em 2010, as editorias de opinião, geral e esportes, mas as duas últimas variavam em número de páginas. O jornal também publicou, com maior freqüência, editorias caracterizadas como noticiosas/factuais: regional, Herveiras e Gramado Xavier. Também foram frequentes as editorias de rural, educação, saúde, construção e veículos. Mas, utilizavam muitas as notícias eram frias[133] nas editorias de saúde, construção e veículos. Muitas vezes, dependendo da temática abordada na página, no local destinado a constar o nome da editoria, era colocado o assunto principal (por exemplo: páscoa, política, volta às aulas). O jornal tinha um caderno fixo de quatro páginas, chamado *Variedades*. Na capa, geralmente, eram abordados assuntos locais de interesse humano. Nas páginas centrais, ficava a coluna social *Tribuna festa* e, na contracapa desse caderno, havia a *Coluna Fofocas e Tudo Mais, Novelas, Cruzadas, Horóscopo* e uma *tira em quadrinhos*. Semanalmente, foram publicadas as colunas: do proprietário, que leva o seu nome, Paulo Dhiel; de esportes, com o nome do colunista Marcos Luedtke; da programação religiosa; do leitor; o *Informativo do Executivo Municipal de Sinimbu*; o *Informativo do Executivo Municipal de Herveiras*. Ainda uma página chamada *Câmara em resumo* (de Sinimbu). No início de 2010, havia mais dois colunistas, mas não houve sequência. Também ao logo do ano cadernos especiais para datas comemorativas ou eventos foram produzidos.

Vogt (2011) acredita ser preciso qualificar mais as conexões entre o que acontece em âmbito regional ou nacional com o local e, de modo geral, tentar fugir de textos que apresentem apenas o que acontece, ou aconteceu trazendo notícias mais interpretativas ou analíticas, ou seja, com conteúdo o suficiente para que o leitor consiga formular suas próprias conclusões sobre a temática que for abordada. Compreende que, por causa da periodicidade semanal, muitas vezes, o jornal regional, o rádio e a televisão acabam dando a notícia antes,

---

[133] No jornalismo, costuma-se dizer que uma notícia é fria quando trata sobre assuntos atemporais ou sem grande impacto para a sociedade. São notícias quentes, notícias do dia ou com grande impacto para a sociedade.

sendo uma saída trabalhar mais na linha interpretativa e de análise. Outro ponto altamente relevante para a coordenadora de redação: que as pessoas se vejam no jornal e se identifiquem com a publicação.

Nisso entra o perfil do assinante da publicação. Segundo Dhiel (2011), a maioria dos seus assinantes são de Sinimbu, têm idade entre 45 e 55 anos ou são aposentados, com outra faixa relevante entre 18 e 25 anos. Ele chegou a esses dados através de uma pesquisa mercadológica que realizou em 2007[134]. A coordenadora de redação demonstrou não ter conhecimento sobre essa pesquisa, mas Vogt (2011) sabe que a maioria dos leitores é da área rural. Acredita que sejam diversificados os níveis de classes sociais de quem recebe o jornal, o mesmo que diz o proprietário. Ambos também concordam que o fato da assinatura anual do veículo custar R$ 80,00[135], podendo ser parcelado em casos especiais, permite que mais pessoas assinem a publicação. Dhiel (2011) ainda conjectura que o hábito de leitura existente no município se deve à maioria da população ser descendente de imigrantes alemães. “Eu acho que é muito de nossa região de alemão, que lê bastante. Se você vai numa região já de Rio Pardo, por exemplo, ou Júlio de Castilhos, sei lá onde, já reduz muito. O italiano também tem, mas ainda é menos” (DHIEL, 2011). Essa percepção é confirmada pelo pesquisador Olgário Paulo Vogt (2009). O autor explica que os imigrantes alemães trouxeram em sua bagagem cultural a formação de escolas comunitárias, com aulas ministradas em alemão e sem vínculo com o Estado. Essas deixaram de existir com a instalação do Estado Novo, mas permaneceu nas regiões com descendentes dessa etnia a compreensão da importância da leitura como se viu no item 1.3 do primeiro capítulo.

Dhiel (2011) também busca publicar notícias que gerem uma sinergia positiva. “Há uma preocupação de botar as coisas mais positivas: uma lavoura inovadora, uma idéia diferente. Então, tentar trabalhar sempre numa concepção mais positiva, tentando levar mais otimismo do que problemas” (DHIEL, 2011). Ele frisa que, mesmo quando há pautas trazidas por leitores referentes a denúncias ou problemas estruturais (estrada esburacada, manutenção de acesso à residências, etc) se, ao entrar em contato com o poder público, o problema passa a ser resolvido antes de finalizada a edição da semana, já trazem a matéria no jornal com uma conotação mais positiva, ou nem mesmo é publicado.

---

[134] A pesquisa não foi disponibilizada para este estudo.
[135] Valor praticado em janeiro de 2011.

A coordenadora de redação, Débora Inês Vogt (2011), acrescenta que esta situação acaba sendo utilizada, muitas vezes, pela população, para conseguir algumas ações do poder público. Já assuntos mais sensacionalistas ou trágicos, ligados à parte policial, Dhiel (2011) afirma evitar publicar. Reconhece que até poderia ter mais vendas avulsas, de assinaturas e publicidade. Mas afirma que prefere trabalhar com pautas que acrescentem algo à vida das pessoas, de maneira construtiva e positiva, enquanto Vogt (2011) observa que alguns assuntos são difíceis de ser abordados por causa da proximidade. Em especial, envolvendo tráfico de drogas, violência e algumas questões políticas, tanto que diz já ter recebido ameaças.

> Por exemplo, vamos dizer assim... eu sou jovem. Saio em festa e tal. Tu sabe quando alguém tá usando [drogas]. Então, de me dizerem: tu fica bem quieta. Isso não vai virar matéria pra *Tribuna*, entendeu! Então, a gente sabe... A Brigada Militar não quer fornecer dados também (VOGT, 2011, coordenadora de redação, *Tribuna Popular*).

Vieira (2002) aponta que, no jornalismo local, essa proximidade, inúmeras vezes, é um problema por causa das pressões, jogos de interesse, interferências que a publicação tem de lidar diretamente. Os grandes veículos também sofrem essas influências; no entanto, há filtros e outros mecanismos, diferentemente do que se vê no interior quando há um relacionamento *face a face* diário. O autor destaca que esse contato também é a principal potência para se produzir um jornal mais plural, original e que desempenhe sua real função: a de ligar universos sociais.

> a grande questão que deve ser lembrada aqui é o aspecto de potência do jornalismo praticado no interior para ampliar a qualidade da produção e reintroduzir rotinas que aproximem a prática diária dos desejos e reais necessidades da população. Em que pesem as dificuldades de investimento e manutenção das empresas (que as joga, invariavelmente, nas mãos dos péssimos administradores públicos, como reféns), é nos jornais do interior que se vê uma maior proximidade entre jornalista e público receptor (VIEIRA, 2002, p. 122).

Dhiel (2011) diz que algumas pessoas deixaram de falar com ele por causa do que revela na sua coluna de opinião. "(...) tem um profissional, hoje, que não me cumprimenta mais no município, porque eu comentei [sobre uma obra mal feita]" (DHIEL, 2001). Outra maneira encontrada para lidar com alguns assuntos que possam gerar polêmicas maiores, em especial, quando a temática é política, Dhiel (2011) diz publicar apenas como *Apedido* (espaço pago).

> (...) se eu cheiro o problema, nem entro no assunto, na polêmica de editoria, vai direto para *A pedido*. *A Pedido* assinado. Se for alguma coisa mais cabeluda, a princípio, firmo no cartório. Mesmo se for autoridade. Não importa. Pra tentar resguardar um pouco o jornal. Aí, em cima disso, eu faço comentários daí, na coluna (DHIEL, 2011, proprietário da *Tribuna Popular*).

Em relação ao jornal, diz que há o objetivo de ser imparcial, vindo essa condição agregar credibilidade ao periódico. Vogt (2011) demonstra estar ciente de que a imparcialidade é um objetivo "a ser perseguido e nunca alcançado. (...) a gente já é parcial na hora de escolher as fontes. Mas assim, de tu chegar mais próximo possível a essa imparcialidade no sentido de levar uma informação" (VOGT, 2011). O pensamento da coordenadora de redação é apoiado pelos estudos de Berger (2002a) de que o jornal não é isento, mesmo que traga as versões dos envolvidos, porque a legenda escolhida para a fotografia, as palavras escolhidas para o título, a edição da página, acabam sendo uma tomada de posição. Tanto que, em contrapartida à imparcialidade almejada, há uma passagem em que Dhiel (2011) deixa explícito que, do seu ponto de vista, o jornal, em um pequeno município ou microrregião, tem o papel de induzir à reflexão, provocar mudanças:

> investigar, de ser parceiro quando precisa. Isso significa em eventos, em divulgação e discutir questões, buscar um jeito de tentar mobilizar pra isso ou de fazer a cobrança quando precisa. Coisas muito básicas que também não saem do chão. Eu acho que tem muito a ver com a ideia do ninho. Precisamos cuidar do ninho, chacoalhar ele, reorganizar os ovos (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Para o entrevistado, de forma resumida, jornalismo é tentar "ter conhecimento para conseguir buscar informação mais completa possível e transmitir de uma forma clara" (DHIEL, 2011). Já a coordenadora de redação traz a discussão sobre o jornalismo que, cada vez mais, dialoga com a parte comercial. Algo que ela percebe nos grandes jornais e presencia no *Tribuna Popular*. Exemplifica isso, ao reduzir notícias ou tirá-las para inserir um anúncio. Também ao fazer uma notícia sobre o comércio local, optar por ouvir como fonte algum comerciante que seja anunciante. Diz ser controversa essa situação, porque compreende que, quanto mais próximo à realidade do leitor, maior credibilidade o jornal desfruta, porém sem lucro, o empreendimento não se sustenta. Sua maior dificuldade é *"achar o meio termo"* (VOGT, 2011). O que é exposto pela coordenadora de redação e, mais adiante, ao se falar sobre as mudanças gráficas, fazem sentido com o que Wainberg (2002) afirma acerca da imprensa hegemônica no Rio Grande do Sul e da imprensa do interior do estado. Conforme o autor, estas assimilaram as regras do *marketing Journalism*, na tentativa de sobreviver à crise na circulação das publicações modernas, adotando-se o mimetismo do ponto de vista editorial e gráfico. Exemplifica as estratégias utilizadas: presença de cor nas páginas, textos reduzidos, a inserção de novidades aplicando estilo com intenções literárias, infográfos, buscar maior contato e interação com a comunidade (WAINBERG, 2002,). Lembrando que as publicações

similares ao *Tribuna Regional* não têm a mesma força econômica de grupos regionais ou empresas que, além do veículo impresso, são donas de uma ou mais emissoras de rádios.

Na visão do proprietário, ser jornalista está ligado a um trabalho com rotinas diferentes, em que a pessoa precisa conhecer diversos assuntos e aprende sobre esses. Ainda aponta o jornalista como um profissional que tem a

> oportunidade de assumir um papel, um indutor de discussões muito interessantes e, ao mesmo tempo, tem uma responsabilidade muito grande nisso. (...) ou repassar uma informação que ela vai gerar uma opinião, ela vai gerar reações e atingir vidas e assim por diante (DHIEL, 2011, proprietário da *Tribuna Popular*).

Na opinião do entrevistado, o jornal é um canal de informação e ele se põe, como profissional e, mesmo a própria publicação, como um mecanismo para "instigar, induzir um pouco as pessoas a refletirem. Hoje me meto em coisas que não precisaria. Mas eu acho que o jornal e a gente tem esse papel, na medida em que a gente tem a oportunidade de estudar mais (...)".(DHIEL, 2011). O proprietário traz algo apontado por Vieira (2002) e Peruzzo (2003a): o jornalista, no interior, exerce um papel que vai além de reportar fatos e acontecimentos, pois se envolve em ações e organizações da sociedade em que está inserido. Ainda, a coordenadora de redação, Vogt (2011), percebe o jornalista como um profissional que precisa almejar "levar uma informação que seja o mais idônea, mais imparcial", apesar da polêmica que existe sobre a imparcialidade, considerada impossível de se alcançar, pela reflexão teórica mais recente sobre o jornalismo. Mesmo assim, avalia-se como algo positivo a compreensão que os entrevistados têm sobre a função de um jornalista.

Quanto ao relacionamento com o leitor, há um espaço no jornal dedicado a esse fim na página dois. Nesse local, podem ser publicados artigos de opinião. E todas as semanas é destacado um assunto, colhidos depoimentos curtos de duas a quatro pessoas sobre a temática. Avalia-se como insignificante este espaço destinado à manifestação opinativa direta da população, mas é visível que a maioria ouvida é de Sinimbu, sendo muito menor a participação de Herveiras e Gramado Xavier nessa proposta do jornal.

Dhiel (2011) ressalta o fato de muitas pessoas irem até a redação renovar a assinatura ou solicitar que ele seja o encarregado a realizar essa tarefa. "Como estou aqui, faço questão de atender. Falo misturado, alemão com português e tal[136]. As pessoas criam uma proximidade. E aí, já há quatro casos bem explícitos. [Os assinantes dizem] só vou renovar se

---

[136] Boa parte dos moradores ainda falam um dialeto da língua alemão.

o Paulo vier aqui, na minha casa.” (DHIEL, 2011). Com isso, demonstra-se a proximidade que o proprietário permanece tendo com os clientes, mesmo quando poderia repassar esse tipo de ação para um funcionário. A coordenadora de redação lembra que recebem retorno dos leitores através de e-mail – dos moradores das áreas urbanas com acesso à internet - e, principalmente, telefonemas.

O contato do jornal com as igrejas se dá publicando artigos, quando enviados por padres, bispos, pastores e em todas as semanas é divulgada a programação das igrejas católica e evangélica luterana. O proprietário comenta que as outras religiões que existem no município ainda não solicitaram seu espaço na publicação. Fala que o contato é maior com as paróquias e com as comunidades religiosas das diferentes localidades. O jornal atua mais divulgando eventos e celebrações.

Já com as escolas, o entrevistado afirma que a parceria é intensificada e facilitada pela sede do jornal estar próxima a duas grandes escolas. Partindo, muitas vezes, dos educandários a iniciativa de se fazerem presentes nas páginas do jornal. Da mesma forma, comenta ser cultivado o bom relacionamento com a Secretaria Municipal de Educação e todas as escolas municipais assinam o jornal. Não há algo sistemático combinado com os educandários. Dhiel (2011) pensa que já estão em uma segunda fase com as escolas de Sinimbu. Em 2006, realizaram um projeto envolvendo as escolas, chamado *Nossas escolas, nossas comunidades.* Nele, houve o resgate do significado do nome das localidades, quem foram os primeiros moradores, comércio existente, quantos habitantes vivem na localidade. Era dedicado a esse projeto entre uma e duas páginas. Foi feita uma sequência de 18 reportagens. “(...) Gerou uma aproximação muito grande com as escolas. Então, hoje elas tomam a iniciativa de enviar [pautas]. Acho que facilitou nesse sentido, a conexão” (DHIEL, 2011). Também Vogt (2011) diz que uma escola estadual de Sinimbu tem uma rádio interna e utilizava o jornal para dar notícias. “(...) a fonte era o jornal *Tribuna* porque era o jornal *Tribuna* que escrevia sobre o local”. (VOGT, 2011). No mais, procuram o jornal quando querem divulgar eventos e ações que buscam a participação da comunidade.

Com base nas entrevistas fica claro que, através dessa série de reportagens, o jornal pôde se aproximar das escolas e também dos familiares dos estudantes, buscando dar visibilidade ao educandário e à população das diferentes localidades. Ainda com essa ação, conseguiu realizar um trabalho de registro sobre a história do município. Da mesma forma, a publicação avaliou melhor o número de habitantes de cada localidade e comércio que nela

existia, o que pode ser visto como uma estratégia para pensar melhor a distribuição e venda de anúncios.

Ao falar das associações e entidades organizadas, o proprietário reflete sobre o trabalho que era realizado pela Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater/RS)[137]. Afirma ter havido uma desarticulação das associações de agricultores após a redução do número de profissionais dessa entidade trabalhando no município, passando de três para um.

> Eu acho que morreu esse trabalho de organização deles [grupos de agricultores]. Acho que, com isso, de certa forma, morreu também a conexão direta do jornal com as associações. (...) E assim, tinham mais reuniões. Então, a gente fazia a cobertura das reuniões e, com isso, a gente tinha o vínculo direto. (...) Acho que é um erro. Talvez esteja na hora de rever assim. Acho que tem muitas coisas que surgem a partir dali. Até pra ti estimular, talvez, a própria organização de novo deles. (...) Talvez seja a hora de... aquela questão de induzir, de a gente provocar isso de novo (DHIEL, 2011, proprietário o *Tribuna Popular*).

Na passagem, percebe-se o entrevistado dando-se conta da desassistência do jornal em relação aos grupos de agricultores. Ele indica que possa ser o momento de pautar essa questão em seu jornal para que a discussão na sociedade local venha à tona, podendo gerar alguma ação positiva a respeito. Ainda a partir do depoimento, percebe-se que grupos organizados têm maior chance de ter apuração sistemática feita pela publicação.

Já a relação do jornal com a Câmara de Comércio, Indústria e Serviços de Sinimbu (Cacis), Dhiel (2011) relata ser bastante próxima. Ele já foi presidente e, atualmente, é vice-presidente da entidade. A coordenadora de redação também é membro e, mesmo quando um deles não está presente nas reuniões, alguém do jornal vai cobrí-las. Ao longo das entrevistas, é visível o engajamento dos entrevistados em ações que busquem melhorias para o município, porém não há como deixar de apontar que a Cacis é responsável, entre outros eventos e ações ligadas ao comércio local, pela Exposin. Este é um grande evento anual, realizado em parceria com a Prefeitura. Nele, é celebrada a criação do município com uma série de atividades e shows, durante quatro dias, atraindo pessoas da região. Portanto, infere-se que o envolvimento dos membros do jornal com a Cacis também oferece retorno positivo ao jornal, do ponto de vista editorial e publicitário, através de anúncios e cadernos especiais.

---

[137] É órgão de extensão rural do governo do Estado presente no município.

Quanto à relação com o poder público, Dhiel (2011) declara que, com o Executivo, os períodos em que foi assessor de imprensa foram de maior proximidade. Ele revela estar buscando profissionalizar essa relação. Já com o Legislativo, diz não ter havido tantos atritos, também por ser um ambiente mais plural. Mas lembra de episódio em que quiseram rescindir contrato da coluna na qual é publicado o resumo da Câmara de Vereadores, porque era período eleitoral, existindo maior manifestação da oposição. No entanto, a coluna continuou a ser feita por Dhiel (2011). "Foi uma tentativa assim que ficou nisso. A coluna continua saindo e quando a crítica é forte sai igual, o outro responde" (DHIEL, 2011). O que demonstra um posicionamento do proprietário a favor do leitor, pois independente dele receber pelo espaço permaneceria publicando a coluna, porque interessa ao seu assinante e é um dos principais atrativos de seu jornal que tem foco no que acontece no local. Mas também é possível que tenha adotado essa posição, porque, como ele mesmo se referiu, o trabalho da oposição no município é brando e desarticulado, ou seja, o posicionamento do jornal foi mais forte.

3.1.4 Formação profissional

Conhecer o nível de formação de quem trabalha em uma publicação é relevante para compreender o grau de profissionalização que existe no empreendimento. A seguir é possível perceber o perfil do proprietário e demais funcionários que se envolvem na confecção do *Tribuna Popular.*

A formação jornalística de Dhiel (2011) deu-se ao longo dos anos em que trabalhou no *Riovale Jornal* (1986-1991), em Santa Cruz do Sul, e na *Folha do Mate* (1991-1993), em Venâncio Aires. Ele tinha apenas o ensino médio, até 2008, quando começou a cursar Direito, na UNISC. Foi a partir da experiência como jornalista que instalou o primeiro jornal de Sinimbu, *Tribuna do Vale* e o segundo, *Tribuna Popular*. A esposa dele, Sinara Cristina Klafke Dhiel, naquele período, tinha o ensino superior incompleto, em Educação Física, e atualmente cursa Administração de Empresas, na UNISC. Por tornar-se funcionária pública na prefeitura de Sinimbu, em março de 1993, ela trabalhava após o expediente com a venda de anúncios. Em dezembro de 1993, Luciana Jost[138] passou a integrar o jornal. Em 2001, ingressou no curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, da UNISC. Ela permaneceu na redação até março de 2003. Ao longo desses quase 10 anos, era uma

[138] Luciana Jost, primeira funcionária do *Tribuna Popular*. Entrevista concedida por e-mail em 5 de abril de 2011.

funcionária *polivalente* – termo empregado por Dhiel (2011) – responsável pela redação junto com o proprietário que, na maior parte dos anos, também atuava como assessor de imprensa da prefeitura. Entre as atividades que desempenhava estavam diagramação, fotografia, participação em eventos, revisão, coordenação da entrega de jornais, venda de anúncios para edições maiores e impressão de cobranças.

Essa situação em que o trabalhador exerce múltiplas funções ou que precisa ser multimídia é um fenômeno que, desde os anos de 1980, vem crescendo no Brasil e no mundo. Algo visto por Harvey (2007) como uma das características derivadas da pós-modernidade: a flexibilização do trabalho e da legislação trabalhista. Ainda são constitutivas desse período pós-moderno: cibernética, virtualidade, instantaneidade, divisão social do trabalho e produção segmentada (nichos). Portanto, o trabalhador tem de exercer diversas tarefas; é uma tendência geral, mas há de se salientar que em veículos de comunicação menores, essa necessidade é ainda maior, pelo pequeno número de profissionais para viabilizar uma divisão de funções adequada.

O *Tribuna Popular*, então, tinha essa configuração na primeira década: o proprietário que atuava em praticamente todas as frentes (redação, vendas, assinaturas, gestão); a esposa trabalhando com vendas após expediente na prefeitura; Luciana Jost funcionária *polivalente*; mais uma pessoa que fazia vendas e entregava o jornal (mudou diversas vezes ao longo dos anos); e outra pessoa para tarefas de secretariado (também com diversas trocas). Totalizando, em média, cinco pessoas para produzir o jornal.

Atualmente, são 13 pessoas envolvidas com o jornal: o proprietário, a esposa dele, seis funcionários efetivos, dois colaboradores[139] de Herveiras e três entregadores. Dhiel (2011) reforça o perfil necessário para trabalhar na publicação: “temos uma equipe totalmente polivalente. (...) Mesmo na redação não é setorizado assim. Então, cada um tem um foco, mas precisam ajudar no contexto das outras áreas” (DHIEL, 2011). Ele conta estar entre os seis funcionários efetivos, uma pessoa formada em Letras pela UNISC. Ela é encarregada pela revisão do jornal e realização de oficinas com a equipe para aprimorar o texto, esclarecer dúvidas ligadas à língua portuguesa. Isso demonstra investimento e preocupação na qualidade textual do periódico.

---

[139] O termo colaborador aqui é empregado para designar pessoas que contribuem na produção, venda e distribuição do jornal, recebem para tal, mas não têm vínculo empregatício com a publicação. Fazem esse serviço como complemento à renda de seus empregos efetivos.

A divisão das tarefas não é estanque, como já ressaltado, mas há uma certa separação. Dhiel (2011) supervisiona o jornal e está mais focado na gestão da empresa, apesar de ainda realizar algumas vendas, produção de textos, em especial, da área política; a esposa, Sinara, permanece trabalhando com vendas, coordena esse setor após o expediente do trabalho como funcionária pública; a coordenadora de redação, Débora Inês Vogt, além de coordenar a redação também atua nas demais frentes (diagramação, vendas, arte, fotografias). Dos quatro funcionários que estão na sede, três dividem-se entre a produção da coluna social, cadernos, editoria de esporte, de opinião, redação em geral e vendas. Um deles é destinado ao setor de cobranças e renovações e novas assinaturas. Ainda o proprietário estava em tratativas com uma pessoa que se tornaria colaborador – sem vínculo empregatício – atuando em Gramado Xavier. Seria mais focado em vendas e assinaturas, porém, também estaria encarregado de pautar a redação sobre o que ocorre naquele município.

O grupo que trabalha na redação, na sede, é formado por jovens entre 18 e 24 anos. Três estão cursando ensino superior na UNISC, mas apenas um na área de Comunicação Social, sendo a habilitação de Produção em Mídia e Audiovisual, embora no jornal exerça funções de jornalista. A coordenadora de redação é formada em História desde 2008. Ela conta que chegou a iniciar o curso de Jornalismo na UNISC, todavia, deparou-se com uma realidade que a fez desistir.

> É, depois de ter feito História, achei o curso muito fraco. Assim, é que eu já tinha prática. Então, eu estava ali pra, claro para melhorar, que era essa a intenção e para conseguir ter o registro de jornalista. Mas assim, muito fora do que eu estava habituada dentro da História. A gente tinha uma carga de leitura por disciplina por semana, assim, normal de vinte, quarenta e sessenta páginas. (...) Ainda no Jornalismo, eu me deparei com situações, por exemplo, que eu só vinha de manhã. Aí, um perfil de alunos em que não trabalhava e tal. E era o contrário, assim, por exemplo, duas páginas era muita leitura e o professor acabava entrando na onda da grande maioria e ficava uma coisa muito assim... cada um se vira. Aí, eu acabei optando em não continuar fazendo. Ainda mais quando saiu a queda de exigência do curso superior para conseguir ter o registro. Aí, eu acabei mesmo abandonando o curso (VOGT, 2011, coordenadora de redação, *Tribuna Popular*).

Através do depoimento, percebe-se que Vogt (2011) considerou abaixo de suas expectativas o curso de Jornalismo ofertado na UNISC. Entretanto, foi a não obrigatoriedade do diploma[140] que a fez desistir de procurar formação profissional na área que se encaixasse

---

[140] Desde junho de 2009 que o Supremo Tribunal Federal (STF) definiu não ser mais obrigatória a graduação em Jornalismo para a pessoa desempenhar a profissão de jornalista. Essa decisão gerou uma onda de polêmica e posicionamentos contrários de entidades representativas da categoria e até de outras categorias que se posicionaram em defesa da exigência do diploma de jornalista, como a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). É preciso compreender que em 2009, o STF tomou decisão sobre algo que já vinha sendo praticado em alguns

ao seu nível de exigência. A coordenadora de redação e outra funcionária do jornal conseguiram o registro precário de jornalistas em 2010. Vogt (2011) fala que pretende fazer algum curso de pós-graduação em Jornalismo para se profissionalizar na área. Deixou transparecer que se considera uma jornalista, mas também se coloca como amadora por não ter estudado Jornalismo, além de sentir-se discriminada por outros profissionais, quando revela ter o registro precário. É possível identificar que, apesar da crítica que fez sobre a qualidade de ensino do curso de Jornalismo da UNISC, que pode ser pertinente, Vogt (2011) reconhece o mérito da formação e se sente hostilizada por colegas, por não tê-la. Mais adiante, ela faz uma ponderação em relação ao curso de Comunicação Social da UNISC. Cita conhecer muitos estudantes, entre os primeiros semestres, que já ganharam prêmios e concursos de Jornalismo. Talvez, seu desencanto com o curso naquela instituição possa advir de um conjunto de fatores como, realmente, ter cursado disciplinas em que a exigência do professor foi mais branda, com colegas menos exigentes, bem como por ter experiência prática em redação de jornal e já ser graduada em um curso com forte formação humanística, estando as aulas, em um nível mais abaixo do que ela desejava.

A entrevistada trabalhou de 2005 a 2006 no *Tribuna Popular*. Em 2007, retornou como *freelancer* para produzir um especial sobre os 150 anos de imigração alemã no município. Ela diz que o jornal estava passando por algumas mudanças no perfil editorial para tentar desconectar o atrelamento à assessoria de imprensa da Prefeitura, que era feita por Dhiel (2011). O proprietário propôs a ela retornar à redação. Vogt (2011) passou a trabalhar trinta horas, no jornal, e continuou com uma bolsa de estudos que tinha na UNISC, na área de História. Em 2008, ela concluiu o curso, passando a atuar integralmente na publicação. E, em 2010, surgiu oportunidade de trabalhar como professora estadual, quarenta horas, em Santa Cruz do Sul. A entrevistada negociou com o proprietário para reduzir sua carga horária para vinte horas.

Vogt (2011) aprendeu rapidamente as técnicas de redação jornalísticas e a utilizar programas de editoração. Sendo assim, realiza a produção textual, revisão, coordena os demais funcionários, diagrama o jornal, vende publicidade e faz a arte final dos anúncios. Ela mesma reconhece ter uma produção acima dos demais, tanto em relação aos textos quanto a

---

estados brasileiros, a partir de liminares concedidas por juízes estaduais, como no Rio Grande do Sul. Porém, existe movimento para que seja aprovado no Congresso Nacional o substitutivo à Proposta de Emenda Constitucional 33/09 – PEC do Diploma, reiterando a necessidade do diploma de jornalista para exercer a função.

vendas e arte dos anúncios tendo sido agilidade mais um dos motivos de sua recontratação no jornal.

Com isso, em 2007, junto com o proprietário e um profissional contratado, desenvolveram novo projeto gráfico para o *Tribuna Popular*, o qual foi lançado em 2008. A coordenadora de redação acrescenta que as negociações para que ela não deixasse o jornal em detrimento do outro emprego também se deram "porque não tinha, não tem em Sinimbu pessoal que consiga fazer tudo isso" (VOGT, 2011). Acrescenta que até haveria pessoas que saibam utilizar alguns programas de editoração eletrônica; no entanto, faltaria a esses ter uma percepção estética apropriada. Nesse sentido, para 2011, ela ficará mais focada na chefia e produção gráfica, realizando a supervisão dos textos produzidos pelos demais.

> (...) no que a gente viu aqui, é mais fácil ensinar a escrever, o que eles não sabem quando saem do ensino médio. E a maioria, a gente vê pelas assessorias de imprensa feitas por jornalistas formados pela UNISC. Então, é mais fácil isso, porque tu pode dar uma editada, o que a gente acaba fazendo, do que alguém que tivesse conhecimento em *Corel*[141] e que soubesse usá-lo apropriadamente. A gente até teve dois profissionais que estavam cursando na área de publicidade e propaganda, mas que não se adequaram. (...) É bem complicado, inclusive, encontrar profissionais assim, capacitados, que estejam dispostos a vir até Sinimbu (VOGT, 2011, coordenadora de redação, *Tribuna Popular*).

O relato de Vogt vai ao encontro de discussões contemporâneas sobre a qualidade do ensino no país. Grande parte dos jovens finalizam o ensino médio sem estar preparada para o mercado de trabalho. Como ela expõe, não conseguem redigir textos de maneira coerente e sem erros de Língua Portuguesa e, muitas vezes, lhes falta capital simbólico para interpretar e compreender de modo minimamente crítico o que se passa na sociedade. Também é restrito o acesso à formação técnica, principalmente aos jovens de municípios pequenos e rurais. Pela falta de qualificação dessas pessoas, ao serem contratadas pelo jornal é necessário realizar um treinamento para ensiná-las, parecendo lógico que a remuneração desses principiantes seja mais baixa.

Outras questões motivam Vogt (2011) a permanecer na redação do *Tribuna Popular*, entre elas: a relação de amizade com o proprietário; a liberdade para inovar; haver dinâmica no trabalho que desenvolve e poder ter o controle e tomada de decisão sobre a produção, em todos os setores; sentir-se uma profissional fundamental na qualificação da publicação e valorizada na sociedade local pelo trabalho que desempenha no jornal; sentir-se colaborando de maneira positiva para seu município natal.

---

[141] *Coreldraw* é o nome de um *software* utilizado para a edição de imagens.

Ela também busca ter momentos de reflexão com os demais funcionários para pensar e questionar as notícias produzidas. Assim, tenta estimular uma percepção mais analítica sobre as pautas, qualificando o conteúdo jornalístico da publicação. A coordenadora de redação ainda fala sobre o *Manual de Redação e Ética*, feito no período em que Luciana Jost trabalhava no veículo, o qual ela aprimorou. Diz ser material importante, porque as pessoas que começam a trabalhar no jornal têm um guia sobre pontos específicos como postura ética, técnica básica de redação e dúvidas ortográficas. Aponta que ter uma equipe que precisa de formação exige mais dedicação dela. Ao entanto, também apresenta um ponto positivo extremamente necessário para um jornal do porte do *Tribuna Popular*:

> (...) é legal porque tu consegue moldar ainda. A questão do *Manual de Redação*, a própria questão de vendas, porque, às vezes, o profissional jornalista não toparia vir pra cá, pra ter que vender, pra ter que fazer várias outras coisas, além de matérias. Então, nesse sentido é muito interessante moldar. Mas a gente acaba tendo que fazer uma peneira ali, que a gente põe na peneira não rendem tudo aquilo que a gente esperava (VOGT, 2011, coordenadora de redação, *Tribuna Popular*).

Mais adiante, a entrevistada revela que, em geral, o jornal acaba sendo o primeiro emprego da pessoa contratada. Tanto que dos quatro funcionários que atuam na redação, para três é o primeiro emprego. Todos os que trabalham na redação moram em Sinimbu ou têm ligação familiar com o município. Em relação aos funcionários, Dhiel (2011) sublinha que morar em Sinimbu não é uma exigência, mas preferível. “Pra ter essa relação mais comunitária, raízes. Uma visão do que a comunidade espera, como ela pensa, até pra te inserir no contexto[142] (DHIEL, 2011). Quando Dhiel (2011) ressalta preferir que os seus funcionários residam no local, é no sentido deles se familiarizarem e estarem próximos dos leitores/consumidores. Ainda há outro elemento percebido quando o proprietário alega que, por influência da colonização germânica na região, percebe existir uma certa resistência a quem não é local ou descendente de alemães. Silva (2007), em pesquisa realizada em Santa Cruz do Sul, fala sobre os aspectos culturais que pontuam a história regional e as narrativas que servem de suporte à identidade cultural daquele município: o *Deutschtum* (germanismo). Essa mesma matriz pode ser percebia em Sinimbu, local que tinha Santa Cruz do Sul como município mãe. Sendo assim, possivelmente, um jornalista de outra etnia poderia enfrentar

---

[142] Com a palavra *comunidade* o proprietário refere-se aos moradores do município que compõem a esfera local, sendo a comunidade a que ele se refere. Mas, nesta pesquisa, entende-se *comunidade* a partir do que é trazido por Bauman (2003), sendo algo sempre almejado e nunca alcançado, que promete aconchego, segurança, proteção, cooperação, mas que cobra seu preço por isso, entre eles: a liberdade e o direito à autoafirmação.

mais dificuldades ao ir trabalhar em Sinimbu, para conquistar fontes e inserir-se na sociedade, do que alguém de descendência alemã, como é o caso de Dhiel (2011).

Já em relação à opção do proprietário por cursar Direito, ao invés de Jornalismo, deu-se, principalmente, segundo ele, para evitar que a empresa respondesse a processos judiciais e para representá-la, se necessário. Pode-se inferir que, nessa decisão, também pesou a experiência que teve quando sócio do *Tribuna do Vale*. Pelo seu jornal, *Tribuna Popular*, ele está respondendo a dois processos judiciais. "Evitar problemas pra empresa. Perder um processo grande, se vai ficar horas remando pra te encontrar de novo" (DHIEL, 2011). Fala referindo-se à estabilidade financeira da publicação, que seria diretamente prejudicada. Ele acrescenta ser também a busca por mais conhecimento e crescimento pessoal.

Outro fator importante, indicado pelo entrevistado, foi a conquista do registro precário de jornalista em 2002, sem a necessidade de formação universitária. "Eu tinha idéia de fazer jornalismo, enfim, se conseguiu o registro sem fazer. Daí, optei por Direito. (...) Mas eu tinha uma segunda opção, Jornalismo; e terceira, Administração" (DHIEL, 2011). Mais uma vez, verifica-se a desistência da busca por qualificação universitária em Jornalismo por não ser obrigatório o diploma para exercer a profissão.

Em relação às pessoas que contrata, diz exigir, no mínimo, o ensino médio, exceto entregadores. Dhiel (2011) comenta preferir identificar nas escolas, falando com professores ou na comunidade local, indivíduos que podem vir a se encaixar no perfil necessário para atuar na sua empresa, ao invés de apenas publicar um anúncio, oferecendo a vaga. Afirma que nunca teve um jornalista formado trabalhando no jornal. Mas assinala ter iniciado tratativas para contratar um jornalista graduado; porém, a pessoa acabou optando por trabalhar em um jornal maior, *Informativo do Vale*, em Lajeado. Dhiel (2011) diz que pretende focar a busca por uma pessoa que esteja estudando Jornalismo na UNISC. Ainda como se pode verificar acima, mesmo que não sejam graduados, estudantes universitários compõem a maior parte do quadro na redação e profissionais de outras áreas passaram pelo jornal ao longo dos anos. O proprietário calcula que, desde 2004, a maioria das pessoas que trabalhou na redação eram universitários de diferentes áreas. Destaca que o objetivo, para o futuro, é profissionalizar a equipe com a presença de jornalistas e publicitários. Uma das formas é a própria equipe buscar a formação no campo da Comunicação. Nesse sentido, acredita existir possibilidade da coordenadora de redação,Vogt (2011), voltar a fazer Jornalismo na UNISC.

Do ponto de vista do proprietário, há cinco anos era mais difícil encontrar algum profissional da área da Comunicação disposto a vir trabalhar em municípios de pequeno porte. Mesmo o custo para a empresa manter essa pessoa, com qualificação universitária, era mais pesado de suportar. Porém, pensa que, "com a universidade [UNISC] formando cada vez mais profissionais, em tese, o mercado também deve dar uma barateada. Então, já possibilita se aventurar" (DHIEL, 2011). Ainda pondera que, de modo geral, a empresa está conseguindo erguer sua faixa salarial. Vogt (2011) afirma receber por vinte horas de trabalho assinado na carteira de trabalho R$ 300,00, mais comissão pelas vendas que As horas extras que faz desistiu de controlar, por ser algo corriqueiro e por estar em um cargo de chefia. Se feita a comparação com o piso salarial de jornalista para o interior do estado, que, em 2011, é de R$ 1.240,00, para trinta horas semanais (SINDICATO DOS JORNALISTAS DO RS, 2011), o jornal ainda está bastante aquém de oferecer essa quantia a quem ocupa, além do cargo de jornalista, o de chefia da redação, entre outras atividades. Com isso, fica evidente que o veículo ainda precisa reforçar as suas bases financeiras para ofertar salário compatível com o de mercado a um jornalista diplomado.

Ainda quanto à presença da UNISC na região, o proprietário diz:

> Eu acho que a UNISC teve impacto no sentido de ter uma reação pra todo mundo. Tanto é que eu voltei a estudar. De cada um analisar, ver, de enxergar essa necessidade, de manter os estudos e de se manter atualizado, principalmente. O fato de ter uma universidade, eu acho que ela difunde esse conceito, essa necessidade (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Em outras palavras, existir a universidade na região significaria criar a necessidade de se qualificar e se profissionalizar. Ele também comenta estar sendo construído um canal entre o jornal e o departamento do Curso de Comunicação Social da UNISC, havendo contato com alguns professores e pensando sobre a possibilidade de alunos estagiarem na publicação. Mas fica claro ser algo ainda bastante superficial. Outra forma apresentada por Dhiel (2011) para buscar a qualificação dos funcionários é através do Instituto de Cooperação e Desenvolvimento de Mídia Comunitária (ICOM), do qual faz parte e foi presidente em 2006. Nesta entidade são realizados treinamentos para aprimorar a técnica de redação, vendas, publicidade, assinaturas, palestras motivacionais, além de conferir premiações anuais aos seus oito participantes. Esses quando ganham em alguma categoria, se auto referenciam em seus jornais, sendo uma auto publicização também.

Através da ICOM, os proprietários dos jornais e seus funcionários podem trocar experiências, observar o que outros veículos com características parecidas de outras regiões

estão produzindo. Pode ser visto como uma maneira, associativa, que os donos desses jornais encontraram para não estarem tão isolados em seus municípios ou microrregiões. Ainda acontece uma aproximação com pelo menos quatro universidades e um centro universitário – UNISC, Universidade de Caxias do Sul (UCS), Centro Universitário Univates, Universidae Feevale, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) – são os avaliadores dos concursos e, às vezes, promotores contratados para a realização dos treinamentos.

3.1.5 Abrangência e circulação

A partir deste tópico, será abordado como se deu a construção da relação de assinantes e da abrangência microrregional do jornal *Tribuna Popular*. Aparecem as disputas e estratégias para circular no município. Também será apresentado de forma ilustrativa o mapa do município de Sinimbu, evidenciando onde está a maioria dos seus assinantes (centro ou periferia). Ainda, o foco desse item será no jornal *Tribuna Popular*, por ser o que permaneceu em atividade.

A circulação do *Tribuna Popular* iniciou abrangendo apenas Sinimbu, com periodicidade quinzenal, passando a semanal em novembro de 1994. Sempre circulou através da venda de assinaturas e Dhiel (2011) mantém, até hoje, como regra entregar de maneira gratuita no máximo dois meses, o que chamou de *isca* (cortesia). Também inadimplência é tolerada nas assinaturas anuais no máximo por 60 dias.

> Eu tenho isso, a *Folha do Mate* praticava muito bem isso também. Fazia uma campanha lá, no bairro ou eu fazia numa localidade aqui, mas era no máximo dois meses. Isso quando era quinzenal, passou dois meses, aí: quer não quer? Então, desde o inicio já eram muito forte minhas assinaturas. Eu sei que nós começamos, com 700 jornais logo, logo (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Mas é preciso recordar que muito, em relação a essa facilidade em conseguir tantas assinaturas com tamanha rapidez, se devam também à experiência adquirida quando implantou o *Tribuna do Vale*. Dhiel (2011) já sabia quais eram as pessoas que tinham o outro jornal e, possivelmente, mais interessadas por notícias locais. A distribuição no princípio era feita por um entregador. O entrevistado conta que foram criados roteiros para a entrega do periódico e utilizava pontos, como casas comerciais, para deixar em boxes jornais para os assinantes, além de enviar através dos ônibus. Essa estratégia de parceria com as casas comerciais era benéfica para o jornal, que tinha um local específico onde deixar as edições e para o comerciante que poderia ter a chance de fazer alguma venda ao assinante que vinha

buscar o seu jornal. Atualmente, a distribuição é feita na maior parte do município por entregador e permanecem sete casas comerciais onde deixa os jornais nos boxes e mais 17 onde ficam pacotes, mas sem as caixas especiais. Dhiel (2011) afirma que teria condições de colocar mais roteiros com entrega domiciliar, mas está em dúvida, porque, provavelmente, terá que entrar em atrito com estes comerciantes que o auxiliaram no princípio.

Enquanto não tem certeza sobre essa questão, vai permanecer a parceria com essas casas comerciais. Mas o veículo já suportaria investir em uma distribuição própria diferente do princípio, quando precisava da boa vontade dos comerciantes para selar a colaboração. No depoimento acima também está presente o contato com líderes locais, necessários, em especial, nos primeiros anos para a afirmação do jornal na comunidade local.

Atualmente, o *Tribuna Popular*, segundo Dhiel (2011) tem tiragem de 2.550 jornais e cerca de 2.400 assinantes.

> Microrregião de atuação eu tenho botado várias vezes. (...) Cito, por exemplo, Sinimbu, Herveiras, Gramado Xavier, Boqueirão, às vezes Barros Cassal e às vezes Vale do Sol, como uma referência, como parâmetro de município. Às vezes Vera Cruz, mas muito dificilmente porque daí já destoa um pouco, mas sempre num contexto de microrregião (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Ressalte-se que essa área com mais municípios é a de circulação do jornal; a microrregião a que se propõe a atender editorialmente é: Sinimbu, Herveiras e Gramado Xavier. Citar mais municípios, nos quais a distribuição do jornal acontece, pode ser visto como uma estratégia para captar publicidade. Em veículos impressos, quanto maior a circulação, mais chances dos anunciantes e agências de publicidade desejarem investir com propaganda. A coordenadora de redação aponta que o mercado com o qual a publicação trabalha é diferenciado.

> (...) podemos não ter o parque gráfico, o pessoal da *Gazeta*, porque as comparações sempre partem da *Gazeta*. Mas, nós temos um leque de leitores na região, um percentual muito superior. A gente chega aonde eles não chegam. Então, assim se a gente chega aonde não chegam com informação, tem muita gente interessada em chegar com seus produtos. (...) (VOGT, 2011, coordenadora de redação, *Tribuna Popular*).

Foi a partir desse raciocínio – de que a informação e os produtos dos anunciantes estavam chegando a pessoas que não teriam acesso a tal – que Vogt (2011) concluiu ser relevante a produção de notícias, mas também a venda de publicidade. Ela diz que antes de compreender essa relação tinha dificuldades em realizar vendas porque achava que vender seria trazer benefícios apenas para a empresa.

Dhiel (2011) avalia que Sinimbu representa 58% da circulação do total dos assinantes, sendo que em torno de 550 estariam na área urbana e 842 na área rural. Ele indica números aproximados de assinantes nos outros municípios: Herveiras, 240; Gramado Xavier, 130; Boqueirão do Leão 10; Santa Cruz do Sul – cidade – 150, mais o distrito de Rio Pardinho (distrito de Santa Cruz do Sul que faz divisa com Sinimbu), 110; e Vera Cruz, 15. Por correio, comenta enviar cerca de 30 jornais. Ainda há, aproximadamente, 100 jornais cortesia para órgãos como Polícia Civil, Brigada Militar, bombeiros, polícia regional e empresas as quais ele tem interesse que conheçam e acompanhem o produto. Ainda muitos assinantes dos outros municípios revelam ser pessoas que moravam em Sinimbu e se mudaram ou têm familiares, no município, sendo o jornal uma maneira de manter-se informado sobre o que acontece no local.

O entrevistado assinala que a ideia de expandir a circulação começou por Gramado Xavier, por volta de 1994, muito em função das relações interpessoal mantidas com familiares da esposa que moravam lá, mas também por conexões com amigos que tiveram atuação política no município. Já Herveiras, como havia sido desmembrando de Sinimbu, existia há mais tempo uma ligação com o *Tribuna Popular*, no entanto, a publicação passou a circular mais no novo município em 1996, após emancipação.

> (...) Reni Giovanaz, em Gramado Xavier, foi prefeito [coligação entre Partido do Movimento Democrático Brasileiro - PMDB e Partido dos Trabalhadores - PT], mas antes dele ser prefeito foi nosso padrinho de casamento. E nós casamos em Venâncio Aires, antes de 93, e a administração começou em 93. E o segundo prefeito, que foi o Rui [Francisco Berté], também foi nosso padrinho de casamento que foi vice do Reni. (...) Então, naturalmente criou uma relação, e nós acabamos subindo lá.(...). Em 96 eu comecei a construir aqui, abri uma sucursal ali em Boqueirão do Leão, espaço físico do *Tribuna Popular*. Tinha duas funcionarias, chegou a ter três funcionarias lá. Em 2003 acabei transformando num jornal lá: a *Tribuna da Serra* (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Este novo jornal tinha em seu projeto atingir quatro municípios: Boqueirão, Progresso, Sério e Canudos do Vale. O entrevistado realizou uma migração dos assinantes do *Tribuna Popular* para o *Tribuna da Serra*. Mas cinco anos depois, em 2007, a carta de clientes desse último foi vendida para o jornal *O Boqueirão*[143]. Com isso, ele teve uma queda no número de assinantes. Também demonstrou preocupação em não lesar os clientes: "(...) quem tinha assinatura nossa, e não tinha a dele, tinha que entregar até vencer o período. Quem tinha os dois, ele ampliava o período dele pra receber, pra compensar isso. Então, pra ninguém ficar, em tese, no prejuízo" (DHIEL, 2011).

---

[143] Para conhecer o jornal veja: < http://www.oboqueirao.com.br/>.

É curioso que o *Tribuna da Serra* e *O Boqueirão* "nasceram" juntos. Os dois jornais foram se apresentar ao poder Legislativo exatamente na mesma sexta-feira, dia da semana em que acontecia a sessão da Câmara de Vereadores, em Boqueirão do Leão. Dhiel (2011) diz que tentou firmar algum acordo com a outra pessoa, sem sucesso. Assim, os dois veículos foram lançados e passaram a circular. No entanto, o entrevistado diz que não conseguiu acompanhar o empreendimento devidamente, pois no período trabalhava como assessor de imprensa na prefeitura de Sinimbu, tinha uma papelaria e o jornal *Tribuna Popular*, além de 46 quilômetros em estrada sem cobertura asfáltica até aquele município. Utilizando um ditado popular, resume o motivo de optar por retirar-se de Boqueirão do Leão: "O olho do dono engorda o boi". Com isso, demonstra que o jornal *O Boqueirão*, pela proximidade com o leitor e público, acabou prevalecendo naquela área.

Sendo assim, sobre a trajetória das assinaturas e expansão, explica que vinha com crescimento forte em Sinimbu desde a criação do jornal. Depois, o maior impacto foi a penetração em Gramado Xavier. No entanto, por desentendimentos com o prefeito da terceira legislatura desse município – Alan Cleofas dos Reis[144], eleito em 2000 pelo PTB – a partir de 2001, o *Tribuna Popular*, desacelerou sua participação por lá.

> Gramado Xavier começou a ter uma série de problemas políticos. Não com o jornal, interno. Coisas que eu não pactuava. Digamos que o jornal meio que se retirou de Gramado Xavier. Eu tentava pautar algumas coisas, mas era muito complicado trabalhar lá. (...) O Alan era prefeito, então aconteceram mortes, aconteceram algumas coisas. Ele fazia algumas propostas assim... digo: que eu não faço em termos de jornal, vê com quem tu quer fazer, sabe. Eu fiquei desgostoso e disse: - Olha, vamos manter os assinantes que quiserem se manter, vamos continuar a fazer o trabalho, mas não vamos ter um foco em Gramado Xavier. E reduzi bastante [o número de assinaturas]. Desde o final de 2008, na verdade, que começamos a retomar de novo. Então, é um processo que também não é nada fácil (DHIEL, 2011, proprietário, *Tribuna Popular*).

Essa retomada está sendo mais difícil também porque o jornal *O Boqueirão* passou a circular em Gramado Xavier, ou seja, há concorrência. Outra queda de circulação aconteceu em 2007, quando foi vendida a carta de clientes do jornal *Tribuna da Serra*, do município de Boqueirão do Leão, para o jornal *O Boqueirão*. O entrevistado enfatiza que, mesmo com essas perdas, em contrapartida, aumentaram as assinaturas no município de Sinimbu e em Rio Pardinho.

---

[144] O ex-prefeito de Gramado Xavier foi condenado a 13 anos de prisão em junho de 2010, por homicídio em 1998.

Desde 2000, o entrevistado diz ter uma regularidade boa no horário de distribuição do jornal. E nos últimos três anos não houve mais problemas de atraso. Às seis horas e vinte minutos, nas sextas-feiras, começa a distribuição na área urbana. São três entregadores que até às sete horas e quinze minutos finalizam essa parte. Já para o interior, a entrega é feita em parte de moto e há locais, como Paredão, que o jornal vai pelo ônibus, chegando por volta das cinco horas da tarde, porque são poucos horários que circulam naquela área. "A grande maioria vai de manhã. Em, Boqueirão, o ônibus passa por Boqueirão são oito horas e quarenta e cinco minutos ou nove e meia. Então, nesse trecho aqui vai ser nesses horários. (...) A logística do interior é complicada porque o interior é grande e com muitas entradinhas" (DHIEL, 2011).

Quando chove, os jornais ou pacotes são ensacados. No entanto, mais adiante, Dhiel (2011) revela que ainda há problemas quando acontece troca de motoristas ou cobradores, pois os novatos não sabem onde são os locais para deixar o jornal. Também, em período de férias escolares, dificuldades são enfrentadas, porque muitos jornais entregues para o filho do assinante na escola precisam de outra estratégia para chegar ao cliente, além de serem alteradas algumas linhas de ônibus em decorrência da ausência de aulas. O proprietário também conta com a solidariedade entre vizinhos para a distribuição do jornal. "(...) vários lugares aqui, os caras botaram uma caixinha na estrada, e recebem para aqueles que moram mais no fundo da estrada" (DHIEL, 2011). São formas de conseguir que a publicação chegue a mais lares. Ele ainda tem pacotes que vão até o centro do município de Herveiras e Gramado Xavier e são redespachados para outras localidades por uma pessoa que é daquele município, contratada para fazer esse serviço.

Fica claro que o entrevistado não se descuida do custo benefício na hora de pensar a distribuição. Nesse sentido, a passagem a seguir é interessante.

> Eu tive um caso agora, recentemente. Por exemplo, em Gramado Xavier estamos retomando, nós já tivemos jornais lá, se chama Alto Rio Pardinho. Tu tem que passar por Boqueirão para chegar em Gramado Xavier. E aí, meio que fizeram uma reunião: todo mundo assina de novo o *Tribuna Popular*, mas tem que trazer de moto aqui. Tem que trazer de algum jeito aqui que chegue no máximo às oito horas. Não dá. Não tem como. Vai me dar o custo triplo do que eu vou receber. No aspecto de logística, quanto jornal que eu vou deixar de entregar mais perto. Mas foi uma conversa boa, por enquanto não dá, vamos repensar. (...) Então, vão continuar assinando *O Boqueirão*, que é mais perto e tal (DHIEL, 2011, proprietário da *Tribuna Popular*).

É possível identificar, na passagem, o movimento dos leitores em busca de uma publicação que os atendesse melhor. Como há concorrência, sentiram-se capazes de tentar uma negociação e conseguir ter o jornal mais cedo naquela localidade. Ainda esse

posicionamento é um indicativo de que o interior rural também está tendo acesso a publicações impressas. O jornal e sua circulação nasceu como fenômeno urbano pela necessidade de concentração de pessoas (público leitor/consumidor), e concentração de comércio e indústrias (público anunciante). Verifica-se, todavia, que as áreas rurais para jornais com características como o *Tribuna Popular* são o grande público consumidor, como pode ser visto na figura a seguir, e um dos argumentos de venda de publicidade, porque chegam à pessoas que os outros jornais maiores não alcançam.

Figura 4 – Representação da distribuição das assinaturas, por localidade, do jornal *Tribuna Popular*, de Sinimbu
Fonte: Jornal *Tribuna Popular*, de Sinimbu.
Elaboração: Fernanda Finkler e Roselaine Blank, 2011.

3.1.6 Aspectos financeiros

Esta tematização traz pontos que influenciaram o equilíbrio financeiro do jornal. Destaquem-se o impacto das crises do nível local ao mundial na produção e o orçamento da publicação. Ainda, compreender questões ligadas às finanças da empresa jornalística tem importância porque pode revelar o grau de independência do veículo.

A manutenção financeira do primeiro jornal de Sinimbu, o *Tribuna do Vale*, contava com as assinaturas e anúncios, além do suporte dos sócios envolvidos. Quando Dhiel (2011) iniciou o seu próprio jornal, o *Tribuna Popular*, também buscou suporte financeiro em assinaturas e anúncios, mas ele podia contar com o salário de assessor de imprensa da prefeitura local e de correspondente da sucursal da Rádio Santa Cruz. Ainda no início tinha contrato com a prefeitura e câmara de vereadores de Sinimbu, para colunas informativas e publicações legais. O entrevistado afirma que, dessa maneira, foi possível atravessar o período inicial do empreendimento que exigia reinvestimento para criar uma estrutura mínima e superar os altos e baixos que surgiram. "(...) se tu vai pensar como investimento, ele deu prejuízo, mas ele gerava uma renda. Ele gerava receita para se autogerir, mas não gerava um excedente" (DHIEL, 2011). Em 2010, diz que a empresa teve aproximadamente 260 mil reais de faturamento anual. Ainda o preço da assinatura anual, em 1993, era de R$ 12,00, em 2011 custava R$ 80,00.

O entrevistado conta que, a partir da metade de 1994, conseguiu uma leva boa de assinaturas novas. Ele acredita que contribuiu para isso o fato de o *Tribuna do Vale* ter deixado de circular.

> Digamos que quem tinha dissabores, já tinha esquecido e se acostumado com a ideia de que o outro [jornal] não vinha mais e, ali, deu um *plus*. E aí, 1995 foi muito interessante, 1996, 1997. Tanto é que se conseguiu construir aqui [a sede do jornal], uma boa parte já estava [pronta], mas aí se conseguiu guardar um capinzinho [no sentido de dinheiro] (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Esse período de crescimento coincide com o que Brito e Pedreira (2009) identificam como momento no qual os grandes jornais estiveram no "paraíso". O motivo foi o plano real que estabilizou a economia, câmbio favorável à importação, aumento do consumo e crescimento no número de anunciantes. Parece que esse momento favorável aos impressos mais renomados do país, também refletiu positivamente em jornais menores como o *Tribuna Popular*. Ainda pode-se raciocinar estarem em evidência os "anabolizantes de circulação", com propagandas na televisão e rádio incentivando a compra e leitura de jornais. Mesmo que

o *Tribuna Popular* não tenha praticado esta estratégia de dar brindes para a venda de assinaturas, pode ter se beneficiado da sinergia criada pela publicidade feita por outras publicações de que ler jornal era algo necessário.

Essa onda de crescimento teve resfriamento entre 1999 e 2001. O proprietário recorda ter ocorrido o aumento do dólar e com o recuo feito de Gramado Xavier, houve impacto no empreendimento. Diz que a estabilidade econômica do país e em relação ao dólar faz diferença no seu jornal também.

> (...) no final do governo FHC [presidente da república, Fernando Henrique Cardoso] quando deu o estouro do dólar. (...) Aí, foi muito ruim, porque teve uma fase assim: o dólar subia, o papel subia. O dólar começou a baixar e baixar, e o preço [do papel] não baixava. (...) com a estabilidade, já melhorou muito. Mas o dólar ainda passou a ser um problema, a flutuação muito acentuada. (...) O fato de a gente ter que importar sempre o papel. O que acontece com as gráficas (...). Mesmo que venha em resma ou em bobina, acaba sendo importado igual. Então, o que eu vejo assim: a estabilidade, pra mim, seria o principal aspecto (DHIEL, 2011, proprietário do *Tribuna Popular*).

Já o temor em relação à crise de 2008[145], de que afetaria o seu jornal, acabou não se confirmando. Para ele, essa crise mundial não teve reflexo no faturamento da publicação. Já quando há problemas climáticos na região, que interfiram na produção agrícola, afirma que o efeito é imediato. "(...) acho que foi 2004, por aí, que tinha dado uma seca forte, que pegou granizo aqui. Se teve uma perda não tão significativa, mas assinantes alegavam que não tinham como pagar." (DHIEL, 2011). Problemas com a safra ou na venda do tabaco, principal produto de Sinimbu[146], também interferem nas assinaturas e nos anúncios, pela retração do mercado local e regional.

Em relação ao setor em que fatura mais – assinaturas ou publicidade – coloca que 57% vêm das assinaturas e 43% da publicidade. Ele engloba como publicidade anúncios ou colunas pagas pelos setores privado e público. Entre esses dois, aponta ser 50% originário do setor público e a outra metade do privado. Elenca como seus principais anunciantes (privado e público): Câmara e Prefeitura de Sinimbu; Kannemberg (fumageira); Sicredi; Rabuske mercado e distribuidora; Mercado Strohm; Prefeitura de Herveiras; Prefeitura de Gramado; Afubra; e supermercado Swarowsky. Revela que os cadernos ou páginas – sobre construção,

---

[145] Crise desencadeada por causa do mercado imobiliário dos Estados Unidos que afetou o mercado financeiro internacional.

[146] Na safra 2010/2011, entre os 305 municípios produtores de tabaco do Rio Grande do Sul, Sinimbu foi o 11° maior produtor da planta (AFUBRA, 2010).

veículos, saúde, etc – são o que trazem mais anunciantes, bem como tornam a venda da publicidade mais fácil.

Um dos objetivos de Dhiel (2011) para os próximos anos é fixar meta de crescimento do faturamento em 20%, dos quais 8% seriam para reinvestir, e 12% de lucro. Diz que em 2010, chegou próximo aos 5% de reinvestimento. Para alcançar esse objetivo está pensando em aumentar a equipe, setorizar mais as funções dentro da empresa, adquirir um novo sistema informatizado de gerenciamento e gestão, comprar mais uma moto e buscar crescer em número de assinaturas. Ele avalia que nos últimos quatro anos a empresa tem gerado mais lucro do que anteriormente.

Do ponto de vista de Dhiel (2011), ter o jornal é um bom negócio, porque consegue estar em dia com as contas e o pagamento dos funcionários, tem a possibilidade de influenciar positivamente a sociedade, dando visibilidade à população e às empresas, além de ser um negócio que sempre está em evidência. Ele considera ter um padrão de vida de classe média, o qual avalia positivamente, e acredita poder dar condições de vida aos dois filhos, melhor do que as que ele teve. Além do jornal *Tribuna Popular*, Dhiel (2011), através da Editora Singram, que é a mantenedora do jornal, já editou três livros de autores locais. Ele tentou outro negócio em 1997, uma loja – Ativa Informática – em que vendia também material escolar para os educandários estaduais de Sinimbu, Progresso, Barros Cassal e Boqueirão do Leão, mas como o governo estadual atrasava muito o pagamento, tornou-se inviável. Então, transformou em Editora Ativa, por onde publica, em conjunto com a Editora Singram, o guia telefônico e, de modo independente, realiza pesquisas, principalmente, eleitorais, desde 1998. Foram clientes partidos dos municípios de Sinimbu, Gramado Xavier, Vera Cruz e Vale do Sol. Ele contrata um estatístico e realiza os registros necessários na Justiça Eleitoral, quando os partidos têm a intenção de publicar o resultado. Da mesma forma, fez duas pesquisas mercadológicas para o seu jornal em 2005 e 2007.

3.2 *Folha Vale do Sol*, Vale do Sol

As entrevistas para este jornal foram feitas em datas diferentes. A primeira, com o proprietário do veículo, Alexandre Finkler, aconteceu no dia 20 de junho de 2010, tendo continuidade no dia 27 do mesmo mês e ano, em sua residência. Esta foi a entrevista pré-teste do roteiro-base. Os dois encontros juntos foram de duas horas e vinte minutos. Já a entrevista com a auxiliar de redação, Mirian Marciane Flesh, que é responsável pela coordenação da

redação, foi feita no dia 21 de janeiro de 2011, na sede da *Folha Vale do Sol*. Teve duração de uma hora e trinta minutos. A entrevista foi feita sem a presença do dono, para que a entrevistada se sentisse à vontade para falar.

3.2.1 Fase inicial do jornal e as relações com o poder público

O veículo circulou pela primeira vez no dia 14 de julho de 1995, com o nome de *Jornal Vale do Sol.* Os proprietários eram Alexandre Finkler e Gilmar Goulart Pinto. Conheceram-se quando trabalhavam na área de vendas de outro jornal, no município vizinho de Vera Cruz[147]. Com isso, tinham uma breve noção do funcionamento de um jornal, mecanismos necessários para a distribuição, venda de publicidade e técnica básica de redação. Pinto já havia trabalhado em outros veículos de comunicação. Finkler era morador de Vale do Sol, local emancipado em 1992. Entre os sócios, no começo, não havia divisão exata de tarefas, mas a tendência era Finkler cuidar da parte ligada a vendas e editoração, enquanto Pinto lidava com vendas, redação e fotografia.

A publicação teve alteração no nome em 1997[148]. De *Jornal Vale do Sol*, passou a ser *Folha Vale do Sol*. Segundo o proprietário Finkler (2010), a palavra *folha* passou a ser utilizada em alusão à *folha de fumo*, uma vez que o tabaco é o principal produto agrícola do município. Além disso, no período, para os donos da publicação, havia o entendimento de que a palavra *folha* combinaria melhor do que *jornal* por pretenderem manter um jornal compacto, com poucas páginas, mas muita informação. Outro motivo para a mudança de nome refere-se ao fato de que, naquele período, o impresso *Gazeta do Sul*, com maior circulação regional e tradição, era sinônimo de "jornal" para as pessoas da região, sendo a *Folha Vale do Sol* referida como *Gazetinha*. Ainda havia na época outros jornais que visavam circulação e identidade regional. Como lembra Mouillaud (2002), o nome de um jornal é percebido e toma relevo quando em comparação com "outro jornal". Também deixa de ser apenas o nome e torna-se envelope, aparecendo antes da manchete da capa. É único, buscando disseminação, publicizar a si mesmo e pode ser concebido como uma assinatura (MOUILLAUD, 2002).

Então, colocar o nome do município no jornal e fazer uma alusão ao principal produto econômico constituiu uma maneira de reforçar a característica local, que se queria vincular ao

---

[147] O jornal se chamava *É Notícia* e não existe mais.
[148] Ainda em 1997, Goulart Pinto deixaria de ser sócio da publicação, mas a decisão da troca do nome do jornal foi tomada em conjunto.

periódico. Também buscava criar uma identidade entre aquelas localidades que antes se viam ligadas, em sua grande maioria, a Santa Cruz do Sul. Agora, formavam algo novo, com delimitação territorial a qual se chamou Vale do Sol. Sendo uma nova história a ser contada, a partir dessa mudança de distritos dependentes da sede, o município com sua própria autonomia financeira e de decisões em diversas esferas. Como diz Bauman (2005, p. 21-22) "a "identidade" só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto, como alvo de um esforço, "um objetivo". O jornal parece vir para auxiliar a montar essa identidade em construção. Ainda, com o nome do jornal parece evidente a tentativa de reforçar um comprometimento com o município recém-criado. Peruzzo traz a perspectiva de que "tanto o local como o regional só podem ser compreendidos na relação de um com o outro, ou deles com outras dimensões espaciais, como o nacional e o global" (2003a, p. 68).

A *Folha Vale do Sol* sempre teve formato tablóide, iniciou com circulação quinzenal, oito páginas, tiragem de dois mil exemplares, distribuição gratuita, mantida pela venda de anúncios. No ano seguinte, começou a venda de assinaturas e a circulação semanal. Segundo Finkler (2010), esse modelo de distribuição foi necessário para fidelizar o leitor, visto que um outro jornal, após ter feito a venda de assinaturas, circulou poucas vezes, vindo a extinguir-se.

JORNAL
VALE DO SOL
Nº 0 - Vale do Sol - 1ª Quinzena de Julho/95

Vale do Sol recebe o seu jornal

Esse é nosso

O Jornal Vale do Sol nasceu para ficar

O Jornal VALE do SOL nasceu para ficar. Esse é nosso! A comunidade vale-solense, com o amadurecimento cultural, social, político e econômico, merece ter o seu jornal, o seu veículo próprio de comunicação.

Com o objetivo de sempre comunicar e informar a verdade dos fatos, sem parcialidade, o Jornal VALE DO SOL vem para servir a todos. Inicialmente será editado duas vezes por mês, com as informações mais importantes de todos os recantos de nosso município. Queremos valorizar tudo e todos de Vale do Sol.

Temos a certeza do apoio de toda a população, além das indústrias, do comércio, das empresas de prestação de serviços e das instituições de todo o território vale-solense. De momento, a distribuição do jornal será gratuita, patrocinada pelos nossos anunciantes.

Invista em Vale do Sol. Compre nas lojas e casas comerciais do nosso município. Faça uso dos nossos prestadores de serviços. E fique atento para que cada família de Vale do Sol receba sempre o seu exemplar do Jornal VALE do SOL.

Beleza do Vale será retratada nas páginas do Jornal

VALORIZE O QUE É NOSSO. INVISTA EM VALE DO SOL.

IPTU em atraso será cobrado

Seguindo informações de Enio Kessler, Secretário Municipal de Finanças, na próxima semana será feita uma avaliação das propriedades agrícolas, localizadas dentro do perímetro urbano, para a cobrança do IPTU (Imposto Predial Territorial Urbano), ano 1994. E uma cobrança em atraso devido a alterações e emendas da Câmara de Vereadores ao Projeto do Executivo.

Após o levantamento, os carnês estarão disponíveis na Secretaria de Finanças para todos aqueles que não se enquadrarem na nova lei.

Faça acontecer um inverno com menos frio

Durante esta semana, dias 17, 19 e 21 de julho, participe do PEDÁGIO DO AGASALHO em Vale do Sol.

Faça a sua doação em dinheiro ou em peças de roupas ou calçados. Todo e qualquer pano poderá ser transformado em um cobertor.

Proprietário de veículo, para não esquecer, coloque já, com antecedência, alguma doação em seu automóvel para participar na CAMPANHA DO AGASALHO/95.

PROMOÇÃO: PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL, INDÚSTRIAS, COMÉRCIO E BRIGADA MILITAR.

APOIO: JORNAL VALE DO SOL - Esse é Nosso

Festa do Colono em Faxinal de Dentro

As comunidades de Faxinal de Dentro festejam anualmente o DIA DO COLONO. Neste ano, convidam a todos para a Festa do dia 23 de Julho, no Pavilhão Comunitário da Escola Municipal Dalmo Filho. O início será às 9 horas da manhã, com desfile de carros alegóricos e máquinas agrícolas.

Ao meio-dia será servido um excelente churrasco e muita cerveja. A partir das 14 horas, haverá apresentações artísticas, grupos de danças e cantores. Logo após, reunião dançante. Os organizadores esperam você e sua família.

PARTICIPE
DIA DO AGRICULTOR
28 DE JULHO - 95
TEMA:
AGRICULTURA ECOLÓGICA E ORGÂNICA, UM ESQUEMA AGRICULTOR
VALE DO SOL
PROGRAMAÇÃO:
Celebração Ecumênica
Palestra: Agricultura Ecológica com Dalmo Mugo
Relato de experiência: COOPAF E ASSA
Leitura: Pastorais da Comunidade Católica
HORÁRIO: 9:00 hs até 17:00 hs
PROMOÇÃO: CAPA - SMAIC - Secretaria Municipal Agricultura Industria e Comércio do Vale do Sol.
APOIO: - Comunidade Evangélica e Católica do Vale do Sol - De Vera Cruz - RS
OBS.: TRAGA UM LANCHE PARA SEU ALMOÇO

GELSDORF & CIA. LTDA.
A Casa do Construtor
CONFIRA PROMOÇÕES NA PRÓXIMA EDIÇÃO
Av. 15 de Setembro, 1044 - Fone: 750-1044 - VALE DO SOL

Figura 5 - Primeira edição da *Folha Vale do Sol*, quando ainda se chamava *Jornal Vale do Sol*

Fonte: Arquivo *Folha Vale do Sol*.

Folha
Vale do Sol
Ano 15 - 3ª Semana de Novembro - 19.11.10 - Edição Nº 722 - Fone: 3750 1387 - Vale do Sol

Produtores e entidades querem manutenção da fumicultura

Vale do Sol também esteve representado no movimento, pelo secretário Walmor Diehl e produtor Luiz Carlos Schieffedecker

Primeiro debate

Nesta Edição

IBGE divulga dados extraoficiais página 3

Folha Herveiras página 4

Espaço Saúde página 5

Viagem à Brasília página 6

FestIn Vale página 7

Um Natal mais Feliz! Mercado Doce Lar participa da campanha! Faça aqui sua doação!

Um Natal mais Feliz! Mercado Oliveira participa da campanha! Faça aqui sua doação!

Não espere ganhar na loteria. Anuncie na Folha Vale do Sol e faça grandes negócios.

Folha Vale do Sol

Av. 15 de Setembro 1034 - Vale do Sol
Fone: (51) 3750 1387 - 9651 1418

Figura 6 - Edição do dia 19 de novembro de 2011

Fonte: Coleção da autora.

Em 1997, Gilmar Goulart Pinto vendeu sua parte do jornal para Lídia Tondello Finkler, mãe de Alexandre. Ela assumiu dívidas que a publicação tinha com o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) e Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), o que demonstra problemas no gerenciamento correto do empreendimento. Lídia trabalhou durante um período, até haver maior estabilidade financeira e organização empresarial, repassando, mais tarde, a total responsabilidade gerencial do negócio para o filho. Os pais de Finkler (2010) auxiliaram por algum período na redação, até conseguir contratar outra pessoa para a tarefa.

Conforme percebido ao longo da entrevista com o proprietário, a implantação de um jornal em Vale do Sol se deu por uma conjuntura: incentivo familiar, oportunidade de negócio e possibilidade de crescimento por ser local recém-emancipado. O incentivo principal veio do pai de Alexandre Finkler, Ireno, que havia administrado, por 18 anos, o jornal *Mundo Jovem*, pertencente à Pontifícia Universidade Católica (PUCRS), em Porto Alegre; foi líder da Comissão Emancipacionista de Vale do Sol; e tornou-se vice-prefeito no primeiro governo local. Portanto, era uma pessoa envolvida com a busca de oferta de serviços para o município, sintonizado em como produzir um jornal, tinha a compreensão do papel dos veículos de comunicação no processo de disseminação de ideias e era componente importante do governo local[149]. Finkler (2010) expõe que seu pai sempre foi um colaborador do veículo. Além disso, produziu muitos textos publicados sobre questões ligadas à história local.

A oportunidade de negócio está vinculada ao fato do local ter sido emancipado há poucos anos, sendo novo mercado a se explorar, como visto no relato:

> Quando o jornal surgiu fazia dois anos da emancipação. O município já estava se estabelecendo, melhorando com maquinário [patrolas e caminhões]. (...) Se não fosse local emancipado certamente não iríamos investir ali (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*). [150]

Como demonstrado no item 1.2, do capítulo 1, por Mueller (2006), com a emancipação se buscava, em primeiro plano, a solução de problemas estruturais e melhoria em serviços públicos. Depois o fomento do comércio e indústria local ou a criação de mais empresas e indústrias. O surgimento do jornal parece se encaixar como uma nova empresa a

---

[149] Em 1991, durante o processo de emancipação Ireno Finkler editou o jornal da *EmanSIMpação*, tinha programa semanal na rádio Santa Cruz (1991-1992) e coluna no jornal *Gazeta do Sul*, chamada *Enfoques de Vale do Sol*. ambos veículos do município vizinho de Santa Cruz do Sul. A coluna ainda é publicada, mas com a instalação do primeiro governo passou a ser produzida pela assessoria de imprensa da prefeitura de Vale do Sol.
[150] Entrevista realizada nos dias 20 e 27 de junho de 2010.

instalar-se no município, oferecendo um novo serviço inexistente anteriormente, gerando impostos e, ao longo do tempo, empregos. O autor assinala que, concomitante às questões coletivas ligadas à emancipação, está em jogo o interesse individual dos moradores. Reforçando que a maior visibilidade de desenvolvimento pessoal pode refletir em menor grau de emigrações e maior empenho para que questões coletivas dêem certo por afetarem possibilidades individuais.

A explicação do investimento em Vale do Sol está vinculada à garantia de haver interesse do poder público em ter onde divulgar ações, recados, editais, de que o novo município também tivesse o seu veículo de comunicação. Como revela o entrevistado:

> Sempre fomos parceiros da prefeitura e da Câmara [de vereadores] para divulgar o que de bom estão fazendo. Sem o apoio, no começo, da prefeitura, do Executivo, certamente, a gente não iria começar o jornal. Como havia necessidade deles também de terem um veículo de comunicação onde eles publicassem, inclusive, os editais e mostrassem à população o que eles estavam fazendo, veio a calhar (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

É visível o atrelamento do jornal ao poder público por causa da questão financeira, em especial, nos primeiros anos. A publicação iniciou os trabalhos sem grande capital. Tanto que a data em que surgiu, 14 de julho, foi decidida porque o Dia do Colono e Motorista, data comemorada na região, aconteceria no dia 25 de julho. Assim, conseguiriam anúncios para auxiliar na base econômica inicial do empreendimento.

Desse período, mantém-se a coluna semanal *Informativo da Prefeitura* e, a partir de 2001, *Resumo da Câmara*. A primeira, em alguns momentos, foi editada apesar do atraso no pagamento ou, mesmo, sem custos para o poder público, evitando-se perder a continuidade. Segundo a entrevista com o proprietário, os valores desse contrato fechado com o poder público, garantiam o pagamento da impressão, sendo as demais despesas mantidas através da venda publicitária. Esta parceria com o poder municipal viabilizou a manutenção dos custos básicos de impressão no primeiro ano, proporcionando certa segurança para os demais investimentos necessários ao jornal em implantação. Por outro lado, o poder público igualmente teve vantagens com a presença do jornal. Era importante para este que o município tivesse seu próprio veículo de comunicação, no qual pudesse informar a população sobre as ações que realizava. Esse periódico também legitimava o novo município criado e o novo governo instalado. Ainda os editais e anúncios publicitários eram publicados na *Folha Vale do Sol* a um custo muito mais baixo do que seria no jornal regional *Gazeta do Sul*. Portanto, tornou-se vantajoso para os empreendedores e para o poder público a “parceria”. A

população também passou a ter um jornal em que assuntos específicos do seu entorno, do município estavam sendo abordados. Como se percebe, assuntos, em sua grande maioria, a partir de fontes oficiais.

Em outra passagem o entrevistado reforça que instalar a publicação também teve conexão com o registro dos acontecimentos de Vale do Sol e possibilidade de desenvolvimento local:

> O jornal sempre teve a ideia de ser um jornal local e vir a crescer junto com o município. Vale do Sol, naquela época, tinha só a abrangência de uma sucursal da rádio Santa Cruz, com programa de uma hora ou trinta minutos. Atualmente, a sucursal é da rádio Princesa. Precisava de um jornal que oficializasse o que estava acontecendo, porque a rádio é um meio de comunicação rápido, de massa, abrange qualquer canto. Mas não tem como visualizar e não fica registrado. Só escuta. Já no jornal fica registrado, é uma coisa hoje, daqui há dez, vinte anos, não muda. É um registro histórico também. Isso faltava para Vale do Sol, algo que representasse de forma oficial o que estava acontecendo. E como eu tinha conhecimento e o Gilmar também, nós arriscamos fazer isso lá (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

Naquela passagem, também fica claro que o veículo iniciou trabalhando como "*algo que representasse de forma oficial"* o que estava se passando. No depoimento, a percepção de que apresentar o oficial é o correto, possivelmente esteja ligada à falta de conhecimento de premissas jornalísticas, à baixa profissionalização dos proprietários do jornal; e ao pequeno número de pessoas trabalhando na publicação, sendo menos trabalhoso e mais adequado à rotina de produção aceitar os textos enviados pelas assessorias de comunicação do Executivo e Legislativo, sem questionamento. Mais um argumento utilizado pelo entrevistado, em outra passagem, seria de que, se o povo elegeu aquelas pessoas para estarem como seus governantes, significaria que aquilo que informam interessa. Fala parecida Costa (2004) obteve em sua pesquisa[151]. Cabe trazer o questionamento feito pela autora: será que a população espera realmente isso de um jornal? Seria necessária uma pesquisa específica para responder a essa pergunta. No entanto, ela traz evidências de ser rudimentar a compreensão da função de um jornal por parte do proprietário.

Ainda é evidenciado pelo proprietário a precariedade da presença local de outras mídias no município, problemática que não se alterou, como visto na fala acima. Vale do Sol tem uma rádio comunitária, mas sua programação segue o perfil de rádio comercial, com programação musical, sem produção de programa jornalístico ou de entidades organizadas

---

[151] Em seu artigo, Costa (2004) aborda a produção e a recepção do jornal *A Voz do Vale do Paraíba*, localizado em Taubaté, em São Paulo.

locais ou de movimentos sociais. Algo confirmado também pela auxiliar de redação, Mirian Flesch[152] (2011): "O jornal acaba tendo mais força por ser local, as rádios que abrangem Vale do Sol, a maioria são mais regionais (...). Rádio local nós temos uma, comunitária, mas tem fim de entretenimento, mas não é informativa".

3.2.2 Evolução da estrutura de produção

Acompanhar a evolução da estrutura de produção auxilia na compreensão de como o jornal se desenvolveu ao longo dos anos. A seguir serão abordadas as transformações ocorridas do ponto de vista tecnológico e de recursos humanos.

No primeiro ano, 1995, a produção da publicação foi feita com uma máquina de escrever emprestada do pai de Alexandre, Ireno Finkler, e câmera fotográfica analógica de Gilmar Goulart Pinto. Ou seja, a produção do jornal era analógica, utilizavam laudas de papel, calculavam o tamanho de fotografia e ilustração. A composição (montagem) do jornal foi terceirizada até 1997, quando compraram o primeiro computador, um 386[153]. Este equipamento foi pago com dificuldades em várias prestações. A partir desse momento, a *Folha Vale do Sol* passou a ter as páginas produzidas de forma digital, utilizando *softwares* específicos para diagramação[154]. Também, a partir de 1997, foi contratada uma secretária que digitava os textos manuscritos e era responsável pelas demais tarefas de secretaria e atendimento ao público. Cerca de um ano depois, compraram uma impressora e, em seguida, um *scanner*. Como apontado no item 1.4, do capítulo 1, foi, principalmente, a partir de 1995, com maior importação de equipamentos digitais (computadores, câmeras fotográficas, gravadores, etc...), tornou-se possível para empreendimentos menores também adquirir computadores, entre outros artigos digitais. A evolução da tecnologia de informação e comunicação se deu a passos largos. Tanto que Finkler (2010) faz um breve resumo sobre os diferentes suportes que foram utilizados para enviar o jornal até a gráfica:

---

[152] Entrevista realizada em 21 de janeiro de 2011.

[153] Os computadores pessoais com microprocessador 386 produzidos pela Intel revolucionaram o mercado por terem a capacidade de executar mais de uma tarefa simultaneamente. Surgiu em 1986 e foi fabricado até 1994 (RIOSERVICE, 2010).

[154] Para aprender a utilizar o programa de computador, contrataram os serviços de uma pessoa que fazia a diagramação do jornal *Arauto Comunitário*, do município vizinho, Vera Cruz. Vinha em horários fora do expediente, sendo uma atividade *freelancer*. Esta pessoa era estudante de Ciência da Computação, na UNISC. Mais tarde, abriu uma empresa especializada em *softwares* para jornais, editoras e revistas (gerenciamento de assinaturas, publicidades, circulação, telemarketing, etc). É visto aqui, a influência da UNISC na qualificação de mão de obra, também para a área da tecnologia da informação, necessária em um jornal e em outras mídias.

> Teve tempo que a gente mandava o jornal em disquete, mas o disquete era pequeno. Daí, surgiu o MD [minidisck]. (...) depois tinha o Zip, foi também pouco usado e depois também, surgiu o FTP da *Gazeta*, quando entrou a Viavale lá. Aí, a gente começou a mandar direto pela internet.[155] (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

Essas mudanças, conforme o entrevistado, ocorreram entre 1997 e 1999, permanecendo até hoje a transmissão das páginas via internet. A redação da *Folha Vale do Sol* foi se adequando ao surgimento das novas tecnologias, mas sempre levando em conta o custo benefício da aquisição do equipamento. Finkler (2010) ressalta que, além do computador, a câmera fotográfica digital[156] foi muito importante. Adquirida entre 1997 e 1998, possibilitou que se deixasse de gastar com a impressão de fotografias, valor que girava em torno de dois salários mínimos por mês, na época. Vindo a auxiliar na economia financeira e do tempo gasto com as revelações. O acesso à internet discada veio por volta de 1997 e 1998, conforme aprendiam a transmitir o jornal em páginas de PDF para a gráfica. Desde então, foram contratados mais funcionários, adquiridos mais computadores e a internet utilizada é considerada de boa qualidade pelos entrevistados. Em 2010, o jornal tinha cinco computadores, uma impressora multifuncional, duas câmeras fotográficas digitais e um automóvel. Na redação, vendas e secretariado havia quatro funcionárias. Na distribuição mais quatro entregadores, que utilizavam o veículo próprio (motocicleta ou bicicleta). A tiragem da publicação era de 1.300 exemplares e permanece sendo semanal. Ainda, desde 2009, foram inseridas páginas com notícias do município de Herveiras em um movimento de expansão do negócio.

Quando o entrevistado foi questionado porque a *Folha Vale do Sol* não mantém *site* na internet, respondeu avaliar como algo desnecessário no momento. Ele alega, com base empírica, que grande parte do público-alvo do periódico não tem acesso à internet ou hábito de utilizá-la para a leitura de jornal. Também disse que não há planos de construir uma página na internet.

---

[155] MD significa *mini disk* ou um disco pequeno onde podiam ser armazenados dados digitas, da mesma forma ZIP *disk drive* era um suporte para armazenar dados digitais. Na atualidade são suportes superados. Já o FTP quer dizer *File Transfer Protocol* ou Protocolo de Transferência de Arquivos, é uma forma rápida e prática de transferir arquivos, principalmente, pela internet.

[156] A câmera fotográfica digital era uma *Olimpus* de 1.3 mega pixel. Foi adquirida por cerca de 700 dólares, através de um primo de Finkler (2010), que trabalhava em uma empresa de aviação. O equipamento veio importando de Miami, Estados Unidos, pois não havia para comprar na região e, nem mesmo, no Paraguai, conforme o entrevistado. Isso demonstra o valor elevado do equipamento e o difícil acesso a ele (FINKLER, 2010).

Com a informatização, portanto, a publicação não buscou se firmar também na *web*, mas passou a ter maior agilidade na produção das notícias que deixaram de ser manuscritas e, depois, digitadas sendo feitas diretamente em *softwares* de edição de texto. Também o tempo e dinheiro gasto com impressão das fotografias ficou para trás, além das imagens a cada ano terem melhorado a qualidade pela evolução tecnológica dos equipamentos. É possível dizer que houve uma qualificação no conteúdo e na apresentação do jornal. E, em parte, se deve ao uso da internet e do correio eletrônico, agilizando o envio de *releases* e a sondagem de informações. Mas, também, essas melhorias estão ligadas ao aperfeiçoamento de quem atua na redação, como será mais detalhado adiante.

3.2.3 Linha Editorial

Segundo Finkler (2010), a linha editorial seguida nos primeiros anos de instalação do jornal sofreu alterações ao longo dos anos; porém, permaneceu a premissa de divulgar notícias e informações sobre o município em uma perspectiva mais positiva. Ele recorda que, nos primeiros anos, a linha editorial "era mais crítica do que a de hoje. A época exigia um veículo mais crítico. (...) Mais opinativo" (FINKLER, 2010). Compreende-se crítico, aqui, muito mais no sentido dos textos serem escritos de maneira que a opinião do redator era mais declarada. Agora, verifica-se que a publicação busca ser informativa, no sentido de não se posicionar e não gerar polêmica. Percebe-se o posicionamento específico da publicação. No caso, favorável à emancipação e os prováveis benefícios que esta traria. Como ele reforça, em outra passagem: "Era mais crítico pra que as pessoas acreditassem no município, porque havia aqueles que não acreditavam, e era mais crítico nesse sentido" (FINKLER, 2010). Portanto, a publicação defendia, no princípio, de maneira mais declarada, o seu "posicionamento pró-desenvolvimento do município, com o jornal sempre disposto a divulgar o que de bom está acontecendo no município" (FINKLER, 2010). Essa necessidade é compreendida melhor quando se observa que a emancipação de Vale do Sol foi conquistada com diferença a favor de 8,7% dos votos válidos[157]. Também o primeiro governo venceu as eleições com apenas 2,1% de vantagem sobre os adversários[158]. Isso demonstra que a população desse novo

---

[157] No plebiscito de 10 de novembro de 1991, 2.542 pessoas votaram a favor da emancipação; 2.135 votaram contra, com 86 votos em branco e 49 nulos, totalizando 4.812 eleitores, porém 4.677 votos válidos.

[158] Na eleição de 1992, Nelson Michel (PMDB), venceu com 2.871; Beatriz Krainovic (PP) perdeu com 2.753, sendo a diferença entre os votos válidos de 118 votantes. Ainda, 261 pessoas votaram em branco e 60 nulos, tendo sido apurado o total de 5.945 votos.

município não se emancipou por consenso total e, muito menos, a administração recém-eleita tinha apoio de uma maioria massiva.

A orientação desenvolvimentista permanece até hoje. Flesch (2011)[159] também descreve que o jornal pretende contribuir para o desenvolvimento do município, levando informação sobre o que se passa no local para a população local. Acrescenta que a publicação serve para revelar ao poder público o que está acontecendo nas localidades, os problemas existentes. Através disso, infere-se a introdução da mediação feita pela publicação entre poder público e a sociedade, e vice-versa. A auxiliar de redação expõe que o jornal quer buscar diálogo com o leitor, incentivando que interaja com a publicação para que esses enviem textos ou pautas. Dessa maneira, pensa ser uma forma de auxiliar na promoção do desenvolvimento. Esse "diálogo" se dá de maneira informal e não sistematizada. Na entrevista fica claro que muitas pautas surgem quando há saídas da redação para realizar entrevistas na produção de alguma notícia ou fora do expediente de trabalho. "Surge muito nos finais de semana, em festas que as pessoas... elas vêm e conversam, porque elas enxergam que nós somos a *Folha Vale do Sol*. (...) Então, é nesses momentos que surgem, que as pessoas trazem a notícia pra nós" (FLESCH, 2011). Esta passagem vai ao encontro do que Peruzzo (2003a, p. 84) aponta sobre o jornalismo de proximidade: "permite uma relação convivial, a captação dos assuntos, angústias, alegrias e interpretações que dizem respeito mais diretamente à vida dos cidadãos e das comunidades, além de facilitar o seguimento das mobilizações sociais". Essa capacidade da *Folha Vale do Sol* é uma realidade. No entanto, a utilização dela poderia ser aprimorada e melhor pensada pelo gestor da publicação e pelos funcionários que nela trabalham.

O que se vê nessa publicação não pode ser caracterizado como jornalismo comunitário ou mesmo alternativo ou popular. Existe o fator mercadológico presente na concepção do veículo. Mas a proximidade com o público leitor e com as fontes, o foco no que acontece no local, faz com que esse jornal seja caracterizado como feito para a comunidade e se identificando com a sociedade local.

Outra situação que, possivelmente, interferiu diretamente na construção da proposta editorial no princípio, foi a precariedade estrutural de um negócio que inicia sem grande capital, com proprietários jovens e pouco profissionalizados.

> No começo não tínhamos nada, só fazíamos venda, fazia coleta dos dados na Prefeitura, das informações que tinha e a assessoria deles ajudava a gente também.

---

[159] Entrevista realizada no dia 21 de janeiro de 2011.

> No começo era o Guido[160] (...) eles forneciam as matérias pra nós, e nós publicávamos, na íntegra, como acontece hoje (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

Assim, o assessor de imprensa acabava por não se distinguir do repórter que estivesse trabalhando na redação. Tinha-se este assessor como uma soma aos esforços na produção jornalística de material para o jornal. Costa (2004, p. 104) identifica isso como a "fórmula ideal" por economizar tempo e dinheiro. "(...) ao apresentar um material "pronto e acabado", tendo em vista a infraestrutura do jornal, os assessores ajudam a determinar o que será noticiado ao público. São eles que desempenham a função do jornalista da redação". Nos primeiros anos de instalação da publicação, essa lógica parece ter sido a regra pela falta de estruturação do negócio. Mas, do mesmo modo, pode-se levar em conta: em 1995, o Curso de Comunicação Social da UNISC – com as graduações em Jornalismo e em Publicidade e Propaganda mais próximas geograficamente de Vale do Sol – ainda não havia formado sua primeira turma. Jornalistas graduados precisavam vir de centros urbanos como Santa Maria e a capital, Porto Alegre, distantes aproximadamente 200 quilômetros de Vale do Sol. Qualificar a publicação com a presença de um jornalista parece duplamente difícil por motivos financeiros e de oferta de profissionais na região como foi apresentado no item 1.3.1, do capítulo 1. A própria criação do Curso de Comunicação Social, com a habilitação Jornalismo, acontece por haver demanda de profissionais graduados na região.

Um recurso muito usado, tanto no início, como até hoje, para driblar a falta de profissionais com formação são os *releases*. Estes são oriundos de órgãos públicos ou privados acabam, muitas vezes, sendo utilizados como texto final no jornal. Nos últimos anos, outra tática é a contratação de estudantes de jornalismo como funcionários da redação, como será visto no item 3.2.4, formação profissional. Em relação aos *releases*, pelo menos nos últimos três anos, período em que Flesch (2010) trabalha na redação da *Folha Vale do Sol*, esses já não são publicados na íntegra, como acredita o proprietário. A auxiliar de redação pontua que, na hora de decidir o que publicar, leva-se em conta a relevância do assunto; se necessário, ela confirma a informação ou ouve os demais atores envolvidos no fato. Flesch (2010) explica que o gerenciamento de espaço do jornal é essencial, porque há muito mais

---

[160] Guido Ernani Kuhn é personalidade conhecida na região do Corede – VRP. Foi advogado e jornalista. Entre outras entidades, prestou assessoria de imprensa nas prefeituras de Vale do Sol (1993-1996), Santa Cruz e Vera Cruz. Foi diretor secretário da *Gazeta do Sul*, um dos acionistas da Gazeta do Sul S/A e um dos fundadores da Rádio Gazeta AM e FM. Também foi jornalista responsável da publicação em estudo, *Gazeta Popular*. Kuhn faleceu em 2010, aos 66 anos.

notícia para ser publicado do que páginas de jornal: “temos que publicar matérias pequenas e acabamos resumindo” (FLESCH, 2011)

A *Folha Vale do Sol*, em 2010, trouxe na capa sempre a principal notícia da edição na íntegra com uma imagem. As chamadas para outras notícias, contidas na edição, foram expostas em uma coluna à direita. O jornal, que varia de oito a 12 páginas por edição, em preto e branco, não tem divisão clara por editorias. Mas foi possível observar que tentam agrupar na mesma página assuntos sobre temáticas ou assuntos semelhantes. Notícias gerais ou opinião na página dois, onde estava o editorial semanalmente. Notícias ligadas à Câmara de Vereadores de Vale do Sol eram editados ao lado da coluna semanal *Resumo da Câmara*, e o *Esporte* sempre figurou na contracapa. São colunas fixas do periódico: *Informativo da Prefeitura de Vale do Sol, Câmara Municipal de Vale do Sol em destaque, Informativo da Prefeitura de Herveiras e Câmara Municipal de Herveiras em Destaque*. Ainda eram páginas publicadas uma vez ao mês: *FestinVale*, social; *Cultivar*, dois colunistas voluntários falavam sobre assuntos ligados ao meio rural; *Espaço saúde*, notícias frias a respeito de saúde. Também, esporadicamente, houve publicação de páginas sobre veículos e construção, além de cadernos especiais referentes a datas especiais ou festividades.

A entrevistada classifica a relação com os assessores de imprensa do poder público como próxima. Revela estarem presentes conflitos, mas que são, em geral, resolvidos com diálogo. Para a auxiliar de redação, a relação com o poder público é de parceria, porque é fonte de muitas informações que interessam aos leitores. “Nós temos uma relação próxima com o poder público, com intuito de levar a informação para os nossos leitores” (FLESCH, 2011).

Com base no desencontro das colocações sobre como se lida atualmente com o material recebido das assessorias de imprensa, é possível dizer que estes têm relevância para o veículo, mas já não são publicados tal qual como enviados. Passam por uma avaliação interna e reformulação. Possivelmente isso acontece porque, atualmente, o fluxo de informações recebido é muito maior do que em 1995 – o que indicaria uma aceitação e consolidação do jornal – sendo necessária a triagem de notícias; o trabalhador desta redação tem maior proximidade com as técnicas jornalísticas, lançando mão delas para conseguir racionalizar e organizar a produção do jornal. Mas as assessorias, em especial do poder público local,

permanecem como grandes pauteiros[161], influenciando no que é notícia. Como diz Bucci (2009) a imprensa interage e se relaciona com as assessorias de imprensa, governos e outras áreas da comunicação, havendo interdependências editoriais recíprocas entre esses sistemas. Porém, o autor ressalta que a independência do veículo de comunicação torna-se fundamental, caso o contrário, há apenas a submissão a um dos sistemas. Na *Folha Vale do Sol* se percebe preocupação em ser um veículo independente, mas parece estar em construção essa independência não havendo total descolamento do poder público.

Ainda a partir da análise dos dois depoimentos, é possível identificar que essa característica editorial, de *mostrar o que de bom está acontecendo*, tem o viés de tornar o jornal mais simpático, gerar uma sinergia positiva em torno do que está sendo realizado no município, apresentar crescimento e desenvolvimento. As temáticas positivas por gerarem menor impacto e atritos quanto à opinião pública e com o poder público também se tornam mais salutares quando se busca evitar o enfrentamento ou posicionamento mais crítico. Ainda, para manter uma linha editorial mais crítica, investigativa, que trabalhe com denúncias de maneira a não se tornar sensacionalismo exige profissionais qualificados, com sólida formação técnica, ética e humanística.

Apesar desse posicionamento ver principalmente o lado positivo das questões, Flesch (2011) aponta e observou-se no periódico que a linha editorial não escapa de abordar assuntos mais polêmicos quando estes são indicados por leitores, vereadores, lideranças locais ou de evidente repercussão na sociedade local. Na visão de Finkler (2010), a responsabilidade de pautar a redação quando se trata de notícias mais polêmicas, passa para um ator exterior à redação. Parece que, com isso, pretende ter com quem dividir a responsabilidade da temática ter vindo à tona recaia apenas sobre o jornal. Também fica evidente que, para o proprietário, notícias mais polêmicas são divulgadas em caso de terem como efeito comentários, discussões ou ações que reverberem em melhorias para o município. “Se há alguma denúncia, fundada, de importância para o município, a gente certamente vai estar ali para apurar ou tentar descobrir o que está acontecendo. Mas a gente motivar a denúncia, não” (FINKLER, 2010).

No entanto, Flesch (2011) diz que, ao ficar sabendo de algo que gere pauta interessante, não espera que alguém sugira o assunto. “Se a gente sabe que tá acontecendo, a gente faz” (FLESCH, 2011). A partir dessas colocações é visível que a atividade na redação

---

[161] Pauteiro é pessoa ou órgão que seleciona e indica assuntos, fatos, acontecimentos que podem tornar-se notícia.

destoa da perspectiva do proprietário, o qual afirma que seu jornal não motiva a denúncia. A funcionária demonstra haver iniciativas que partem da redação na cobertura de temáticas que sejam notícia. Por outro lado, ela revela não ser possível a produção de grande número de notícias ou reportagens que exijam muita dedicação. A equipe que trabalha na redação é reduzida e precisa dar conta de finalizar a edição no horário estipulado pela gráfica, que permanece sendo tercerizada.

Na fala do proprietário, a função do jornalismo é menos complexa do que as recentes teorias do jornalismo têm apontado e mais próximo da perspectiva da teoria difusionista[162] e do espelho[163]. Em um momento, diz que a publicação também busca "ser um retrato fiel daquilo que está acontecendo, retrato fiel da comunidade" (FINKLER, 2010). No entanto, um veículo de comunicação não tem tal capacidade. Mesmo a questão da objetividade é algo muito discutido por estudiosos. As escolhas que o repórter faz ao decidir qual fonte utilizar, o ângulo em que dará a notícia são subjetivas e da, mesma forma, há o manuseio da linguagem. O veículo pode fazer uma mediação entre a sociedade e o poder público. Mas os discursos presentes em suas páginas não serão despidos de diferentes sentidos construindo uma realidade, mesmo que se pretenda ser o mais objetivo e isento possível. Como dito por Orlandi (1996) a linguagem – e pode-se dizer o modo de pensar das pessoas – são constituídos através de processos histórico-sociais, os quais refletem na forma de se expressar e articular a linguagem.

Flesch (2010), ao pensar sobre o que é jornalismo, fez longa pausa e respondeu: "é levar informação, levar conteúdo, é informar". Poderia se dizer que é uma prática baseada na concepção de que o jornalista pode se apropriar da realidade com imparcialidade, sem subjetividade alguma nas escolhas e sem a complexidade de sentidos que a linguagem possibilita. Já, quando fala sobre o papel do jornalista, vai um pouco além:

> pra mim, jornalista é ser alguém que, no caso, leva informação através do jornal, do veículo, enfim... Mas é também... é uma pessoa que não tá simplesmente aí pra escrever, mas tá aí pra perceber o que tá acontecendo na comunidade, tem que ter uma visão muito mais ampla, de poder perceber qual que é o desafio, quais os

---

[162] O pressuposto básico da teoria difusionista, elaborada nos anos de 1960, "era de que a comunicação (persuasão) por si só seria capaz de desencadear inovações, gerar desenvolvimento" (MELO, 1985, p. 30). Porém, a teoria não levava em conta as condições políticas e sócio-econômicas, sendo essa sua principal falha.

[163] A teoria do espelho surgiu com a profissionalização do jornalismo, que deixava de ser literário e ideológico, para ser somente informativo. Essa teoria trazia como preceito principal que as "notícias são como são porque a realidade assim o determina" (TRAQUINA, 2001, p. 65). Em outras palavras, o texto jornalístico seria um retrato fiel dos fatos. O jornalista atuaria como um observador desinteressado e objetivo. O problema dessa teoria é não dar conta das subjetividades e interesses que envolvam a produção e as empresas jornalísticas.

> problemas, o que pode melhorar, de que forma. É um papel muito mais social, acredito (FLESCH, 2011, auxiliar de redação da *Folha Vale do Sol*).

Através desse depoimento, é possível identificar uma percepção um pouco mais avançada da função do jornalista em um jornal. Em outras palavras, da própria função que ela desempenha – o que denota o fato de a entrevistada ser estudante de jornalismo. Passando de alguém que reporta fatos e acontecimentos sem análise crítica sobre o que aborda, para um mediador, que está atento ao que ocorre no seu entorno e na sociedade em que está inserido. Berger (2002a) fala sobre isso, dizendo que

> o jornalismo, enquanto uma prática social – realizada em condições de produção específicas – capta, transforma, produz e faz circular acontecimentos, interpretando e nomeando situações e sentimentos do presente. Ao veicular as várias vozes que constituem os acontecimentos explicita que faz parte de um determinado tempo histórico e que é produzido por sujeitos históricos (BERGER, 2002a, p. 283).

Com base nas entrevistas, entre os critérios de noticiabilidade utilizados, o mais decisivo é o localismo. Para Flesch (2011), fatos regionais, estaduais, nacionais, internacionais, em geral, para serem publicados precisam ter algum gancho com Vale do Sol ou cidadão vale-solense, enquanto Finkler (2010) acrescenta que para notícias nacionais, estaduais e regionais existe o jornal Gazeta do Sul, sendo a *Folha Vale do Sol* focada no que é local. Ainda, Flesch (2011) assinala ser de Vale do Sol toda a equipe da redação, ou seja, são pessoas inseridas na comunidade, filhos de agricultores ou de comerciantes, fato esse que vem influenciar na hora de discutir as pautas e sobre o que será notícia.

> Tem uns assuntos que todos nós sabemos que estão em alta, pelo contato que a gente tem com a família e com as outras pessoas. Nesse sentido, a gente sabe que o assunto interessa, a gente acaba priorizando. (...) pelo contato que a gente tem com as pessoas sabe que esse assunto todos querem saber (FLESCH, 2011, auxiliar de redação da *Folha Vale do Sol*).

Sendo assim, o fato de os funcionários da *Folha Vale do Sol* morarem no município permite que tenham vínculos mais estreitos com alguns leitores, sendo os próprios familiares "termômetro" para indicar a relevância de alguns temas. Ao falar sobre mudanças editoriais, Flesch (2011) comenta não haver alteração mais significativa no padrão de *layout* ou editorias no jornal. Desde que começou a trabalhar na publicação foram criadas páginas como a chamada *Cultivar*, que aborda assuntos ligados à agropecuária; *Escola em ação*, sobre escolas do município; e *Festin Vale*, página social. Assinalou também que para produzir as páginas especiais ou cadernos há liberdade para decidir sobre pauta e a arte.

A *Folha Vale do Sol* mantém relações sistemáticas com os grupos e instituições que estão mais estruturados e organizados no município. Com esses, há uma conexão de ida e vinda de informações, no sentido de que eles buscam o periódico para divulgar suas ações, da mesma forma que a publicação os utiliza como fonte de informação. Já as entidades menos articuladas também são menos acessadas como fontes, porém a redação se apresenta aberta para divulgar o que realizam, quando solicitado. A seguir, esse assunto será aprofundado.

Em relação às escolas, Flesch (2011) frisa que o jornal mantém proximidade, no intuito de buscar a participação de alunos e professores nos edições. Revela ter aumentado a interação com os educandários, desde que foi produzida a série *Escola em ação* entre 2009 e 2010[164]. Para os estudantes e educadores, Flesch (2010) afirma sempre haver espaço. Esses, em geral, enviam artigos, poemas, tiras em quadrinhos. Muitas vezes, trabalhos produzidos em sala de aula têm, como principal finalidade, ser publicados no jornal. Essa é uma maneira de conseguir a participação de atores externos à redação e que reforçam laços do jornal com a comunidade local. Também são atividades que não exigem ação direta de quem trabalha na redação, evita-se sobrecarregar as funcionárias com mais atividades. Outro ponto levantado por Flesch (2010) é a utilização do jornal em sala de aula por alguns professores como material didático.

> Ainda há movimento em busca da participação das escolas no jornal quando, em datas especiais, entram em contato com um professor para que desenvolva atividade sobre a data com os alunos. O professor seleciona os trabalhos (desenhos, tiras, poesias, artigos) com melhor desempenho e esses são publicados no jornal. No entanto, essa ação não é sistemática, como conta a auxiliar de redação: "É tudo por acaso. Quando surge a oportunidade da gente poder fazer essa parceria com as escolas, a gente faz" (FLESCH, 2011, auxiliar de redação da *Folha Vale do Sol*).

Finkler (2010) tem uma visão voltada ao negócio em relação às escolas. Lembra que todas têm assinatura do periódico. Ele considera importante esse entrosamento do jornal com os educandários, porque "lá se tem os futuros potenciais assinantes e eleitores. Se eles estão na escola, é porque não vão mais ser semi-analfabetos como eram as pessoas quando a gente começou" (FINKLER, 2010). Com isso, refere-se à qualificação e aumento da alfabetização no município, para exemplificar, em 1995, as escolas municipais atendiam apenas até a quinto ano do ensino fundamental e somente uma escola estadual com ensino fundamental completo em Vale do Sol. Era preciso ir a outro município para cursar o ensino médio. Atualmente,

---

[164] Foi uma série de reportagens em que, uma vez por mês, traziam a situação de um escola do município com o depoimento de professores e alunos. O jornal percorreu todos os educandários de Vale do Sol.

duas escolas municipais, em área rural, têm o ensino fundamental completo e a escola estadual oferece ensino médio em três turnos.

Com as igrejas e comunidades religiosas, a relação do jornal é menor e também assistemática, realizada a partir de convites que são feitos à publicação. Existe a cobertura de eventos ou encontros quando envolve atividade que repercutam na sociedade local com iniciativa de cobertura partindo da redação. “Eles convidam, a gente vai e faz a cobertura, relação normal assim” (FLESCH, 2011).

Referente às associações, grupos organizados e movimentos sociais, Finkler (2010) e Flesch (2011) têm percepções parecidas. Quem é mais organizado e entra em contato com a redação tem espaço disponível para divulgar suas ações. Ao encontro dessa colocação vai o que Costa (1997, p.4) observa:

> O maior interesse pelos movimentos sociais locais deve-se, basicamente, a mudanças nas formas de atuação de tais atores e a transformações no jornalismo, num nível mais geral. Os novos atores sociais têm buscado com maior empenho formas públicas de atuação (realização de manifestações etc.), procurando, ainda, implementar uma política de relações públicas (contato com jornalistas, elaboração de releases etc.) adequada às condições de produção do jornalismo local. Por outro lado, ao longo da democratização parece ter-se verificado uma mudança substantiva na avaliação jornalística do valor noticioso das ações dos movimentos sociais. Depois que alguns jornais de cunho nacional e até a própria mídia internacional incluíram os movimentos sociais em sua pauta jornalística, cobrindo sistematicamente as atividades desses atores (participação em conferências internacionais, boicotes, demonstrações públicas etc.) e as questões por eles tematizadas, os jornais locais voltaram também a atenção para tais atores.

Flesch (2011) pontua serem mais ativos: uma associação de mulheres, da localidade de Pinhal-Trombudo, associação de agricultores ecológicos vinculados ao CAPA, Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) e associação de artesãs. Ela salienta que a maioria das associações de agricultores de Vale do Sol é formada para a compra e uso de maquinário agrícola. “Então, tem umas associações que a gente tem mais contato, mas têm outras que não se integram tanto, que não querem dar tanta visibilidade, porque não tem tantas ações por trás (FLESCH, 2011).

Com o Sindicato dos Trabalhadores Rurais, que tem um posto em Vale do Sol, a auxiliar de redação comenta haver pouco contato; em geral, quando feito é direto com a sede que fica em Santa Cruz do Sul. A Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra) é tida no mesmo nível das associações mais ativas locais em termos de contato com a redação. Já os Conselhos Municipais, Flesch (2011) fala que não buscam muita visibilidade junto ao jornal. As informações, quando vêm, são através da assessoria de imprensa da prefeitura.

Portanto, o que se percebe é que alguns atores sociais já estão organizados com assessorias de imprensa ou criaram uma cultura interna de divulgação do que promovem. Eles têm interesses e compreendem o que significa essa presença na mídia. Por outro lado, as entidades que não buscam seu espaço ou o jornal não procura a participação delas, infere-se haver uma falha da ação do jornal, pois diminui sua capacidade como mediador social e "vitrine" para as ações da sociedade local. Essa publicação que teria como diferencial a proximidade não a estaria utilizando em todo o seu potencial. Ainda é possível pensar que essa dificuldade de assistir de modo mais enfático entidades menos organizadas, também aconteça pela equipe enxuta que trabalha na redação e em formação profissional.

3.2.4 Formação dos profissionais

Será apresentada a formação dos envolvidos com a confecção do jornal, dificuldades em conseguir mão de obra profissional e a forma encontrada para captar pessoas para trabalhar na redação. O tipo de formação apresentada pelos funcionários é importante quando considerado que, quanto melhor estruturada uma empresa, a tendência é contratar pessoas especializadas na atividade a ser desempenhada.

Ao iniciar o jornal, Alexandre Finkler tinha o ensino médio completo, Gilmar Goulart Pinto, curso técnico de fresador ferramenteiro, e experiência na área da comunicação por já ter trabalhado como fotógrafo, em revista e jornal, na cidade de São Leopoldo/RS. Finkler (2010) começou a cursar Relações Públicas, na Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), em 1996, trocando para Jornalismo, ainda no primeiro ano do curso. No entanto, ele não chegou a finalizar a faculdade, trancando o curso em 2004. Em 2003, passou a ter o título de jornalista a partir de registro precário da profissão. Então, tornou-se o jornalista responsável pela publicação. Foi a partir de 2001 que estudantes de Comunicação Social da UNISC ou recém formados (Jornalismo e Relações Públicas), começaram a atuar na redação, em geral, como contratados. Na *Folha Vale do Sol*, segundo Finkler (2010), pelo menos 13 estudantes ou recém graduados do Curso de Comunicação da UNISC trabalharam na redação – contando com as atuais funcionárias. Nem todos eram moradores locais, vindos principalmente de Santa Cruz do Sul, e alguns permaneceram por curto período. Foi entre 2006 e fevereiro de

2009 o período em que contou com jornalista[165] formado pela UNISC e que residia no município.

Como o Curso de Comunicação Social foi instalado, em 1993, por causa da demanda na região por qualificação de pessoas que já atuavam em empresas jornalísticas ou de publicidade, como visto no Projeto do Curso de Comunicação Social (UNISC, 1993), é possível pensar que, em meados dos anos 2000, com quatro turmas formadas no curso, mudava o perfil do estudante: deixa de ser, em sua maioria, quem já tinha colocação no mercado e procurava se aperfeiçoar; passando a ser indivíduos que, através da graduação, buscavam uma profissão. Pode-se raciocinar, com isso, que alguns passaram a procurar experiências práticas. Para essas primeiras investidas, tanto para estudantes quanto para recém graduados, os jornais menores, no entorno do município pólo, serviram como jornal-laboratório ou trampolim para veículos maiores. Afinal, as vagas no município de Santa Cruz do Sul, pelo número de publicações que suporta, têm um limite. Ao encontro do que foi dito, Finkler (2010) reforça: "são muitos jornalistas que estão se formando, até pra ver que a realidade de antes era muito diferente. O pessoal tá se formando em jornalismo na UNISC, antigamente, não se tinha essa mão de obra, essa chance de se ter um estudante [de Comunicação Social] no veículo."

Em 2011, quatro pessoas trabalham na redação, diagramação e secretariado do jornal, com uma colaboradora nos esportes. Todas são mulheres. Dessas, três estudam jornalismo na UNISC; outra estuda Contabilidade na Faculdade Dom Alberto[166], também em Santa Cruz do Sul; e a última está finalizando o ensino médio. Há um responsável pela área de vendas e assinaturas, com ensino médio completo. Finkler (2010) ressalta serem os funcionários naturais de Vale do Sol ou terem fortes ligações com o município (familiares residentes no local). Essa conexão garantiria maior afinidade do jornal com os acontecimentos locais.

Ele comenta terem sido feitas oficinas de jornalismo[167] com estudantes do ensino médio entre 2007 e 2009[168]. Dentre os participantes, eram selecionadas pessoas para trabalhar na redação. Essa iniciativa parece ter rendido frutos, quando se percebe que a coordenadora atual de redação foi participante da primeira oficina e tornou-se estudante de jornalismo na

---

[165] A jornalista contratada é a autora desta pesquisa.
[166] Faculdade Dom Alberto é uma instituição de ensino superior e técnico de caráter privado.
[167] Na oficina de jornalismo haviam encontros semanais realizados ao longo de três meses. Neles se discutiam assuntos relacionados à comunicação e era confeccionado jornal laboratório.
[168] As oficinas de jornalismo foram iniciativa e coordenadas pela autora dessa pesquisa, que no período atuava como editora-chefe no veículo.

UNISC. Flesch (2011) revela que a relação dela com o jornalismo iniciou-se por acaso: "(...) no início, eu confesso que não imaginei que trabalharia no jornal algum dia, mas eu fui gostando e fui ficando". No segundo semestre de 2008, ela começou a fazer o curso de Comunicação Social – Jornalismo, na UNISC. Não cursa todas as disciplinas por ser muito caro para ela e difícil conciliar o trabalho e as horas de estudo. Somando todas as disciplinas cursadas, está no segundo semestre. Afirma que, se não tivesse a universidade próxima ao município onde mora com os pais, teria tentado estudar em outra instituição, mas que fosse pública, e citou como exemplo a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). O curso ela acredita que teria sido também Jornalismo ou Letras, porque gosta de ler e escrever.

Quando questionado o proprietário sobre o porquê de não contratar um jornalista formado, ele respondeu:

> Em primeiro lugar, porque o pessoal que a gente tem é bem capacitado para o trabalho que é exigido. Outra questão é o custo que tem. Precisa pagar o jornalista, precisa pagar a locomoção para vir de outra cidade. Porque no município não se tem jornalista [formado] disponível. Uma das coisas é o custo. E outra, os estudantes que estão ali, estão desempenhando muito bem o papel deles (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

É possível perceber três pontos trazidos na fala de Finkler (2010): os estudantes atendem às necessidades de produção de um jornal semanal por um salário menor do que o de um profissional graduado – a auxiliar de redação recebe um salário mínimo, R$ 545,00 mensais, com carteira assinada, para trabalhar 40h semanais e os dias nos quais ela tem aula pela manhã não são descontados do seu salário; não há jornalista formado residente no município disponível; contratar mão de obra de outro município encareceria o custo do profissional para a empresa. Portanto, segundo a lógica do empresário, não há motivos maiores para "importar" uma pessoa com formação universitária, a qual necessitaria grande investimento e sem a certeza ou garantia de retorno financeiro imediato ou a curto prazo para o negócio.

Mas deve-se levar em consideração que Finkler (2010) tem uma equipe em formação, a qual, a cada ano, à medida que vai avançando em seus cursos superiores – em especial as duas funcionárias e a colaboradora que estudam Jornalismo – irão aprimorando a publicação, sendo profissionalizada a redação. Possivelmente, haverá um momento em que o proprietário perderá essas pessoas com uma qualidade maior na área, havendo uma queda na qualidade editorial do jornal, ou seguirá em um processo de evolução e melhoramento do veículo, contratando-as como profissionais.

3.2.5 Abrangência de circulação

Neste ponto, é feito o panorama de como se construiu a distribuição dos jornais e questões relacionadas às assinaturas. Por fim, apresenta-se, de modo ilustrativo, o mapa do município de Vale do Sol com número de assinantes por localidade[169]. A circulação e logística de distribuição evidenciam a penetração do jornal no município demonstrando se atinge somente o centro urbano ou também as áreas rurais.

No início, o jornal era distribuído em pontos – bares, lanchonetes, casas comerciais, etc – nas diferentes localidades, bem como através dos ônibus de linha local. Pacotes com grupo de jornais eram deixados pelos cobradores nos pontos ou eles próprios distribuíam o jornal em frente à casa do assinante. Inclusive, a troca de cobrador da linha ou a entrada de novos ocasionava problemas na entrega, pois era necessário que a pessoa aprendesse onde deveria deixar os jornais. O processo de substituição desse sistema por entregadores aconteceu de forma lenta, ao longo dos anos. A distribuição inicial em pontos e por ônibus foi a maneira encontrada para evitar despesas. Os donos dos pontos beneficiavam-se com a vinda do assinante até o seu estabelecimento para buscar a publicação toda a sexta-feira, porque havia a possibilidade de que, além de levar o jornal, comprasse ou consumisse algo vendido no local.

Por outro lado, ter o jornal no balcão do bar ou casa comercial era a marca do veículo sendo reforçada, com as páginas próximas estimulando a curiosidade dos demais frequentadores do local. Com isso, criava-se a necessidade de também consumir aquele produto. Além de ter sido uma forma de infiltrar um hábito pouco comum: a leitura de um jornal. Como dito por Lage (1982,) o rádio e a televisão no Brasil se desenvolveram junto com o processo de industrialização, assim essas duas mídias tomaram o lugar dos veículos impressos como elemento de socialização. Também Melo (2003), destaca haver predominância no país da cultura oral sobre a impressa, mas afirma que essa deficiência é trazida de tempos ainda mais longínquos, desde o Brasil Colônia. Entretanto, foi nos anos de 1990 que se teve um grande aumento no número de jornais impressos no país. Brito e Pedreira (2009) lembram que naquela década praticamente dobrou a circulação média dos jornais impressos, algo jamais visto antes.

---

[169] Optou-se por apresentar apenas o município sede Vale do Sol, por ainda ser reduzido o número assinaturas no município vizinho, Herveiras.

Como já comentado, em 1996, o jornal tornou-se semanal e iniciaram as vendas de assinatura. O preço era de R$ 16,00 a assinatura anual. No princípio, não havia rigor em relação ao pagamento e renovação, essa venda era feita em caráter de auxílio ao jornal local.

> Quem queria colaborar pagando assinatura, recebia com etiqueta, com seu nome no jornal. Tinha muita gente, nos primeiros anos, que não pagava, mas recebia o jornal. (...) Depois de mais um tempo, não sei quantos anos, daí, a gente começou a ser mais duro mesmo, fizemos cadastro. Daí, tínhamos uma outra funcionária junto. Pra fazer um controle maior. Daí, começamos a cortá-las assim: quem não paga, não vai receber. Vamos trabalhar só pra quem nos paga (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

Atualmente, há sistema informatizado de controle do vencimento de assinaturas. A *Folha Vale do Sol* continua trabalhando, principalmente, com assinantes. É inexpressiva a venda avulsa realizada somente na sede. Assinaturas até podem ser dadas como cortesia ou brinde para quermesses, eventos nas comunidades e festas empresariais, mas não ultrapassam três meses. Se, após este período, não houver pagamento, é suspensa a entrega do jornal. Percebe-se que a empresa jornalística precisa equilibrar os gastos, racionalizar a produção, com o objetivo de gerar lucro.

Em relação ao crescimento no número de assinantes, o entrevistado faz a seguinte declaração:

> Muitas pessoas ou não têm o hábito de ler ou não querem ler mesmo. O número de assinantes é limitado em um município como Vale do Sol, que tem doze mil habitantes. O número de famílias deve ser entorno de vamos supor, quatro mil famílias. Dessas quatro mil, se tiver 25% com assinatura, acredito que é um bom número, que os outros, talvez, não tenham hábito ou sejam pessoas mais humildes, semi-analfabetos ou analfabetos. A tendência é aumentar o número de assinaturas com o aumento da educação. (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

Verifica-se que o proprietário aposta no crescimento do número de pessoas aptas a ler para que o empreendimento aumente a sua tiragem, indo ao encontro da ideia de Brito e Pedreira (2009). Os autores creem que os países em desenvolvimento do BRIC – Brasil, Rússia, Índia e China – estão ampliando o seu número de leitores pela população estar tendo melhores condições econômicas para consumir e de educação. No entanto, não é levado em consideração uma constatação feita por Sant'Anna (2008). Ele diz estar diminuindo o número de leitores de jornal e revista, além daqueles que leem estarem diminuindo o tempo de leitura. Segundo o autor, este é um movimento mais intenso nos países desenvolvidos; porém presente no Brasil também. Entre os fatores dessa diminuição, estaria o acesso online a essas publicações e o ritmo acelerado vivido pela sociedade contemporânea, precisando ser a informação curta para rápida assimilação.

A *Folha Vale do Sol* também está com campanha de expansão para Herveiras, município vizinho. Em 2009, começaram a ser publicadas páginas somente sobre Herveiras, chamadas de *Folha de Herveiras*. Também foi contratado um entregador e representante comercial para venda de assinaturas e anúncios. Esse movimento é próprio das empresas de comunicação que procuram aumentar os lucros através da expandindo seu espaço de atuação. Nesse caso, seria o esboço da horizontalidade descrita por Capparelli e Lima (2004), quando a empresa tenta monopolizar atividade em uma mesma área do setor. Mas Finkler (2010) indica ser essa expansão um processo de evolução lenta, precisando se consolidar. Ele aposta na facilidade de trânsito trazida pela conclusão da RSC 471[170], passando de aproximadamente uma hora para trinta e cinco minutos o trajeto até Herveiras, aproximando esse município com Vale do Sol. Também crê ter equipe suficiente para buscar a expansão. No entanto, Flesch (2011) ao longo de sua entrevista deixou explícito sentir-se sobrecarregada pelas múltiplas tarefas que precisa desempenhar.

A distribuição do jornal é feita, em Vale do Sol, por três entregadores e, em Herveiras, por um. Em 2011, o jornal tem tiragem de 1300 exemplares e cerca de 980 assinantes. Destes 90% estão em Vale do Sol e 10% em Herveiras. Os demais exemplares são distribuídos entre para anunciantes, para divulgação e arquivo. A assinatura anual custa R$ 98,00 a renovação R$ 80,00. Em Herveiras o preço da assinatura é de R$ 70,00, valor promocional por estarem em campanha para penetrar naquele município. A seguir figura em que pode-se conferir a distribuição do jornal no município de Vale do Sol.

---

[170] A RSC-471 é estrada pavimentada concluída no final de 2010. Tornou-se importante eixo de ligação entre o norte do Rio Grande do Sul, Planalto Médio e o Porto de Rio Grande, passando pelo Vale do Rio Pardo. Boa parte da produção do estado passa por ali, indo até o Porto de Rio Grande, bem como de lá produtos são levados para diversos pontos do estado.

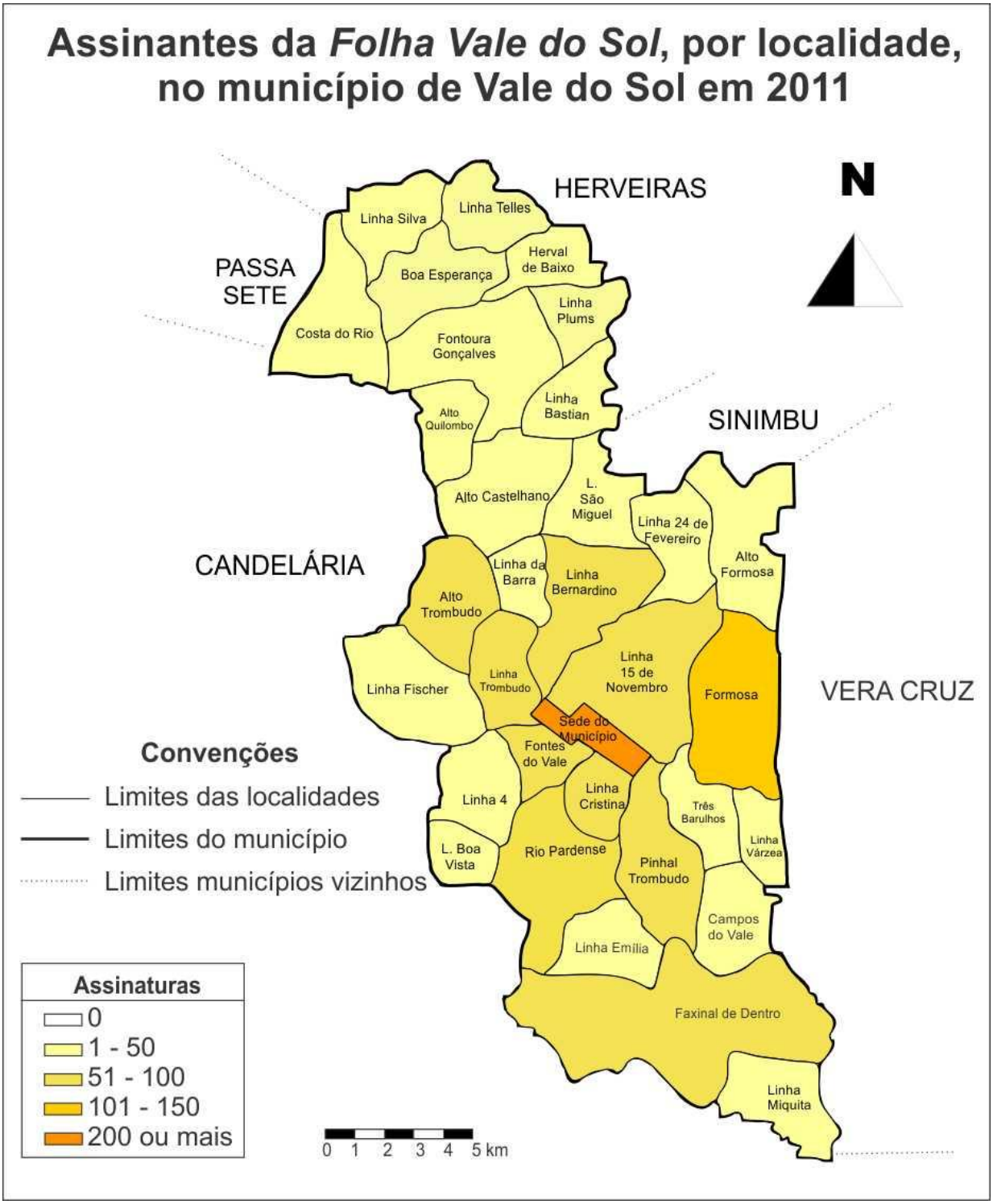

Figura 7 – Representação da distribuição das assinaturas, por localidade, da *Folha Vale do Sol*, de Vale do Sol
Fonte: Jornal *Folha Vale do Sol*, de Vale do Sol.
Elaboração: Fernanda Finkler e Roselaine Blank, 2011.

3.2.6 Aspectos financeiros

A seguir, são tratados assuntos relacionados à lucratividade do negócio e custos de produção. Acompanhar os aspectos financeiros de uma publicação é relevante por indicar de onde provém a maior parte de seus rendimentos, o que pode evidenciar independência ou dependência do veículo a um anunciante ou entidade, entre outros pontos.

Nos primeiros anos do jornal, Finkler (2011) revelou que conseguia manter a empresa por terem o contrato com o Executivo e Legislativo municipal, venda de anúncios e, a partir de 1996, venda de assinaturas. Também, porque os custos eram mais baixos, levando-se em conta a periodicidade quinzenal e somente os dois sócios trabalharem na publicação, ambos sem família. Era possível equilibrar as contas com os baixos níveis de lucratividade. Com a manutenção dos serviços do jornal e crescimento no número de assinantes, foi possível contratar uma funcionária, realizar mais investimentos e novas contratações ao longo do tempo.

Na perspectiva de Finkler (2010), os custos para a produção de um jornal aumentaram, da mesma forma que as necessidades. "Antes, um computador era suficiente, um 386, era o máximo. Hoje você tem um computador bom ali e, muitas vezes, você acha que ele é lento para certos programas" (FINKLER, 2010). Mas o custo do espaço no jornal também se tornou mais caro, bem como houve aumento no valor das assinaturas, passando de R$ 16,00 para R$ 98,00. Ele relata haver, nos tempos atuais, mais circulação de dinheiro na empresa do que no início. Ainda existe a conexão com as altas e baixas do preço do tabaco a cada safra. Tanto a publicação como o comércio local e regional sofre influência direta por ser área com grande número de agricultores familiares que cultivam tabaco. Vale do Sol, na safra 2010/2011, consta como o sexto maior produtor de tabaco do Rio Grande do Sul – entre 305 municípios que cultivam a planta[171] – havendo alta dependência dessa cultura.

Finkler (2010) afirma que comparado com outros negócios possíveis em um município com características como Vale do Sol, um jornal local não é o que gera maior lucratividade.

> Se alguém for investidor, talvez, qualquer outro tipo de comércio dá mais retorno financeiro. (...) sempre dá um pouco, pra se manter. Mas não dá assim, pra comprar um carro novo todo ano. Uma coisa assim que, talvez, se estivesse trabalhando em outro ramo se pudesse conseguir. (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

---

[171] Informações da Afubra – Associação dos Fumicultores do Brasil.

As dificuldades estão no pequeno número de empreendimentos comerciais e indústrias no município, e limitada área de atuação para expansão de assinaturas. Finkler (2010) diz que, no início, era grande a dependência por anunciantes de Santa Cruz do Sul. Atualmente é relevante a quantidade de anunciantes de municípios vizinhos, mas em comparação com 1995, houve desenvolvimento do comércio local.

Ao ser questionado sobre por que permanecer com o negócio, demonstrou haver entendimento de ser um serviço importante e necessário ao município. Também afirma:

> Foi uma aposta no município, que o município vai crescer, que vai evoluir, vai ser um lugar bom de morar. Já é um lugar bom de morar. A mesma coisa o jornal, se acredita que o município vai crescendo e dando a chance do jornal crescer. Mas é devagar, a gente tem essa consciência. E está acontecendo o crescimento (...). Se vê que ele vai evoluindo. Só que não é uma coisa que tenha um grande retorno financeiro (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

O proprietário acredita que, com a finalização da RSC – 471, ocorrida em dezembro de 2010, em pouco tempo, Vale do Sol viverá outra realidade, impulsionando o desenvolvimento. O município está localizado em um ponto estratégico, tendo acesso a duas rodovias importantes, a RSC – 287 e a 471. “A 471 abre um novo leque de negócios que podem ser investidos, se os governantes tiverem uma boa visão, pode ser bem aproveitado, é outra situação, é a facilidade de acesso, pelo fato de ser uma rodovia nova” (FINKLER, 2010). Ainda, o entrevistado diz manter o negócio jornalístico por existir laços afetivos com o empreendimento: foi seu primeiro emprego; sua primeira empresa; e por ser uma empresa na qual houve dedicação de toda a família.

Ao responder sobre a trajetória econômica da publicação, disse que esta tem se dado de acordo com a evolução do município. “O número de comércio que tinha antes e o número de comércio que tem hoje. Houve crescimento no município e no jornal também, vem evoluindo aos poucos. Houve crescimento nas assinaturas pessoas mais habilitadas a ler.” (FINKLER, 2010).

Em 2011, a empresa estava enquadrada na categoria Simples[172] e o faturamento anual girava em torno de 100 mil reais ao ano. Em relação ao que origina mais renda para o jornal, entre assinaturas ou publicidade, o entrevistado respondeu que os dois itens se complementam.

---

[172] A Lei n° 9.317/96 instituiu o Simples Federal, conferindo tratamento tributário diferenciado, simplificado e favorecido às microempresas e empresas de pequeno porte quanto a impostos e contribuições tributárias.

> O jornal não conseguiria viver só da publicidade, nem só das assinaturas. Só a assinatura não bancaria os custos que a gente tem. Só a publicidade também, com certeza não. Então, os dois se complementam. Eu diria que meio a meio. Um pouco mais a publicidade que a assinatura. (FINKLER, 2010, proprietário da *Folha Vale do Sol*).

Falando a respeito de propaganda, disse que cerca de 30% do faturamento total da publicidade[173] é proveniente do poder público local. Do governo federal, revela nunca ter recebido qualquer publicação de anúncio, enquanto do governo estadual, considerou que foram poucas vezes, sendo comum não pagarem ou levar seis meses para receber, após muita burocracia. Também da Assembléia Legislativa já receberam algumas vezes. Com isso, é visível não haver valorização dos veículos de comunicação de menor porte e locais por governos estaduais e federais, os quais centralizam as suas verbas publicitárias nos grandes grupos de comunicação reforçando a concentração de capital. Os jornais do porte da *Folha Vale do Sol* têm como base de sustentação econômica as assinaturas e a publicidade, sendo mais fácil ampliar o leque de anunciantes do que de assinantes por serem jornais de abrangência mais limitada – local ou microrregional. Em municípios em que a iniciativa privada, centro comercial e indústrias não é tão forte, estas publicações acabam dependendo mais do poder público para sobreviver. Isso pode ter implicações na questão editorial, na independência do periódico, muito embora se veja grandes publicações, como *O Globo*, em relações delicadas com os governos, em especialmente, federal.

Ainda é preciso ser destacado que, na busca pelo equilíbrio financeiro ou pela complementação da renda gerada com o jornal, desde que a *Folha Vale do Sol* surgiu, paralelo a esse veículo, outros negócios foram criados. O primeiro, em 1995, foi o estúdio fotográfico. Além de haver renda vinda de outro negócio, se conseguia desconto para a revelação das fotografias do jornal, tarefa necessária semanalmente e de alto custo. Quando Gilmar Goulart Pinto vendeu a sua parte, no final de 1997, o estúdio foi fechado. Então, junto com o jornal, foi colocada uma locadora de vídeo, fechada em 2003. Esporadicamente, foram realizados trabalhos de terceirização de diagramação para outros jornais. Tentou-se abrir uma empresa para prestar assessoria de comunicação, mas faltou profissional qualificado. Ainda a mantenedora do jornal, editora Valessolense, publicou um livro e produz um guia telefônico local a cada dois anos, *house organ* anual para indústria fumageira local, material gráfico como cartões de visita, folders, calendários, etc. O proprietário reforça que, para ter mais retorno financeiro, a empresa precisa inventar novos produtos.

---

[173] Aqui publicidade engloba também publicações oficiais como editais.

Finkler (2010), além da empresa na área de comunicação, tem empreendimento no ramo de reciclagem de metais não ferrosos, a partir do qual realiza comercialização, bem como trabalha com outros serviços informais de compra e venda. Houve período em que teve empresa de reciclagem para o município de Vale do Sol, em parceria com a maior empresa local, a INTAB – Indústria de Tabacos e Agropecuária. No entanto, sem apoio do poder público que contratou empresa maior – a Conesul[174], de Santa Cruz do Sul – o negócio foi desarticulado e fechado. Esses outros negócios foram abertos por Finkler (2010) após a criação do jornal, o que demonstra como o entrevistado foi se tornando empreendedor e como o município foi necessitando de serviços sendo ambiente propício para a instalação de pequenas indústrias.

3.3 *Gazeta Popular*, Passo do Sobrado

Foram entrevistados o proprietário do periódico, Anderson Luiz de Moraes e a esposa, Tânia Pick de Moraes. Por solicitação de Moraes, as entrevistas aconteceram juntas. O pedido foi aceito porque levou-se em conta que neste jornal, é apenas o casal que trabalha na produção do periódico. O proprietário exerce todas as funções, tendo o auxílio da esposa para o trabalho administrativo. O encontro com o casal ocorreu na sede do jornal, no dia 25 de janeiro de 2011, com uma hora e trinta e sete minutos de duração, continuando no dia seguinte, com mais uma hora e dez minutos. Total de duas horas e quarenta e sete minutos de entrevista. Saliente-se que,

3.3.1 Fase inicial do jornal e as relações com o poder público

Primeiramente, é importante explicar que o proprietário, Anderson Luiz de Moraes, do jornal *Gazeta Popular* – instaurado em 21 de fevereiro de 1998 – no final de 1995 havia criado, junto com um sócio, Diomar Fischer, a publicação chamada *Jornal Popular*, em Passo do Sobrado. Era um veículo local, quinzenal, com oito páginas, em preto e branco. Naquele empreendimento, sua atuação estava focada na administração do negócio e venda de anúncios. Essa atividade conciliava com o cargo de servidor público na prefeitura e com o

---

[174] A empresa Conesul existe há 15 anos, é gaúcha, com atuação em mais 50 municípios realizando a coleta de lixo.

estudo de História, na UNISC (formou-se em 1998). O colega tinha registro precário de Jornalista, estudava Jornalismo na UNISC, transferido da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA), de São Jerônimo/RS. Este cuidava da produção textual e fotográfica, com a montagem e impressão terceirizadas. Cada um desempenhava suas atividades em sua respectiva casa, havendo algumas reuniões para tratar sobre questões administrativas do jornal. Através da entrevista, avalia-se que existia uma divisão explícita de tarefas e Moraes não tinha grande envolvimento na área editorial (MORAES, 2011). O que motivou, todavia, o entrevistado a participar do empreendimento foi a compreensão de que o município, recém emancipado, não tinha seu próprio veículo de comunicação e,também, por ser um mercado a desbravar.

Ele elenca alguns obstáculos na produção do *Jornal* Popular: a inexperiência no ramo, dificuldades em conseguir anunciantes, o fato do jornal ser um produto novo e precisar alcançar o reconhecimento junto à população, o longo trabalho de montagem, que era terceirizado em Venâncio Aires, e a impressão, em Santa Cruz do Sul. Os jovens proprietários tinham apenas motocicleta, sendo necessário solicitar um carro emprestado para buscar o jornal na gráfica. No entanto, o principal problema – segundo Moraes (2011) – foi a direção editorial adotada pelo sócio que cuidava da produção textual, tornando-se oposição aos que estavam no governo municipal[175]. É importante levar em conta que 1996 foi ano de eleições municipais. Em geral, nesse período há grande efervescência e disputas políticas. Ainda mais sendo a segunda vez que uma eleição municipal acontecia em Passo do Sobrado. “Muita pressão política, tinham muitos atritos políticos contra ele [o sócio]” (MORAES, 2011). Em outra parte de seu depoimento, o entrevistado fala que o desentendimento com o grupo político no poder começou antes da primeira edição circular, quando estavam registrando a empresa. Disse que houve tentativas de “trancar” a criação do jornal.

Esses atritos com o Executivo tiveram reflexos negativos para o entrevistado. Ele acabou sendo prejudicado no outro trabalho que exercia como servidor público na Prefeitura. Afirma ter se sentido perseguido, vindo a solicitar demissão em 1996. Ainda, conta perceber que o redator não realizava a checagem adequada com as fontes envolvidas no que era noticiado. Além disso, o motivo principal da finalização da sociedade e morte do *Jornal Popular* foi um desentendimento entre os sócios por questões financeiras. Sendo assim, entre

---

[175] Entre 1993 e 1996, Gilberto Daniel Weber, do Partido Democrático Trabalhista (PDT) exercia o cargo de prefeito, e Leonor Armando Gelsdorf, do Partido Progressista (PP), era vice-prefeito.

dezembro de 1997 e janeiro de 1998, o entrevistado produziu o jornal sozinho. Mas em fevereiro, deixou de existir o *Jornal Popular* e surgiu a *Gazeta Popular*, pertencendo apenas a Moraes (2011), sendo uma nova empresa. A periodicidade foi mantida quinzenal, até 2005, quando passou para semanal. Depois disso, permaneceu a distribuição aos sábados. O padrão do jornal é preto e branco, utilizando cores em edições especiais.

Ainda existe a questão da escolha do nome da publicação. Conforme o entrevistado, optou por chamar de *Gazeta*, porque muitas pessoas se referiam ao jornal anterior como *Gazetinha* – ligação com o jornal regional *Gazeta do Sul.* A palavra *Popular* foi inserida para não perder totalmente o vínculo com o antigo jornal. Ele considera que a população aceitava bem e queria ter o seu jornal local, mas os meios políticos não aprovavam a linha editorial da publicação extinta.

Para evitar ter que devolver dinheiro aos que tinha assinatura anual do *Jornal Popular* fez migração das assinaturas do jornal antigo para o novo.

> Eu peguei e comecei a largar o jornal novo e não cuidei mais o vencimento. Comecei, a partir de então, a fazer assinaturas novas. Atendi aquele pessoal que estava assinando, larguei o jornal mais à vontade, sem cuidar nada. Deixei, espalhei bastante, mais um ano. Daí, eu comecei a coletar novas assinaturas (MORAES, 2011, proprietário da *Gazeta Popular*). [176]

Portanto, no primeiro ano de existência do jornal *Gazeta Popular*, a cobrança de assinaturas não era algo regular, precisando manter-se, principalmente, da publicidade, tanto do setor privado, quanto do poder público. Com a Câmara de Vereadores de Passo do Sobrado, em março daquele ano, conseguiu um contrato para publicar coluna informativa. O entrevistado assinala que houve maior abertura com o Legislativo e o Executivo. “Aqueles que antes criticavam, começaram a elogiar e começaram a procurar” (MORAES, 2011). Em seguida, conseguiu melhorar a relação com o Executivo, sendo direcionadas mais matérias para o seu jornal. Ele também passou de local, a microrregional, circulando em Passo do Sobrado, Vale Verde, parte de Santa Cruz do Sul e Rio Pardo. No entanto, percebe-se que o foco de atuação da publicação é Passo do Sobrado.

Segundo Moraes (2011), toda a experiência que tinha na produção de um jornal era aquilo que vivenciou no *Jornal Popular*, ou seja, pouco conhecimento sobre jornalismo e produção de notícia. Completa que o auxílio do jornalista Guido Ernani Kuhn[177] foi muito

---

[176] Entrevista concedia nos dias 25 e 26 de janeiro de 2011.
[177] A mesma pessoa que atuou como assessor de imprensa na primeira legislatura em Vale do Sol.

importante na instalação da *Gazeta Popular*. Ele era assessor de imprensa da prefeitura de Santa Cruz do Sul e Moraes (2011) o contratou como jornalista responsável – entre 1998 e 2004 – e para fazer a revisão dos textos. Kuhn ainda mantinha uma coluna na publicação.

> Foi um suporte grande pra nós, aqui. Me deu muito apoio. (...) Toda vez que eu ia lá conversar, ele dava ideias, dava sugestões. Me ajudava a analisar o jornal: isso aqui tu podia fazer assim, quem sabe tu muda isso. Eu me baseei muito nele, foi muito válido. (...) No início, a gente não tinha conhecimento da arte do Jornalismo, então, eu me escorrei nele (MORAES, 2011, proprietário da *Gazeta Popular*).

Observe-se que Kuhn era peça fundamental na produção jornalística da publicação, visto a falta de experiência e formação do proprietário. Para Moraes (2011), que, desde 2004, tem o registro precário de jornalista, foi naquele período em que compreendeu e aprendeu a lógica necessária para produzir o jornal – como ouvir as diferentes fontes envolvidas com o fato que se tornaria notícia. Um pouco diferente do que foi verificado nas outras duas publicações em estudo, a *Gazeta Popular* não tem vínculo com a assessoria de imprensa do poder público do município sede. Mas pelo cargo que Kuhn desempenhava na prefeitura de Santa Cruz do Sul – que faz parte da microrregião de abrangência do veículo – talvez, houvesse proximidade com o poder público daquele município.

Entre as iniciativas do proprietário para sentir-se mais seguro e ficar por dentro do que pode ou não ser publicado no seu veículo, esteve o estudo da lei de imprensa e lei eleitoral. Procurou ler sobre o assunto para evitar transtornos futuros. E permanece mantendo conversas informais com pessoas da gráfica Gazeta – local em que imprime o jornal – e com pessoas da redação do jornal *Gazeta do Sul*. Também ele e a esposa, Tânia Pick de Moraes[178], observam outros jornais e, a partir dessa análise, tentam melhorar a diagramação.

> A gente acaba discutindo e depois a gente faz algumas mudanças, discretas. O ano passado a gente adotou na capa botar três fotinhos em cima com dizer, tipo chamada, sempre que é possível fazer eu faço. Eu também acho bonito aquilo (MORAES, 2011, proprietário)

Ele se refere às chamadas com imagem que são empregadas na capa do jornal *Zero Hora* e *Gazeta do Sul*; até mesmo a *Tribuna Popular* utiliza esse recurso. Portanto, se vê os jornais menores buscando se adequar ao que se caracteriza como tendência, do ponto de vista gráfico. O que, por um lado, demonstra um esforço de estar por dentro do que se considera mais moderno, por outro, perpetua um tipo de mimetismo gráfico e, muitas vezes, editorial.

---

[178] Entrevista realizada nos dias 25 e 26 de janeiro de 2011.

Na avaliação de Moraes (2011), na *Tribuna Popular* os textos passaram a ser escritos com mais imparcialidade, sendo menos críticos e opinativos. Afirma que, ao produzir uma matéria, sempre se certifica se o fato é verdadeiro e realiza a gravação das entrevistas com as fontes envolvidas.

3.3.2 Evolução da estrutura de produção

A *Gazeta Popular*, desde o princípio, foi produzida somente por Moraes (2011): redação, fotografias, diagramação, vendas, administração e auxiliando na distribuição. A esposa dele colaborava e continua colaborando realizando as atividades internas como atendimento, secretariado, vendas e correções. Em 2011, havia nove pessoas para fazer a entrega da publicação nas residências, ou seja, existia um esforço para que o jornal chegasse até a casa dos assinantes, sendo esse um dos principais diferenciais da publicação. Essa questão será abordada adiante.

O entrevistado aprendeu a diagramar ainda quando existia o *Jornal Popular* e essa experiência levou para a sua publicação. O programa que utilizava era o *PageMaker*, depois passou a usar o *InDesign* – programa usado na atualidade por boa parte dos jornais. A primeira câmera digital foi adquirida em 2002, paga em diversas prestações. Antes utilizavam uma analógica. Ele gastava com impressão de fotografias cerca de R$ 500,00, além de ser necessário o deslocamento até Santa Cruz do Sul, pois não havia onde revelar os filmes fotográficos em Passo do Sobrado. Com a câmera digital, os custos baixaram. Ao longo dos anos, foram comprando outras câmeras digitais, melhorando a qualidade. O jornal foi feito, desde o começo, de maneira digital, em um computador.

Gazeta PopulaR

Ano 1 Edição 01 — Passo do Sobrado — 21 de Fevereiro de 1998 — R$ 0,75

Elto Dettenborn assume a Prefeitura de Passo do Sobrado

Patrícia Oliveira é a Garota Verão 98 de Passo do Sobrado

Prefeito João Regert tira 10 dias de férias e o vice Elto assume no seu lugar

Pág—> 03

Pág—> 07

ASSOCIAÇÃO PRÓ-SAÚDE DE PASSO DO SOBRADO

EDITAL DE CONVOCAÇÃO

Por meio deste Edital de Convocação a Presidente da APSAPS (Associação Pró-Saúde de Passo do Sobrado), convoca a todos os associados para a *REUNIÃO DE PRESTAÇÃO DE CONTAS e ELEIÇÃO DA NOVA DIRETORIA*, que realizar-se-á no dia *25 de Março* do *corrente ano, às 20:00 horas* em primeira chamada e às 21:00 horas em segunda chamada, sendo que será apresentada uma chapa indicada pela atual diretoria, e as demais chapas deverão ser apresentadas até o dia 23 de Março, às 20:00 horas, ou seja 48 horas antes da reunião, na própria Secretaria do Hospital, sendo que a diretoria é composta por: Presidente, Vice-Presidente e Conselho Administrativo (3 titulares e 5 suplentes). Sendo que este Edital está afixado na portaria do Hospital, na Prefeitura e no Cartório.

Elisabete Baierle Konzen
a PRESIDENTE

LERSCH
Fábrica de postes, moirões, tanques, fôças, varais e canos de 20 a 60 cm de diâmetro
Estabelecido em Passo do Sobrado
Fone: 731-1118

SOBRAL Calçados
Bolas, Chuteiras, Camisetas, Calções, Bermudas, Calçados masculinos, femininos e Infantis.
Em frente a praça Passo do Sobrado

Figura 8 - Primeira edição do jornal *Gazeta Popular*
Fonte: Arquivo *Gazeta Popular*.

GAZETA POPULAR

Passo do Sobrado ganha 1º prédio de 3 andares

Inscrições para o torneio de Bocha seguem até quarta-feira

Produtor usará água de açude para irrigar plantação

Técnico da Seleção Brasileira é filho de Passo do Sobrado

Prefeito entregou reivindicações dos agricultores ao Presidente Lula

JK Cabeleireiro — Fone: 9817-7313

Escolas retornam as aulas na próxima segunda-feira

Precisando de carro ou moto?

PAGAMENTO EM ATÉ 60 MESES

SICREDI

DOMINGUEIRA DE ELAS — 08/AGO

Figura 9 - Edição do dia 31 de julho de 2010
Fonte: Coleção da Autora.

No princípio, em 1998, o entrevistado recebia os *releases* através do fax que tinha pela linha de *rural cell*, único tipo de telefone possível – até abril de 2011 não tinha acesso à telefonia fixa onde mora. Também chegavam *releases* e fotografias por malotes de outros municípios e da capital, sendo necessário digitar todos os textos. Foi a partir de 2000 que criaram a primeira conta de e-mail do jornal[179]. Por volta de 2003, compraram um *notebook* e adquiriram o acesso *wireless* de uma antena da Viavale, que estava no centro de Passo do Sobrado. A manobra para acessar a rede mundial de computadores era a seguinte: "encostava o carro do lado da igreja [matriz de Passo do Sobrado], que tinha a torre lá [da internet], ligava o *notebook* e baixava os e-mails e vinha embora" (MORAES, 2011). Também em Santa Cruz do Sul, na loja em que compraram o *notebook*, o proprietário do estabelecimento liberou o acesso à rede *wireless* da loja para Moraes. Então, ele podia, na hora em que

[179] Eles contrataram os serviços da Viavale, empresa da Gazeta Grupo de Comunicações, de Santa Cruz do Sul. De duas a três vezes por semana se deslocavam até a empresa, em Santa Cruz do Sul, com um suporte para colocar os arquivos digitais recebidos através do e-mail e, assim, levar o material para um computador na redação, em Passo do Sobrado.

quisesse, ficar próximo à loja e, com o computador portátil, acessar a rede. Essa sistemática mudou quando conseguiram ter acesso à internet via celular, em 2006. Relatam que havia dificuldade de conseguir sinal, sendo uma conexão inconstante. Em 2008, passaram a ter internet via rádio, com sinal vindo de Venâncio Aires, mas também instável. Mudaram para empresa de Santa Cruz do Sul, melhorando a qualidade da internet via rádio. Atualmente, a velocidade que tem é de 120 Kilobytes (KB), considerada satisfatória pelo proprietário.

A partir do que foi apresentado, identifica-se a precariedade do acesso à internet enfrentado por pessoas que vivem fora dos centros urbanos, principalmente, em pequenos municípios. Mas não é apenas esse obstáculo estrutural de viés público que foi superado pelo proprietário. Outro problema enfrentado: a rede elétrica instável. Tanto que investiu em um gerador de energia que supre a necessidade de toda a casa, quando não há luz. Ele explica que os cabos de energia que chegam até o centro do Passo do Sobrado são muito antigos. No início de 2010, houve uma área em que renovaram a fiação e já foi possível notar a diferença. Mas, ainda falta fazer essa troca no interior do município, como a localidade onde moram. Na opinião de Pick de Moraes (2011), foi a partir da emancipação que houve melhorias nesse setor, principalmente, para atender à área urbana de Passo do Sobrado, tendo repercussão positiva no interior.

A sede da publicação fica junto à residência do casal, que sempre foi na localidade de Capela dos Cunha, interior do município. Em 2004, com a intenção de melhorar o atendimento e facilitar o acesso da população ao jornal, fizeram a experiência de ter uma sala comercial na área urbana. Após quase um ano, concluíram que não tinha sido uma boa ideia. Os clientes continuavam a se dirigir até a casa deles, no interior do município, ficando mais evidente para os proprietários que existia grande identificação do jornal como sendo do interior do município.

Quando questionado sobre o que pretende melhorar em relação ao jornal, Moraes (2011) respondeu ser o *site* da *Gazeta Popular* na internet[180]. O *site* existe desde 2008, mas não há disponibilização do periódico na íntegra. Existem algumas matérias, vídeos produzidos pelo proprietário.

> Tinha época que eu botei mais matérias no *site*. Eu vi que perdi assinaturas de umas pessoas. Depois eu cobrei eles: vamos renovar? Eles responderam que estavam olhando pela internet, de graça. Aí, não deu outra. Uma semana ou duas depois eu bloqueei. (...) É fazer o *site*, como uma ferramenta que complemente o jornal. Ele não pode, digamos, prejudicar ou trazer menos renda. De repente assim, festas que a

[180] Para conhecer o s*ite* visite: www.gazetapopular.jor.br.

> gente tem feito, botar dez, quinze fotos no jornal e o restante vai para o *site*. Então, a complementação só daquilo que tem no jornal (MORAES, 2011, proprietário).

Ele diz querer melhorar a apresentação do jornal no mundo virtual. O entrevistado avalia que já existe muita gente com computador e acesso à internet sendo um mercado novo com muitas possibilidades. Também, como o veículo é semanal, seria uma maneira de publicadas notícias curtas no *site* chamando para o texto completo na versão impressa da *Gazeta Popular*. O *site* tem itens de entretenimento como horóscopo e novelas que não estão na versão em papel. Outra mudanças que quer fazer na versão impressa é aumentar o número de páginas e de anunciantes. Percebe-se que muitas das inovações empreendidas no jornal e no *site*, partem de tentativas de erro e acerto; vão fazendo alterações, inserindo, tirando o que consideram interessante ou não e assim chegaram no que é o jornal e o *site* em 2011.

Até janeiro deste ano, na redação há quatro computadores e um *notebook* que podem ser utilizados para produzir a publicação; uma câmera fotográfica semiprofissional e fotos também são tiradas com o celular. Existe uma moto em nome do jornal e um carro destinado para ser usado pela publicação e em atividades da outra empresa que Moraes (2011) mantém: o Instituto LJM de pesquisa que produz pesquisas mercadológicas e eleitorais como ver-se-á no item 3.3.6. O carro da família só é utilizado para as empresas em ocasiões excepcionais.

3.3.3 Linha editorial

O principal objetivo de Moraes (2011), com o seu jornal, é informar. “A preocupação da gente é informar, ter um texto de qualidade, ter um jornal bonito, apresentável para as pessoas. “A gente não consegue tirar, assim, cem por cento dos erros de digitação, ortografia e tudo” (MORAES, 2011). Também, na visão do proprietário, a função do seu jornal é informar, levar a notícia para o leitor, buscar ser isento e imparcial. Acredita que, dessa forma, consegue trabalhar com tranquilidade e evitar maiores problemas com políticos locais. Acompanhando as edições em 2010, percebe-se que ele trabalha muito com o jornalismo de serviço ou utilidade pública [181]. Os principais assuntos abordados englobam o Executivo, Legislativo e escolas. Foi possível notar que o foco editorial está em Passo do Sobrado, vindo

---

[181] Jornalismo de serviço ou de utilidade pública oferece informações de utilidade imediata para o leitor, em geral são mais curtas trazem algo que vai acontecer ou que já aconteceu como notícias de serviços públicos e ações no município.

a seguir o município vizinho de Vale Verde – emancipado em 1995 e sem imprensa própria – com uma página fixa; então Santa Cruz do Sul e Rio Pardo com textos nas outras páginas do jornal. Ao longo da entrevista, percebe-se que já houve mais espaço dedicado a Rio Pardo. Porém, como não conseguiu renovação de contratos com o poder público daquele município, não foi possível para Moraes (2011) continuar fazendo a mesma cobertura, por causa dos custos. Essa situação de conexão direta entre ser melhor e maior a cobertura jornalística conforme o grau de investimento do poder público municipal verificou-se ser prática comum nos três jornais em estudo.

Em 2010, as edições da *Gazeta Popular* variaram de oito a 12 páginas, em preto e branco, utilizando cores em cadernos especiais ou datas comemorativas. Na capa, em geral, eram publicadas duas ou mais notícias com fotografias. As editorias estavam divididas em *Geral* e *Regional*. Participaram do jornal como colunistas três pessoas: Reinaldo Rodrigues, de Passo do Sobrado, com a coluna *Consciência e Organização*, Capela dos Cunha; Suzana Queiroz da Silva, de Passo da Mangueira, com a coluna *Igreja Evangélica Batista*, e Breno Pires, de Vale Verde, com a coluna tendo o mesmo nome do autor. Estas colunas variavam de tamanho e, muitas vezes, de página. Ainda todas as semanas eram publicados: *Informativo do Poder Executivo de Passo do Sobrado, Informativo do Legislativo Municipal de Passo do Sobrado, Poder Legislativo de Vale Verde*. Com periodicidade variada, houve publicação de classificados e de colunas da escola estadual de ensino médio Curupaiti, de Vale Verde, e escola estadual de ensino fundamental Alexandrino de Alencar, de Passo do Sobrado. Na contracapa, eram editadas colunas com a previsão do tempo, resultado da megasena e mercado agrícola, com o preço de produtos e índices econômicos. A organização gráfica do periódico e imagens não eram padronizadas. O projeto gráfico da publicação não é profissional, faltando padronização das fontes nos títulos, além da fonte no corpo do texto ser muito pequena. As notícias são colocadas no jornal de modo a caber o máximo de informação no espaço disponível. Os textos têm conexão principalmente com o Executivo, Legislativo de Passo do Sobrado, Vale Verde e escolas.

Moraes (2011) não considera problemático o fato de estar sozinho na produção de textos e de ter que conciliar a produção do jornal com o outro emprego que tem, como professor. Fala que apenas prejudica o volume de vendas, por ter menos tempo para se dedicar a isso. Caso surja alguma pauta no período em que ele não está na redação, a esposa assume, indo fazer as fotografias e pegando as informações básicas. Depois, Moraes (2011) sonda melhor o acontecimento.

No seu ponto de vista, notícia é todo fato novo que a comunidade não saiba e exemplifica com a célebre frase: “o cachorro mordeu um homem não é mais tanta notícia, mas o homem mordeu o cachorro já é um fato diferente” (MORAES, 2011). Considera o jornalismo um trabalho técnico, vindo o jornalista a empregar as técnicas para apuração da notícia. A responsabilidade social do jornal é dita ser algo muito importante. “As pessoas confiam, se baseiam naquilo que está dito no jornal. Elas tomam tudo aquilo que está publicado por verdadeiro. Então, não é qualquer coisa que pode chegar e publicar” (MORAES, 2011). Com isso, ele parece querer dizer que a credibilidade do que é publicado se tem como uma das responsabilidades do jornal. Ainda, de maneira similar com o que foi dito por Finkler (2011) sobre a *Folha Vale do Sol*, Moraes (2011) acredita que o leitor vê as notícias da maneira proposta pela teoria do espelho. Em outras palavras, que está publicado no jornal é o relato fiel dos fatos, é a verdade. No entanto, há subjetividades que permeiam a produção jornalística sendo essa visão ultrapassada.

O proprietário diz ser notícia no seu jornal aquilo que acontece de diferente no cotidiano da área que abrange.

> A gente faz cobertura lá, no Vale Verde. Uma vez virou um trem, a gente vai lá fazer a cobertura. Aqui, em Max Bruhns, o trem bateu em um caminhão, a gente vai lá fazer a cobertura. Deu um assassinato esses dias em Passo da Mangueira, a gente vai fazer a cobertura e nos fatos políticos também, o que acontecem na vida política (MORAES, 2011, proprietário da *Gazeta Popular*).

Moraes (2011) afirma evitar publicar críticas ou matérias que possam ser percebidas por alguém como ofensa. As notícias precisam ter alguma ligação com Passo do Sobrado ou com os demais municípios: Vale Verde, Santa Cruz do Sul e Rio Pardo. Algumas sugestões de pautas chegam enviadas por leitores através dos entregadores, como avisar sobre algo que está acontecendo na localidade, principalmente, relacionado a perdas na lavoura ocasionadas pelo granizo ou queima de estufas de tabaco. Dessa maneira, os agricultores têm mais um registro para comprovar à seguradora o sinistro.

> Nós tivemos muitos casos, aqui, de prejuízo com temporal. Pessoas recorrem buscando recortes de jornal, buscando matérias ou até solicitando. Uma vez, pegou fogo na casa de um senhor. Ele pediu pra gente ir lá fazer a matéria, pra ele comprovar aquilo para o seguro. Isso seguidamente ocorre (MORAES, 2011, proprietário)

Esse é um trabalho que, possivelmente, o jornal regional não alcançaria exercer ou não teria interesse em realizar. Já para o jornal local, pela proximidade e mesmo identidade com a população local, é uma pauta quente, além de um serviço prestado à população. Ainda sobre

os textos, o proprietário diz que à medida que recebe os *releases* que interessem para a sua microrregião de abrangência, ele publica. Utilizam muito o material enviado pelas assessorias de imprensa, mas tentam produzir as suas principais notícias.

Na visão de Moraes (2011), ele consegue atender à microrregião de modo satisfatório, sendo estratégico para isso o local em que mora, ponto que fica em média a vinte quilômetros da sede dos outros municípios. O proprietário e sua esposa acreditam ser algo muito positivo o fato deles serem naturais da localidade onde moram e permanecerem produzindo o jornal no interior do município, Capela dos Cunha. “O pessoal do interior gosta dessa presença. Conta muito” (PICK DE MORAES, 2011, auxiliar, secretária e esposa). “Nós estamos aqui, nós não estamos lá dentro da cidade” (MORAES, 2011, proprietário).

Em relação à estética do jornal, a criação do logotipo e do *layout* das páginas da *Gazeta Popular* foi feita por Moraes (2011). Em 2001, o logotipo foi alterado também por ele, após análise junto com a esposa. O proprietário diz tentar deixar as matérias que são sobre assuntos parecidos como religião e educação, nas mesmas páginas. Observando a publicação, apesar disso, não há divisão por editorias, todas as páginas são *Geral* ou *Regional*. Olhando o periódico tem-se a sensação de que buscam colocar o máximo de informação nas oito ou 12 páginas do jornal. Os textos e fotografias parecem exprimidos, com corpo pequeno, havendo variação de tamanho e fonte nos títulos. As colunas que são pagas pelas prefeituras, como os informativos do Legislativo e do Executivo de Passo do Sobrado, permanecem sempre na mesma página, por constar no contrato.

Na avaliação de Moraes (2011), os assuntos que mais geram comentários são sobre saúde, tabaco e política. Também recebem ligações de leitores com críticas e sugestões, além das pessoas falarem diretamente com ele e a esposa na rua ou comércio. “Hoje mesmo fui buscar pão no mercado e o vizinho, de manhã, já comentou sobre uma matéria. Então, comentários sempre têm” (MORAES, 2011). Essa passagem revela a proximidade com os leitores, algo que está no dia a dia do casal que produz a *Gazeta Popular*. Eles se sentem integrados a sociedade local, participam diretamente dos eventos que acontecem. Ele e a esposa procuram ir a todas as quermesses – que são os eventos sociais e religiosos das localidades e da sede do município de Passo do Sobrado. Após as quermesses, ele faz uma coluna onde publica várias fotografias pequenas com casais e pessoas que estavam na festa, sem legenda. Diz ser algo muito prestigiado. Compreende-se ser essa uma estratégia para que as pessoas se vejam no jornal e se identifiquem com o mesmo. Afinal, dificilmente estas pessoas teriam a mesma visibilidade em outra publicação. Essas quermesses ou eventos

sociais são momentos em que os leitores entram em contato com o casal para dar sugestão sobre alguma notícia, reclamar, indicar pauta e criticar. É a principal forma utilizada por Moraes (2011) para verificar o que o seu leitor espera do jornal.

Para as entidades religiosas, o entrevistado diz disponibilizar espaço aos que solicitam. A página dois é destinada para divulgação de missas ou cultos. Pick de Moraes (2011) afirma que, nos primeiros anos do jornal, precisavam entrar mais vezes em contato para verificar se havia algo para ser informado. Na atualidade, já foi criado vínculo, partindo das entidades religiosas a iniciativa de divulgar algo.

Os textos enviados pelas escolas, em geral, são publicados. Pick de Moraes (2011) conta que, em 2010, havia uma escola a qual, no final de cada mês, produzia duas páginas para o jornal com acontecimentos ligados ao educandário. A produção textual era dos alunos. “Foi uma iniciativa conjunta. A gente ofereceu o espaço e eles tinham um projeto, queriam fazer o jornal da escola. No ano passado eles até imprimiram um jornal em folha tipo revista. Mas se assustaram com o custo. Aí, a gente começou a fazer em parceria” (MORAES, 2011). Segundo o entrevistado, as demais escolas quando querem divulgar algo, entram em contado. Não é feita ronda semanal com ligações para verificar se há notícias. Expõe já ser lago automático. Todas as escolas municipais têm assinatura do jornal através da Secretaria Municipal de Educação.

A relação do veículo com associações, entidades organizadas e sindicatos também é muito motivada a partir de algo que esteja acontecendo, como cursos, visitas, aquisição de equipamentos, etc. Quando Moraes e a esposa não têm condições de acompanhar e fazer a fotografia, negociam com quem entrou em contato para que a foto seja tirada e, mais tarde, o proprietário entra em contato sondando o que aconteceu. Portanto, o jornal já desfruta de um reconhecimento da população e tenta atuar, de maneira próxima, dentro das suas possibilidades estruturais. Como salienta Peruzzo (2003b), é essa proximidade que, muitas vezes, acaba por confundir o que se entende por jornal local ou jornal comunitário. Como já foi discutido anteriormente, são características distintas. Mas, em alguns veículos como os desta pesquisa, têm pontos de intersecção, como abordar assuntos do município ou microrregião, divulgar ações de movimentos sociais locais e outras problemáticas que assolam a área de abrangência da publicação.

Quando questionado sobre como seria a relação do jornal com o Executivo e Legislativo municipal, Moraes (2011) responde: “Olha, com todo político se tem que ter sempre um pé atrás. Então, dá pra se dizer de razoável pra boa a relação, cumpra-se os

contratos. Eles não têm acesso às matérias" (MORAES, 2011). Mais adiante ele comenta que os *releases* enviados pelas assessorias de imprensa são uma ajuda para produzir a publicação. É evidente que grande parte dos textos publicados foram enviados por alguma assessoria, mas, como ele mesmo afirma, fazem mudanças antes de publicar para adequar ao espaço disponível nas páginas do jornal. O poder Legislativo de Passo do Sobrado e Vale Verde não têm assessoria de imprensa. Os vereadores, às vezes, solicitam que seja feita alguma matéria, então, Moraes (2011) a produz. Em geral, após a sessão da Câmara dos Vereadores aquilo que considera que é notícia pública no jornal.

Na opinião do proprietário, no meio político, para se ter boa relação com algum dos poderes públicos, muito mais depende do jeito de ser da pessoa que foi eleita, do que o partido. Com isso, indica que, muitas vezes, quem está no poder não sabe compreender os limites existentes na relação com os veículos de comunicação, em especial, com o veículo local. Na avaliação de Pick de Moraes (2011), não existe oposição em Passo do Sobrado, enquanto Moraes acrescenta que, em Vale Verde até existe, mas estes "não têm o dom da palavra, não conseguem se expressar" (MORAES, 2011). Esses depoimentos dão indícios da falta de amadurecimento político dos legisladores nesses municípios.

3.3.4 Formação dos profissionais

Moraes (2011) é graduado em História, pela UNISC, desde 1998, e tem pós-graduação em *Marketing* e Política, pela Universidade Gama Filho[182], de Porto Alegre. Já a esposa, Pick de Moraes (2011), tem o ensino superior incompleto em Fisioterapia. Ele, desde 2008, também atua como professor em uma escola de Santa Cruz do Sul. Diz gostar do trabalho que realiza com o jornal. A esposa foi franca em afirmar ter preferência por atuar na área da saúde, mas, no momento, precisa auxiliar no empreendimento familiar. O marido considera interessante que Pick de Moraes (2011) fizesse Jornalismo. Porém, ficou evidente não ser esta área na qual a esposa gostaria de permanecer. Moraes (2011) diz que, talvez, no futuro, ele faça o curso de Jornalismo ou outra especialização voltada à produção jornalística. No entanto, ficou evidente considerar ter o registro precário de jornalista o suficiente para o momento. A busca pela qualificação profissional como jornalista não parece figurar como prioridades.

---

[182] O curso é na modalidade de ensino à distância (EAD).

O casal revela que, até 2000, havia uma pessoa contratada para fazer o secretariado da empresa e outras atividades internas. Naquele período, este funcionário deixou de trabalhar no jornal. Então, a esposa passou a atuar na publicação e contrataram uma pessoa para fazer o serviço doméstico. Os entrevistados deixam transparecer que essa decisão se deu principalmente pela dificuldade em encontrar alguém com perfil para atuar na publicação, sendo mais fácil achar quem fizesse os serviços domésticos e auxiliasse a cuidar dos filhos.

> Até a questão da gente confiar, os equipamentos e eu confiar atender as pessoas aqui. Como a minha esposa atende, eu confio, eu sei que ela vai atender bem. Agora como tinha uma vez, nós fizemos um teste com uma pessoa. Mas chegava alguém, ele chamava a minha esposa para atender (MORAES, 2011, proprietário da *Gazeta Popular*).

Ele indica a dificuldade de encontrar pessoas, com experiência ou perfil, para realizar um bom atendimento, saber utilizar equipamentos digitais e compreender as sistemáticas de produção do jornal. Moraes (2011) buscava um funcionário que fizesse atividades de secretariado, algo que não exige alto grau de especialização, podendo ser o primeiro emprego para algum jovem. Porém parece se refletir na realidade enfrentada pelo proprietário o que se nota, de modo geral, no país: jovens finalizam o ensino médio sem estarem preparados para prestar o vestibular e nem preparados para o mercado de trabalho. Outra maneira de ver essa questão pode ser: o casal fez um arranjo tanto no negócio, como doméstico para que pudessem dar conta do jornal sem precisar de funcionários na redação. Desta forma, o empreendimento teria menos custos. Talvez, a economia se dê porque o jornal não tem como financiar mais mão de obra ou porque eles optaram por investir de forma limitada nesse negócio, já que não é a única fonte de renda familiar.

3.3.5 Abrangência e circulação

A *Gazeta Popular* abrange os municípios de Passo do Sobrado, onde tem a sua sede, Vale Verde, Rio Pardo e Santa Cruz do Sul. Mas é preciso salientar que nestes dois últimos o foco de distribuição do jornal está nas áreas que fazem divisa com Passo do Sobrado. Como Moraes (2011) ressalta, são localidades que acabam tendo o centro urbano de Passo do Sobrado mais próximo do que de seu município de origem. O entrevistado comenta que há duas localidades de Rio Pardo que estão reivindicando serem anexadas a Passo do Sobrado, por sentirem-se mais ligadas a este município.

A entrega do jornal, desde o princípio, foi feita de motocicleta ou carro, aos sábados. A distribuição inicia-se por volta das cinco horas e finaliza às dez horas, feita por nove entregadores. Também através dos entregadores são enviados alguns materiais ou recados para a publicação.

> Porque assim é muito difícil, às vezes, o pessoal não quer pegar e vir lá do Taquari Mirim, Capela dos Pinheiros para entregar um textinho. A orientação que a gente dá para o pessoal, quando quer botar uma coisa, se programa para um sábado antes já passar isso pra nós (MORAES, 2011, proprietário da *Gazeta Popular*).

Essa entrega do jornal na casa do leitor é um dos principais diferenciais da *Gazeta Popular*. "O pessoal quer o jornal em casa. Por exemplo: a *Gazeta* manda no ônibus, às vezes o motorista esquece de entregar ou deixa no mercado e outra pessoa pega. Então, o pessoal do interior não gosta disso" (PICK DE MORAES, 2011). E o marido completa: "Esse é o diferencial. Temos a entrega em casa, na mão do cliente, por isso que a gente conseguiu pegar a maior parte do interior" (MORAES, 2011). Esta facilidade estimula o consumidor a adquirir o veículo.

Segundo o proprietário, a *Gazeta Popular* tem 1200 assinantes, sendo a tiragem do jornal de 1700 exemplares. Diferente do primeiro ano, quando a distribuição era gratuita e cerca de 500 exemplares circulavam. Em 1999, quando começaram a cobrar as assinaturas anuais o preço era de R$ 17,00. Em 2011, custa R$ 86,00. De acordo com Moraes (2011), o número de assinaturas, desde a criação, segue em linha ascendente. Mas, nos primeiros anos, houve maior intensidade no crescimento, enquanto nos últimos tempos tornou-se mais lenta. Do total de assinaturas, cerca de 300 estão na área urbana de Passo do Sobrado. "O restante é distribuído pelo interior que é bastante forte, área de origem alemã, são muitos assinantes. Rincão de Nossa Senhora, Rincão do Sobrado, Passo da Mangueira, Capela dos Cunha, pega a parte de Taquari Mirim, Campo do Sobrado. Dá para se dizer que 90% das residências têm assinatura" (MORAES, 2011). Estes locais citados, juntos somam cerca de 600 assinantes, conforme o entrevistado.

É preciso levar em conta que Passo do Sobrado tem uma área mais povoada formada pela agricultura familiar, produtores de tabaco e muitos descendentes de imigrantes alemães. Esse é o lado que faz divisa com Santa Cruz do Sul e Venâncio Aires. Já a parte em direção a Rio Pardo e Vale Verde, é área com grandes fazendas, sendo menos povoada. Como se pode ver na Figura 10, há mais assinaturas na região formada pela agricultura familiar.

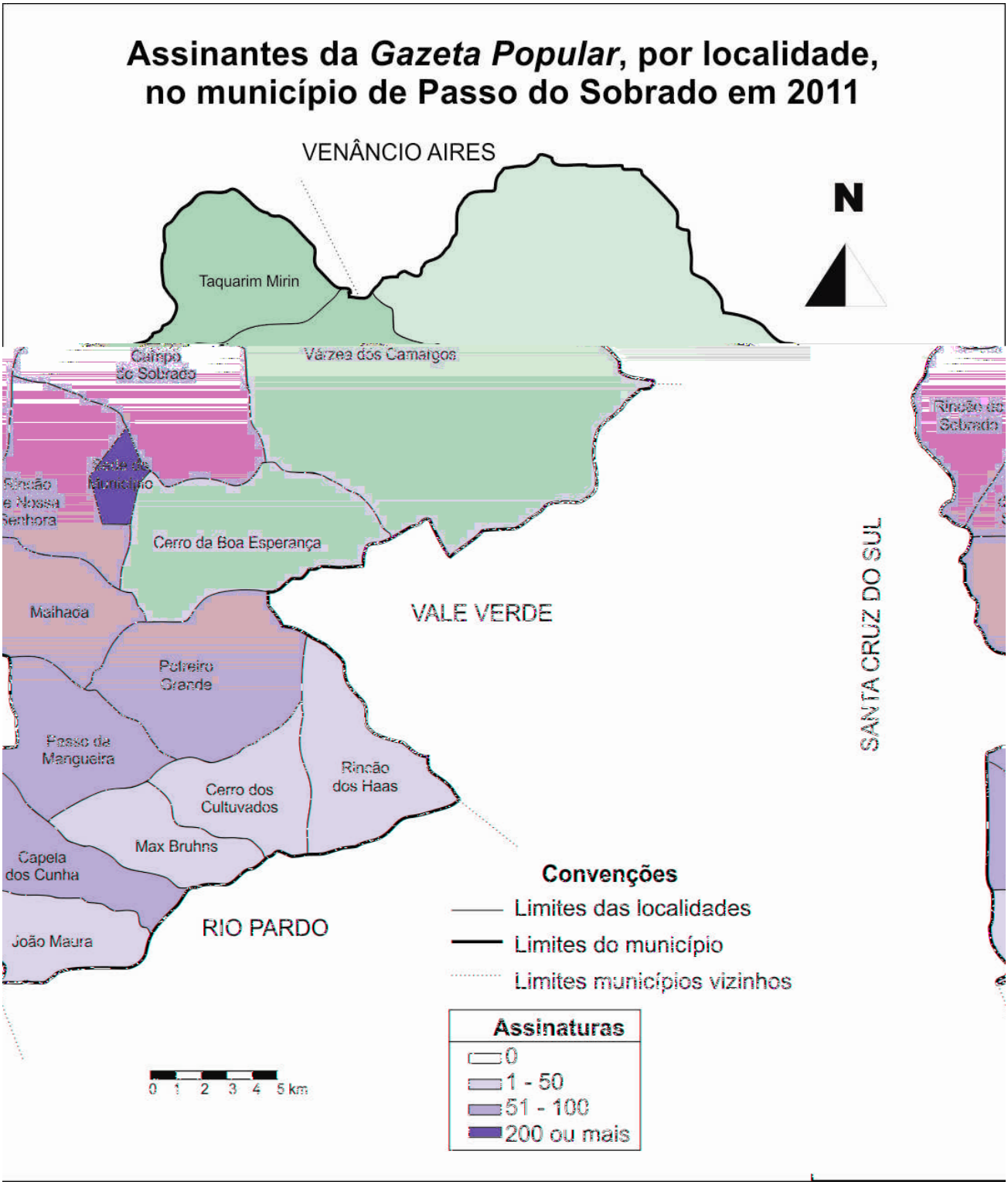

Figura 10 – Representação da distribuição das assinaturas, por localidade, do jornal *Gazeta Popular*, de Passo do Sobrado
Fonte: Jornal *Gazeta Popular*, de Passo do Sobrado.
Elaboração: Fernanda Finkler e Roselaine Blank, 2011.

3.3.6 Aspectos financeiros

Nos primeiros anos, o faturamento do jornal era considerado baixo por Moraes (2011). Ele avalia que o jornal foi crescendo na proporção que se desenvolveu o comércio de Passo do Sobrado e os demais locais pelos quais a publicação circula. Na atualidade, a empresa apresenta o faturamento bruto de 25 a 30 mil reais ao ano. Mas o entrevistado tem outra empresa que mantém, o Instituto LJM de pesquisas mercadológicas e políticas. Até 2008, esse era vinculado ao jornal, mas para separar as duas atividades, pagar menos tributo e se adequar à lei eleitoral, criaram uma empresa independente. Ele contrata um estatístico para pensar a metodologia e realizar os cálculos necessários para a pesquisa. Segundo o entrevistado, em 2008, realizaram cerca de 50 pesquisas em diferentes municípios do Rio Grande do Sul. Iniciaram as atividades de pesquisa por volta de 1998, sem grande seriedade, mas perceberam que era algo que estava dando certo. Então, ele começou a aperfeiçoar essa área. Chegou a fazer uma pós-graduação em *marketing* e política por esse motivo. Entre os clientes, estão partidos e candidatos em período eleitoral e mesmo entidades como a Afubra. Há três anos realizam pesquisa de satisfação sobre a Expoagro Afubra, feira realizada, anualmente, em Santa Cruz do Sul.

Do ponto de vista financeiro, Moraes (2011) diz que o Instituto LJM traz mais retorno e a atividade é menos trabalhosa. Porém, não são todos os meses que há pesquisa para ser feita. O jornal seria uma atividade constante. A renda conseguida com o Instituto viria a complementar o carro-chefe dos negócios: a *Gazeta Popular*.

O que gera mais renda para a publicação é a venda de assinaturas, sendo cerca de 60% do total arrecadado pele empresa. Os demais 40% vem da publicidade. Dentro desses 40%, haveria a divisão de 25% vindo do setor privado e 15% do setor público. Moraes (2011) ainda diz que entre a publicidade do setor privado, a maioria é do comércio local de Passo do Sobrado. Ao citar os principais anunciantes – os dois postos de combustível, Afubra, loja Benoit e loja Certel – surgem empreendimentos que tem redes de lojas, demonstrando terem maior poder econômico para anunciar.

O desenvolvimento econômico do jornal, para o entrevistado, está ligado ao desempenho das safras e o jornal só é atingido por crise se o produtor rural, na microrregião de atuação, passa por uma crise. “Se o agricultor vai mal, ele vende o fumo mal, ele também chora pra nós. Então, a gente também tem que pensar em não dar aumento. Houve anos em que nós não aumentamos o valor de nada, justamente porque a agricultura foi mal”

(MORAES, 2011). Agora, quando a produção vai bem, eles aumentam os preços conforme o índice de aumento do produto vendido pelos agricultores. Em Passo do Sobrado grande parte da população planta tabaco[183]. Ainda o período de baixa do ponto de vista econômico, para o jornal é de março a agosto. Suportam estes meses se organizando e guardando rendimentos adquiridos nos outros seis meses de circulação da publicação que são mais vantajosos.

[183] Na safra 2010/2011 o município foi o 16° maior produtor de tabaco do Rio Grande do Sul, entre 305 que cultivam o vegetal. (AFUBRA, 2010).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através deste estudo, evidenciou-se que a instalação dos veículos de comunicação *Tribuna Popular, Folha Vale do Sol e Gazeta Popular*, respectivamente, dos municípios de Sinimbu, Vale do Sol e Passo do Sobrado têm conexão direta com o fato desses locais terem se emancipado na década de 1990. Para instalar esses novos negócios, as motivações dos proprietários partiram em especial de duas ideias: apostaram no desenvolvimento local e da região, que viria a refletir no crescimento do jornal e da empresa; tinham o sentimento de que estariam contribuindo para a sociedade local com a circulação de informação. A estruturação dessas publicações acompanhou o desenvolvimento econômico e social do município sede, crescendo em periodicidade, tiragem e faturamento; aprimorando o conteúdo editorial por meio da profissionalização das equipes de produção e proprietários; independentizando-se, em parte, do poder público local. Apesar de, todas essas condições, não terem atingido um grau de profissionalização ou estruturação encontrado na grande imprensa.

Os três jornais tiveram início muito parecido: foram criados por jovens, em parceria com um ou mais sócios, sem ou com baixo capital de giro; a renda arrecadada no primeiro ano foi praticamente toda reinvestida no jornal; em pouco tempo, as sociedades empresariais foram desfeitas. Cada publicação passou a ser propriedade de uma única pessoa, ou gerenciada por apenas um indivíduo, com equipe enxuta (duas pessoas, no princípio). Mais semelhanças: os três veículos começaram com circulação quinzenal, oito páginas em preto e branco. Após um ano, transformaram-se em semanários, indicando um primeiro avanço. O trio, cada um a seu modo, desde o princípio, buscou e recebeu o apoio do poder público – editorial e financeiro - principalmente, com a publicação de colunas informativas do Executivo e resumos das sessões da Câmara de Vereadores semanais e publicou editais. Tudo isso, junto com a venda de outras publicidades e assinaturas, foi criando maior estabilidade financeira para os empreendimentos. Pode-se afirmar que os jornais se firmaram com o auxílio do poder público municipal e, em contrapartida acabaram ajudando a consolidar os governos e os jovens municípios. Também o material enviado pelas assessorias de imprensa das prefeituras, em especial, de Sinimbu e Vale do Sol, foram fundamentais para que esses veículos, formados por equipes pequenas, tivessem mais notícias locais para serem publicadas.

O *Tribuna Popular* teve seu proprietário atuando como assessor de imprensa da prefeitura durante 12 anos. A *Gazeta Popular* contratou quem exercia a função de assessor de

imprensa na Prefeitura de Santa Cruz do Sul para ser o jornalista responsável pelo periódico e fazer a revisão dos textos. A *Folha Vale do Sol* não teve vínculo direto com o assessor de imprensa da prefeitura local, mas o pai do proprietário foi vice-prefeito na primeira legislatura de 1993 a 1996. No entanto, em 2010, foi percebido maior distanciamento das publicações em relação ao poder público. Ainda não houve total independência, os *releases* enviados têm seu espaço garantido ou pautam a redação na maioria das vezes. Porém, através do discurso dos entrevistados ficou visível a intenção de tornarem-se mais independentes editorialmente. A intenção não garante a ação, mas é o primeiro passo para tornar-se realidade.

Em relação à impressão, nenhuma dos veículos tinha gráfica própria. O motivo estava no custo elevado de adquirir o maquinário e necessidade de ter mais clientes para o empreendimento se sustentar. Por isso, do ponto de vista econômico, tornou-se mais vantajoso para a *Folha Vale do Sol* e a *Gazeta Popular* serem impressos na gráfica Gazeta, da Gazeta Grupo de Comunicações. São clientes dessa empresa desde a criação dos jornais, nos municípios recém emancipados. Já o *Tribuna Popular*, no princípio, buscava esse serviço em Venâncio Aires e, desde 2000, quando o irmão do proprietário criou uma Editora e Gráfica, em Vera Cruz, passou a realizar a impressão na empresa do familiar. Em termos de qualidade gráfica e crescimento no número de páginas o *Tribuna Popular* desponta em comparação com os outros dois.

As tecnologias digitais são um marco para estas publicações. A evolução tecnológica vivenciada pelos três jornais é similar: curto período com produção analógica; informatização da redação; e aquisição de câmera fotográfica digital. Com isso houve redução nos custos de produção, agilidade na confecção do jornal e no envio das páginas para impressão, além de ter melhorado a qualidade gráfica do veículo. Com a internet, passou-se a ter maior fluxo de informação vindo de diferentes assessorias de imprensa – tanto empresas como órgãos regionais, estaduais e nacionais – otimizando o trabalho de produção das notícias. A *Gazeta Popular* foi à publicação que enfrentou mais problemas de infraestrutura local para ter acesso à rede de energia elétrica estável e à internet. Muito se deve ao fato desse jornal possuir a sede localizada fora da área urbana de Passo do Sobrado, diferente dos outros jornais que estão na sede de seus municípios. Com isso, ficou evidente a precariedade no fornecimento de energia elétrica ao interior naquele município, realidade que, provavelmente, é semelhante em outros municípios de pequeno porte. Ainda o proprietário da *Gazeta Popular* teve de enfrentar diversos obstáculos até conseguir um bom acesso à rede mundial de computadores, algo que os demais jornais em estudo conseguiram resolver no final da década de 1990.

Mas isso não impediu a *Gazeta Popular*, da mesma forma que a *Tribuna Popular*, de criarem suas páginas na internet. No entanto, os proprietários das duas publicações apresentaram a mesma dúvida quanto à melhor forma de utilizar essa nova mídia, de modo a agregar valor ao jornal impresso e não tornar-se concorrente do mesmo. Cada um dos veículos, da sua maneira, está realizando tentativas e refletindo sobre o que dá certo ou não nessa interligação de conteúdo do jornal e *site*. Percebeu-se que os donos desses dois jornais, nesse ponto, estavam preocupados em seguir as tendências na área da comunicação. Apesar de a *Gazeta Popular* ter tido pró-atividade na criação do *site*, seu sistema de controle e consulta das assinaturas não é informatizado, diferente da *Tribuna Popular* e *Folha Vale do Sol*. Esses sistemas facilitaram o controle do número de assinantes, datas de vencimento e a consulta a esses arquivos quando necessário. Até mesmo podem fazer o controle da publicidade pelo sistema, mas se verificou que utilizam também outras formas de controle manual como livro caixa.

Do ponto de vista da linha editorial, os três jornais demonstraram evitar publicar notícias polêmicas, trágicas e sensacionalistas. Preferem trabalhar de maneira que as notícias gerem uma sinergia positiva, que mostrem fatos ou iniciativas inovadoras e positivas. O *Tribuna Popular* através da coluna de opinião semanal do proprietário parece ser o único que aborda de modo mais crítico ou analítico alguns assuntos. Foi possível observar que as publicações tentam desenvolver um jornalismo de proximidade, buscando dessa maneira vinculação e identidade com a sociedade local[184]. Portanto, são jornais locais que buscam se expandir para uma microrregião, tendo características de proximidade. Contudo, o trio de impressos poderia se esforçar mais para utilizar essa proximidade que desfrutam com o leitor e atores sociais, voltando os "olhos" mais para o seu entorno. Ainda parece que, para os gestores dos jornais e seus funcionários, falta uma compreensão e reflexão sobre as potencialidades que essa proximidade lhes oferece, como: mais credibilidade quando o jornal se tornar propulsor de discussões e debates; a maior identidade da população local com o veículo quando se vêem nas páginas do jornal; produção de um jornalismo original, que influencie positivamente a sociedade e reflita os anseios e necessidades da mesma. Compreende-se que a dificuldade em avançar no sentido proposto acima está nas limitações que apresentam sobre a compreensão do que é fazer jornalismo e o papel do mesmo na sociedade. O jornalismo não apenas informa, reproduz acontecimentos, organiza as

---

[184] Local nesse ponto significa município sede e/ou microrregião de abrangência.

informações e narra fatos; ele tem a capacidade de mediar as relações entre os diferentes atores da esfera social. E essa mediação está além de apenas saber utilizar as técnicas jornalísticas como responder às seis perguntas de um *lead*[185] ou escrever sem erros ortográficos. É preciso ter uma bagagem humanística de conhecimento, a qual, raramente, é construída sem a passagem pela Universidade.

Os entrevistados apresentaram como extremamente importante a busca pela imparcialidade na sondagem das notícias, ouvindo os lados envolvidos. Parece um esforço ou intenção de se distanciarem das amarras que têm com o poder público. Para isso, se apóiam na ideia de imparcialidade, sendo mais fácil, através dela, justificar algumas posições independentes que tentam tomar. Mas, a imparcialidade é uma ilusão, ela nunca é alcançada. É impossível negar a subjetividade e a história de cada pessoa, a qual influencia na hora de tomada de decisões administrativas e editoriais como escolher o título, as fontes a serem ouvidas ou a fotografia que será publicada. A imparcialidade, a neutralidade e o jornal como retrato fiel são noções já superadas na reflexão teórica mais recente sobre o jornalismo. Passando este a ser um mediador dos processos sociais. Ainda, como exposto por Matos (2008), no capítulo 2, item 2.1, em democracias jovens, como a brasileira, não é a questão da objetividade e neutralidade que desvirtuam os compromissos públicos dos meios de comunicação, contribuindo para o enfraquecimento do engajamento cívico. Na visão da autora, é a combinação mercantilização excessiva e autoritarismo político que corroem os compromissos públicos dos meios de comunicação.

Verificou-se que os três jornais estão abertos para publicar em suas páginas reivindicações que venham da população local ou atores sociais locais. Notícias regionais seriam interessantes se, de alguma forma, tivessem alguma conexão com o local. Entretanto, nos periódicos, acabam sendo privilegiadas entidades e grupos organizados, muitos deles, porque já adquiriram uma compreensão mínima da necessidade de divulgar na mídia suas ações e conhecem as estratégias para conseguir visibilidade. No *Tribuna Popular* e *Folha Vale do Sol*, observou-se haver maior compromisso comunitário presente na "filosofia editorial", enquanto que, na *Gazeta Popular*, a premissa principal, é repassar informações. Acaba praticando um jornalismo de proximidade, porém mais voltado à utilidade pública e divulgação de acontecimentos. Porém, os três evitam publicar notícias que possam geral algum tipo de confronto e não fazem jornalismo de investigação e denúncia – tanto pela

---

[185] Quê?; Quem?; Onde?; Quando?; Como; Por quê?.

precariedade da equipe e falta de uma cultura jornalística mais bem formada, como para manter as boas relações com o quem está no poder, evitando os possíveis conflitos que isso geraria.

Mesmo assim, o principal critério de noticiabilidade da *Gazeta Popular* e demais jornais em estudo, é o *localismo*. Publicam o que têm a ver com a sua área de atuação. Podem ser notícias internacionais, nacionais, estaduais ou regionais, buscam ter em suas páginas o que apresenta alguma conexão com o seu leitor. Importante salientar que os três periódicos tentam trabalhar dessa forma, mas nem sempre conseguem ou pela equipe enxuta ou pela falta da formação jornalística de seus proprietários e funcionários. Também foi perceptível, através dos depoimentos e da observando das edição, ter sido prática comum aos três jornais em estudo ser melhor e maior a cobertura jornalística conforme o grau de investimento do poder público de determinado município no periódico. Ainda os três impressos têm preocupação em realizar parcerias com as escolas, inclusive, desenvolvendo projetos em conjunto.

O *Tribuna Popular* aparenta ser mais profissionalizado como negócio pelo proprietário e a esposa estarem buscando aperfeiçoamento cursando, respectivamente, Direito e Administração de Empresas, além da coordenadora de redação ser graduada em História e os demais funcionários da redação serem universitários. Todos estudaram ou estudam na UNISC. Este jornal, entre os pesquisados, é o único que tem um pequeno *Manual de Redação e Ética*. Na publicação se vê regularmente pautas locais criadas pela redação que buscam dar visibilidade às pessoas da comunidade – principalmente do município sede. Ao longo dos anos houve grande aprimoramento no *layout* gráfico da publicação, com inserção de editorias, as matérias são assinadas e houve aumento no número de páginas. Há um planejamento de cadernos, páginas especiais e séries de reportagens sobre temáticas amenas ou datas especiais.

A *Folha Vale do Sol* tem duas funcionárias e uma colaboradora cursando Jornalismo na UNISC e uma estudante de contabilidade na Faculdade Dom Alberto, em Santa Cruz do Sul. O proprietário tem curso superior incompleto em Jornalismo. Portanto, apresenta um grupo que está em formação, em processo de profissionalização. É possível observar o planejamento de alguns cadernos e páginas especiais. Não há um planejamento gráfico profissionalizado com divisão de editorias, sendo uma programação visual conservadora, mas com padrão de tipo e tamanho de fontes, sendo fácil a leitura. As notícias buscam dar visibilidade para à população local, mas com muitas pautas girando em torno do poder público.

A *Gazeta Popular* é produzida pelo proprietário, que tem curso superior em História (UNISC) e pós-graduação em Marketing e Política (Universidade Gama Filho). Ele divide seu tempo com o trabalho como professor na rede estadual no município vizinho, Santa Cruz do Sul. O proprietário é auxiliado pela esposa, que tem ensino superior incompleto em Fisioterapia. Mas ela mesma evidencia preferir a área da saúde, atuando na publicação porque foi mais fácil encontrar alguém para trabalhar cuidando dos afazeres doméstico e dos filhos do casal, do que para realizar os trabalhos de secretariado no jornal. O projeto gráfico da publicação também não é profissional e falta uma padronização das fontes nos títulos, além da fonte no corpo do texto ser muito pequena. As notícias são colocadas na publicação de modo a caber o máximo de informação nas páginas. As editorias são divididas em Geral ou Regional. Também há colunas de opinião que variam de página, somente os informativos do poder público, com contrato assinado, permanecem em página fixa. Os textos têm ligação, em especial, com o executivo, legislativo de Passo do Sobrado e Vale Verde, além das escolas de ambos.

Os três proprietários dos jornais e duas funcionárias do *Tribuna Popular* têm o registro precário de jornalista. Ficou evidente que não ser obrigatório o diploma de jornalista acabou ratificando a esses jornais não investir em mão de obra qualificada. Tanto que um dos donos optou por fazer outro curso superior ao invés de Jornalismo, pois o diploma não era mais condição obrigatória para produzir o jornal. Parece que a partir da decisão do Supremo Tribunal Federal em 2009, havendo a desregulamentação da profissão, se deu o aval para que os periódicos deixassem em segundo plano ter um jornalista graduado atuando na redação.

Também constatou-se que, para os empreendimentos, o piso salarial de jornalista para o interior do estado é um valor alto a ser pago. Para aplicar recursos nessa mão de obra qualificada, o jornal teria que deixar de fazer outros investimentos. Por isso, enquanto houver quem trabalhe na publicação, por um salário que é menos da metade do piso para jornalista no interior, atuando em diferentes frentes (produção de texto, fotografias, diagramação, vendas, produção de anúncios), dando conta de questões simples como escrever minimamente dentro das técnicas jornalísticas, os proprietários não vêem muita lógica em despender mais valores. Ter equipes enxutas e sem grandes divisões de tarefas é estratégico para a viabilidade econômica do negócio, do ponto de vista dos proprietários. Mas, talvez, essa seja uma visão limitada ou muito cuidadosa dos donos dos jornais. Potencialmente, a qualificação com um bom profissional poderia gerar novas propostas editoriais que, por sua vez, poderiam dar origem a novas propostas publicitárias dinamizando e incrementando a renda do periódico.

Concluiu-se que a presença da UNISC na região do Corede – VRP proporcionou a dois jornais em estudo – *Tribuna Popular* e *Folha Vale do Sol* – ter trabalhadores que estão em algum curso superior; a *Gazeta Popular* não tinha funcionários, mas, no entanto, seus proprietários estiveram por um determinado tempo em formação nessa universidade. Somente a *Folha Vale do Sol* tem estudantes de jornalismo trabalhando na redação. O proprietário do *Tribuna Popular* e da *Folha Vale do Sol* acreditam que, cada vez mais, profissionais de comunicação formar-se-ão na universidade. Na visão de mercado que eles têm, com a entrada semestral de novos profissionais de comunicação graduados no mercado de trabalho, possivelmente, em alguns anos será mais abundante este tipo de trabalhador na região. Pensam que havendo maior oferta dessa mão de obra especializada, junto com o desenvolvimento que pretendem em seus negócios, conseguirão ter entre seus funcionários um jornalista graduado.

Ainda, ter funcionários que sejam naturais do município sede ou residam no mesmo acaba tendo alta relevância para que o jornal estivesse mais sintonizado com a sociedade. Muitas pautas surgem a partir da convivência com a família, encontros sociais e no dia a dia. É fundamental para quem trabalha em um jornal estar por dentro do que acontece na área de abrangência do mesmo. No entanto, um jornalista qualificado não precisa necessariamente morar no município em que trabalha. Um bom profissional sistematiza fontes, organiza sua rede de informantes. Parece que pela falta de saber como fazer isso, os funcionários em formação acadêmica em jornalismo ou outras áreas, acabam precisando se valer das informações e pautas que conseguem por acaso, enquanto estão em momentos fora do expediente de trabalho.

Os três jornais, em seus primeiros projetos com os sócios, tinham o objetivo de ser locais. Mais adiante, sem os sócios[186], já em um movimento de evolução da empresa e busca de novos assinantes, foram expandindo a abrangência. O *Tribuna Popular*, em alguns anos, passou a atuar em Gramado Xavier, pelas conexões com os prefeitos nas duas primeiras legislaturas e com a emancipação de Herveiras, também estendeu um braço para o novo município. A *Gazeta Popular* surge, em 1998, como microrregional, atingindo Passo do Sobrado, Vale Verde, Santa Cruz do Sul e Rio Pardo. A *Folha Vale do Sol*, em 2009, iniciou o processo de expansão para Herveiras. Pode-se avaliar que são negócios que estão crescendo lentamente. Por outro lado, expandir a área de abrangência foi uma maneira de aumentar o

---

[186] Finkler (2010) proprietário da *Folha Vale do Sol* tem a mãe como sócia, mas ela não atua na empresa.

número de assinaturas, estratégia para conseguir maior número de anunciantes e uma forma de poder pleitear verbas do poder público de outros municípios, além da sede do jornal. Se os jornais permanecessem apenas atrelados ao município-sede, provavelmente, o volume de recursos que mobilizariam seria muito menor e, talvez, insuficiente para manter os jornais ou garantir os investimentos e a sobrevivência dos proprietários.

Outra questão relevante é que os três proprietários têm outro emprego ou outros negócios além do jornal. Em outras palavras, nenhum deles tem sua renda, exclusivamente, do jornal. Pode-se inferir que o jornal foi o motor para o crescimento econômico e empresarial dos proprietários, mas não chega a garantir renda satisfatória. Ainda chamou a atenção que, tanto o dono do *Tribuna Popular* como da *Gazeta Popular*, viram nas pesquisas eleitorais e mercadológicas um nicho de mercado promissor e que complementa a renda conseguida com o jornal.

Como pôde ser visto no capítulo 3, a maior parte das assinaturas estão nas áreas urbanas dos municípios sede e localidades mais próximas. Isso é comum entre os impressos, decorrente das questões infraestruturais e de custo, circulam mais próximo à sede do jornal. Todas as localidades no interior têm assinatura da publicação. Os três proprietários acreditam que podem crescer em número de assinantes em suas áreas de abrangência, ou seja, pensam haver um mercado a ser explorado. Para existir expansão de assinaturas e anunciantes dependem diretamente da situação comercial do principal produto produzido nesses municípios agrícolas: o tabaco. São unânimes em afirmar que problemas na economia local e regional afetam diretamente o empreendimento tanto na renovação de assinaturas como no número de anunciantes. Destaca-se ainda que os jornais em estudo chegam ao interior do município onde os publicações regionais ou nacionais não alcançam ou circulam em menor quantidade. Portanto, preenchem de fato uma lacuna deixada pela imprensa de maior tiragem e abrangência a qual não vê vantagem de custo-benefício realizar a distribuição no interior rural.

Outro ponto que interfere na expansão e na qualificação do serviço de entrega do jornal é a infraestrutura das estradas dos municípios. Em sua maioria, são sem cobertura asfáltica o que, em dias de chuva ou se mal conservadas, dificulta o tráfego, em especial, de motocicletas, o principal veículo utilizado para distribuição dos jornais. Também poucos horários de linha de ônibus para o interior do município ou para os municípios de abrangência das publicações interfere no horário de chegada do jornal aqueles locais. Esses municípios refletem de modo micro, o que existe também no âmbito macro brasileiro: o atraso na

infraestrutura de transportes em lugares distantes dos grandes centros ou com baixa densidade demográfica; operadoras de telefonia investindo apenas onde consideram rentável do ponto de vista econômico para a empresa, em outras palavras, em lugares com grande concentração populacional; fornecimento de energia elétrica com rede estável para além dos centros urbanos, são alguns exemplos. Há tendência histórica no país, do interior rural ser desprovido de serviços básicos qualificados em comparação com os médios ou grandes centros urbanos.

Os pontos comerciais no interior dos municípios para o *Tribuna Popular* e *Folha Vale do Sol* foram muito importantes nos primeiros anos. Serviram na consolidação do jornal para além do centro urbano – por causa da dificuldade de acesso ao interior e as poucas linhas de ônibus para aquelas áreas. Essa penetrabilidade dos três jornais em seus municípios sede e microrregião de abrangência faz com que as publicações cheguem em locais que jornais maiores não alcançam ou não têm interesse de atender, dando a oportunidade a quem queira e possa pagar pela assinatura anual, receber toda a semana o jornal local para fazer a leitura e se inteirar do que foi notícia naquela edição. Para o jornal como negócio acaba sendo uma estratégia de venda essa capacidade de chegar aos "grotões": vão a pontos no município que outros jornais de maior porte não alcançam ou, se chegam, é para um número menor de assinantes. Para os anunciantes interessados naquele público, é relevante ter seu produto divulgado no periódico. Ainda mais, se levado em conta que esses municípios têm centros comerciais menores e, em geral, com menor diversidade de produtos ou serviços.

Foi possível verificar que o faturamento bruto, em 2010, para a *Tribuna Popular*, girou em torno de 260 mil reais; a *Folha Vale do Sol*, cerca de 100 mil reais; e a *Gazeta Popular*, por volta de 30 mil reais. Através das entrevistas, ficou claro que os três jornais dão lucro, não foi revelado quanto, mas os proprietários conseguem pagar os funcionários, as contas, fazer alguns reinvestimentos e ter um adicional à renda familiar.

Para o *Tribuna Popular* e *Gazeta Popular*, a principal receita provém das assinaturas. Na *Folha Vale do Sol*, a publicidade traria um pouco mais de dinheiro. O que se percebe é que os assinantes são a base da economia desses jornais. Estes garantem haver circulação mínima de dinheiro no negócio. A venda de publicidade vem para complementar e agregar mais verba à empresa jornalística. As publicações não conseguiriam se manter sem essa dupla: assinantes e anunciantes. Verificou-se que as prefeituras e as Câmaras de vereadores são anunciantes fiéis, que mantém colunas semanais e publicam seus editais nesses periódicos. Dentro do total de arrecadação publicitária, cada jornal tem percentual diferente referente ao que provém do poder público. A *Tribuna Popular* teria 50% do que arrecada na publicidade vinda do poder

público dos três municípios que abrange editorialmente; *Folha Vale do Sol* apresentou como 30% do total publicitário vindo das Prefeituras e Câmaras de Vereadores dos de Vale do Sol e Herveiras; e *Gazeta Popular* indicou ser 15% proveniente do poder público dos municípios de Passo do Sobrado e Vale Verde.

Por fim, acredita-se que os objetivos propostos para este estudo exploratório sobre o surgimento e a estruturação de jornais impressos em municípios emancipados, na década de 1990, na região do Conselho Regional de Desenvolvimento do Vale do Rio Pardo (Corede – VRP) foram alcançados. O históricos dessas publicações demonstra haver relação estreita entre a instalação dos municípios e a criação dos jornais. Conseguiu-se apresentar como foi construída a linha editorial dos periódicos e que os atores sociais mais organizados e que solicitam espaço são contemplados nas edições. A estrutura de produção teve evolução sendo o acesso às tecnologias digitais marcantes para agilizar processos e etapas da produção. Do mesmo modo que significou economia de tempo e dinheiro às publicações. A formação profissional de quem trabalha nas redações pôde ser caracterizada como em construção. Na *Folha Vale do Sol*, a maioria dos funcionários cursava Jornalismo. No *Tribuna Popular*, a maior parte está em formação universitária em outras áreas ou outra habilitação do Curso de Comunicação Social. Enquanto, que na *Gazeta Popular*, o seu proprietário é a única pessoa responsável pela redação, sem funcionários contratados, tendo formação universitária, mas em História, não em Jornalismo. Quanto aos aspectos financeiros, os jornais apresentam uma evolução lenta, porém constante. E, como visto, anunciantes do setor privado e público são fundamentais e complementares, sendo o poder público do município sede ou da microrregião de abrangência anunciantes constantes e mantenedores de colunas semanais.

Os jornais são muito influenciados pelo ritmo de desenvolvimento econômico e social dos seus municípios e região de abrangência, bem como pela qualificação da sua mão de obra, vêm avançando nos aspectos estudados. Ainda há muito a melhorar, refletir, superar, desde problemas infraestruturais locais à ampliação da compreensão do papel social desses jornais e do jornalismo por quem trabalha nas redações. Porém, é possível visualizar as potencialidades presentes e as que estão ainda latentes nesses periódicos. Potencialidades essas que têm condições de ser parte de engrenagens que quando em movimento, impulsionam atividades cooperativas, reflexivas e debates que contribuem para o desenvolvimento dos municípios e da região, auxiliando a sociedade regional a enxergar e entender a sua realidade, suas limitações e as suas vocações. Tudo isso, no sentido proposto por Santos (2001) de reforço

das horizontalidades, partindo de ações locais que tornem mais abrangentes a coesão da sociedade civil, atendendo a interesses coletivos.

Para concluir o tema abordado nesta dissertação, há ainda uma série de questões e aspectos merecedores de atenção. É importante salientar as limitações do estudo, sendo recomendado para posteriores pesquisas a análise do conteúdo, por meio da análise de discurso ou outro referencial, assim contribuindo para compreender melhor a ação desses periódicos que, apesar das suas falhas, são relevantes para os municípios em que estão inseridos e para a região a qual pertencem ao proporcionarem circulação da informação, darem visibilidade a atores sociais, entidades organizadas e ao poder público sendo parte integrante e ativa da esfera pública local e regional.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. A modernização da imprensa (1970-2000). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

ADOBE. Informações sobre PDF Adobe. Disponível em:<http://www.adobe.com/br/products/acrobat/adobepdf.html>. Acesso em: 10 dez. 2010.

AFUBRA. Solicitação de informações sobre a posição dos municípios pesquisados no *ranking* dos municípios produtores de tabaco do Rio Grande do Sul. [Mensagem institucional]. Mensagem recebida por < luciana@afubra.com.br> em 24 abr. 2011.

ALVES, Francisco das Neves. Liberalismo, revolução, imprensa na formação do Estado Nacional Brasileiro: Um estudo de caso no Rio Grande do Sul. In: _____. (Org.). *Imprensa, política e história no Rio Grande do Sul*. Rio Grande: Fundação Universidade Federal do Rio Grande, 2004. p. 11-28l.

AMARAL, Márcia Franz. Jornalismo popular. São Paulo: Contexto, 2006

ANJ. *Associação Nacional de Jornais*. Disponível em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/circulacao-diaria/>. Acesso em: 21 dez. 2010.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. São Paulo: Ática, 1990.

BAQUERO, Marcello. Qualidade democrática e potencial de desenvolvimento regional no Rio Grande do Sul. In: *Desenvolvimento regional, capital social e democracia local.* BAQUERO, Marcello; Cremonese, Dejalma. (Org.). Ijuí: 2008. p.12-29. Disponível em: <http://www.capitalsocialsul.com.br/capitalsocialsul/arquivos/mt/Livro%20completo%20desenvolvimento%20regional%202008.pdf#page=12>. Acesso em: 9 mai. 2011.

BAUER, Ana Patrícia. *O processo emancipatório de Westfália (RS):* o papel das lideranças políticas locais. Dissertação apresentada à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: A busca por segurança no mundo atual.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. *Identidade:* entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BELING, Romar. Editor da Editora Gazeta, da Gazeta Grupo de Comunicações. Entrevista à Fernanda Finkler. Santa Cruz do Sul: 28 fev. 2010.

BELTRÃO, Luiz. Prefácio. In: MELO, José Marques de. *História social da imprensa: Fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no BrasiL.* Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

BERGER, Christa. Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: UnB, 2002a. p.273-284.

_____. Jornalismo na comunicação. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antônio (Org.). *Tensões e objetos:* Da pesquisa em comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2002b. p. 137-163.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Economia política, globalização e comunicação. In: _____ (Org.). *Globalização e regionalização das comunicações.* Educ, São Paulo, 1999. p. 73-96.

BORGES, Jonathan Jandrey. Diretor do provedor de internet Viavale, da Gazeta Grupo de Comunicações. Entrevista à Fernanda Finkler. Santa Cruz do Sul: 28 fev. 2010.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil* . Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituiçao.htm>. Acesso em: 29 mar. 2010.

_____. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. *Capacitação para controle social nos municípios:* assistência social e programa Bolsa Família. Brasília, 2010.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia:* De Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRITO, Judith; PEDREIRA, Ricardo. *A força dos jornais:* Os 30 anos da Associação Nacional de Jornalismo processo de democratização brasileiro. Brasília: ANJ, 2009.

BUCCI, Eugênio. *Imprensa e o dever da liberdade*. São Paulo: Contexto, 2009.

CAM. Comissão de Assuntos Municipais da Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul. Solicitação de informação sobre o Projeto de Lei Complementar (PLC) 120/2010. [Mensagem institucional]. Mensagem recebida por <cam@al.rs.gob.br;comissão> em 13 out. 2010.

CAPARELLI, Sergio. *Comunicação de massa sem massa.* São Paulo: Summus, 1986.

_____. *Ditaduras e indústrias culturais*: No Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1989.

_____. Zanzibar de novas tecnologias: Imprensa regional e Zero Hora. In: *Temas contemporâneos em comunicação*. São Paulo: Edicom/Intercom, 1997. p. 107-126.

CAPPARELLI, Sergio; LIMA, Venício Artur de. *Comunicação e televisão:* Desafios da pós-globalização. São Paulo: Hacker, 2004.

CARVALHO, José Murilo de. *Cidadania no Brasil:* O longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. vol. 1. 8 ed. Tradução Roneide Venancio Majer com colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CAVALCANTE, Joseneide Franklin. *Educação superior:* Conceitos, definições e classificações. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais, 2000. Disponível em:< http://www.inep.gov.br/download/cibec/2000/serie_documental/educacao_superior_n8.pdf.> Acesso em: Ago. 2010.

CORRÊA, Roberto Lobato. *Trajetórias geográficas.* Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

COSTA, Sergio. Movimentos sociais, democratização e a construção de esferas públicas locais. *Revista Brasileira de Ciências Sociais,* vol. 12, n. 35, 1997. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69091997000300008&script=sci_abstract>. Acesso em: 10 mar. 2010.

_____. *As cores de Ercília:* Esfera pública, democracia, configurações pós-nacionais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

COSTA, Letícia Maria Pinto da. Vozes dissonantes na imprensa do interior: a produção e a recepção do jornal “A Voz do Vale do Paraíba”. In: *Revista Ciências Humanas*. Taubaté, v. 10, n. 2, p. 99-110, jul./dez. 2004.

DARNTON, Robert; ROCHE, Daniel (Org.*). Revolução impressa:* A imprensa na França: 1775-1800. São Paulo: EDUSP, 1996.

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

ETGES, Virgínia Elisabeta. Desenvolvimento regional sustentável: o território como paradigma. *Redes.* Santa Cruz do Sul: Edunisc, v. 10, n. 3, p. 47-55, set./dez. 2005.

FACCIN, Milton Julio. *Território de identidades***:** Os jornais gaúchos e as demarcações discursivas da identidade regional. 2002. Tese (Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura – mestrado e doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina (Org.). *Mídia e região na era digital:* diversidade cultural convergência midiática. São Paulo: Arte & Ciência, 2007.

FAMURS. *Federação das Associações dos Municípios do Rio Grande do Sul*. Disponível em: <http://ww2.famurs.com.br/informacoesMunicipais/salaEntidade.php?exibeDadosGerais=1>. Acesso em: 24 ago. 2010.

FÁVERO, Maria de Lourdes. A Universidade no Brasil: Das origens à Reforma Universitária de 1968. In: *Educar em Revista*, n. 28, p. 17-36, 2006. Editora UFPR: Curitiba, 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/er/n28/a03n28.pdf. Acesso em: ago. 2010.

FEE. *Fundação de Economia e Estatística. Índice de Desenvolvimento Socioeconômico* (IDESE) no Rio Grande do Sul e área territorial em 2000. Disponível em: http://www.fee.tche.br/sitefee/pt/content/estatisticas/pg_idese.php. Acesso em: set. 2010.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. Zero Hora e o localismo como critério de escolha. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, v. 1, 2007, Santa Cruz do Sul. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2007.

FENAJ. *Federação Nacional dos Jornalistas*. Código de ética dos jornalistas brasileiros. Vitória, 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf >. Acesso em: 5 mar. 2011.

FERREIRA, Athos Damasceno. *Imprensa literária de Porto Alegre no século XIX*. Porto Alegre: UFRGS, 1975.

FILTER, Cássio Fernando. *Jornal Kolonie:* Influência do Estado Novo na linha editorial e conteúdo. Santa Cruz do Sul, 2003. 102 p. Monografia (Curso de Comunicação Social - Graduação), Universidade de Santa Cruz do Sul, 2003.

FRANTZ, Walter. O processo de construção da Universidade Comunitária no espaço da reforma universitária. In: FÓRUM NACIONAL DE PRÓ-REITORES DE ENSINO DE GRADUAÇÃO, n. 18, 2005, Florianópolis. *Trabalhos...* Disponível em: <http://pages.udesc.br/~forgrad/trabalhos.htm>. Acesso em 05 nov. 2010.

_____. *Universidade Comunitária:* Uma iniciativa pública não-estatal em construção. Ijuí, 2004. Disponível em: http://www.comunitarias.org.br/docs/artigos/universidade_comunitaria.pdf Acesso: 5 ago. 2010.

GASPARI, Elio. *A ditadura escancarada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GAZETA DO SUL. Institucional. Disponível em: http://www.gazetadosul.com.br/institucional/default.php. Acesso em: 16 mar. 2010.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide*: Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1995.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública:* investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HARTH, Danielle Francine. *Cine Apollo e o imaginário santa-cruzense. 2002*. 94 f. Monografia (Curso de Comunicação Social - Graduação) - Universidade de Santa Cruz do Sul, 2002.

HARVEY, David (2007). *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2007.

HOHLFELDT, Antônio. *Deus escreve direito por linhas tortas:* O romance-folhetim dos jornais de Porto Alegre entre 1850 e 1900. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

HOHLFELDT, Antônio; BUCKUP, Carolina. *Última hora:* Populismo, nacionalismo nas páginas de um jornal. Porto Alegre: Sulinas, 2002.

HOHLFELDT, Antônio; RAUSCH, Fábio Antônio Flores. A imprensa sul-rio-grandense entre 1870 e 1937: Discussão sobre critérios para uma periodização. In: 29º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, v. 29, 2006, Brasília. *Anais do INTERCOM 2006*. São Paulo: INTERCOM, 2006.

IANNI; Octavio. Nacionalismo, regionalismo e globalismo. In: BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). *Globalização e regionalização das comunicações.* São Paulo: Educ, 1999, p. 29-50.

IANNI; Octavio.. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

IBGE. *PNAD 2009*: rendimento e número de trabalhadores com carteira assinada sobem e desocupação aumenta. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1708&id_pagina=1. Acesso em: out. 2010.

_____. *Sinopse do Censo Demográfico 2010*. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1. Acesso em: 15 abr. 2010.

_____. *Tendências Demográficas:* Uma análise dos resultados da amostra do Censo Demográfico 2000. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/tendencias_demograficas/tabela03.pdf. Acesso em: 11 out. 2010.

INEP. *Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira*. Sinopse Estatística do Ensino Superior de 2007. Disponível em: <http://www.inep.gov.br/>. Acesso em: 3 mar. 2010.

JOSÉ, Emiliano. *Imprensa e poder:* Ligações perigosas. Salvador: EDUFBA; São Paulo: HUCITEC, 1996.

JOST, Luciana. Ex-funcionária do jornal *Tribuna Popular*. Entrevista concedida por e-mail. Mensagem recebida por <luciana@afubra.com.br>, em 5 abr. 2011.

KANAN, Maria Cecília. O “Estado do Rio Grande” e os libertadores (1929-1932). p. 357-366. In: TRINDADE, Hélio (Org.), *Revolução de 30:* partidos e imprensa partidária no RS (1928-1937). Porto Alegre: L&PM Editores, 1980.

KLERING, Luiz Roque. *Emancipações no estado do Rio grande do Sul.* Entrevista concedida à Lílian Piraine Laranja, em 26 de abril de 2002. Disponível em: <http://www.terragaucha.com.br/emancipacoes_lilian.doc>. Acesso em: 11 out. 2009.

KLERING, Luiz Roque. *Emancipações no estado do Rio grande do Sul.* Entrevista concedida à Lílian Piraine Laranja, em 26 de abril de 2002. Disponível em: <http://www.terragaucha.com.br/emancipacoes_lilian.doc>. Acesso em: 11 out. 2009.

_____. *Impacto das emancipações de municípios nas décadas de 80 e 90, no desenvolvimento socioeconômico do estado do RS.* Porto Alegre: UFRGS, [s/d]. 31 slides. Disponível em: <http://www.wcams.com.br/emancipacoes.ppt>. Acesso em: 8 set. 2010.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. *Assessoria de imprensa:* Teoria e prática. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 2001

KUHN, Guido Ernani. *Um homem de fibra:* Francisco J. Frantz & outras memórias. Santa Cruz do Sul: Gazeta, 2007.

LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1987.

_____. *Ideologia e técnica da notícia*. Rio de Janeiro: Vozes, 1982.

LAZZARI, Ney José; KOEHNTOPP, Paulo Ivo; SCHMIDT, João Pedro. In: SCHMIDT, João Pedro (Org.), *Instituições comunitárias:* Instituições públicas não-estatais. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, [CD-ROM], 2009.

LEMOS, André. Cibercultura e mobilidade*:* a era da conexão.In: *Revista Eletrónica Razón y Palabra*. n 41, Outubro/Novembro, 2004b. Disponível em:< http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html>. Acesso em: 2 out. 2010.

_____. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2004a.

LENE, Hérica; CASTRO, Alcyene de Almeida. *A influência norte-americana no padrão de jornalismo brasileiro*: análise comparativa dos jornais A Gazeta e The Boston Globe, 2006. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/lene-herica-influencia-norte-americana.pdf>. Acesso em: 2 mar. 2011.

LUBENOW, Jorge Adriano. *Categoria de esfera pública em Jürgen Habermas*. Tese (Instituto de Filosofia e Ciências Humanas – doutorado). Universidade Estadual de Campinas: Unicamp, 2007.

MACEDO, Arthur Roquete de, et al. Educação Superior no Século XXI e a Reforma Universitária Brasileira. In: *Revista Ensaio:* avaliação de políticas públicas em Educação, Rio de Janeiro, v. 13, n. 47, p. 127-148, abr./jun. 2005. Disponível em:< http://www.scielo.br/pdf/ensaio/v13n47/v13n47a02.pdf>. Acesso: 10 ago. 2010.

MACHADO, Ana Maria Netto. Universidades Comunitárias: Um modelo brasileiro para interiorizar a educação superior. In: SCHMIDT, João Pedro (Org.). *Instituições Comunitárias:* Instituições públicas não-estatais. Santa Cruz do Sul: EDUNISC: [CD-ROM], 2009.

MANUAL DE REDAÇÃO E ÉTICA TRIBUNA POPULAR. [quatro páginas]. Sinimbu: Sem editora e ano.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e jornalismo*: A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2002.

MARQUES, Edson. Gerente de eventos da Gazeta Grupo de Comunicações. Entrevista à Fernanda Finkler. Santa Cruz do Sul: 28 fev. 2010.

MARTINS, Carlos Benedito. A Reforma Universitária de 1968 e a abertura para o ensino superior privado no Brasil. *Educação e sociedade*, Campinas, vol. 30, n. 106, p. 15-35, jan./abr. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v30n106/v30n106a02.pdf> Acesso: 20 ago. 2010.

_____. O ensino superior no Brasil nos anos 90. *Revista São Paulo em Perspectiva*, n 14(1), 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v14n1/9801.pdf>. Acesso: set. 2010.

MATOS, Heloiza. *Capital social e comunicação:* Interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009.

MATOS, Carolina. *Jornalismo e política democrática no Brasil.* São Paulo: Publifolha, 2008.

MATTELART, Armand. *A globalização da comunicação.* São Paulo: EDUSC, 2000.

MAZUI, Guilherme. *O jornal Gazeta do Sul e a construção da identidade de Santa Cruz do Sul como capital gaúcha do basquete.* Monografia (Curso de Comunicação Social – Graduação). Santa Cruz do Sul: Unisc, 2009.

MEC. *Ministério da Educação*. Disponível em: <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso em: 6 nov. 2010.

MEFALOPULOS, Paolo; BARROS, Beatriz. *Introducción a la Comunicación participativa para el desarrollo sostenible*. Santa Marta, Colombia: Impresos Caribe, 2002.

MELO, José Marques de. *Comunicação & Libertação*. Petrópolis: Vozes, 1981.

_____. *Comunicação:* Teoria e política. São Paulo: Summus, 1985.

_____. *História social da imprensa:* Fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

_____. Modernidade ou anacronismo? Dilema do ensino de Comunicação nos anos 90. In: KUNSCH, M. M. K. de (Org) *O ensino de Comunicação: Análises, tendências e perspectivas*. São Paulo: ABECOM – ECA/USP, 1992.

_____. *Teoria do jornalismo:* Identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MOUILLAUD, Maurice. O nome do jornal. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: UnB, 2002. p.85-98.

MENDONÇA, Ana Waleska P.C. A universidade no Brasil. *Revista Brasileira de Educação*, n. 14, Mai/Jun/Jul/Ago, 2000. Disponível em:< http://www.anped.org.br/rbe/rbedigital/RBDE14/RBDE14_09_ANA_WALESKA_P_C_MENDONCA.pdf>. Acesso em: ago. 2010.

MÍDIA DADOS BRASIL 2010. São Paulo: Grupo de Mídia, 2010. Disponível em :<http://midiadados.digitalpages.com.br/home.aspx>. Acesso em: 10 dez. 2010.

MONTEIRO, Fernanda de Souza; AFONSO, Maria da Conceição e Lima. Hipertexto: Conceito, histórico, estrutura e padrões. In: MIRANDA, Antonio; SIMEÃO, Elmira. (Org.). *Informação e tecnologia*: Conceitos e recortes. Brasília: Universidade de Brasília, 2005, v. 1.

MOREL, Marco; BARROS, Mariana Monteiro de. *Palavra, imagem e poder:* O surgimento da imprensa no Brasil do século XIX. Rio de Janeiro: D&PA. 2003.

MUELLER, Airton Adelar. *Criação de novos municípios, capital social e desenvolvimento.* 2007. 162 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado) – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2007.

MUELLER, Airton Adelar; RIEDL, M. RAMOS; M. P. Criação de novos Municípios, capital social e desenvolvimento. In: III SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO REGIONAL: TERRITÓRIO, CAPITAL SOCIAL E DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 2006, Santa Cruz do Sul. Disponível em: <http://www.capitalsocialsul.com.br/capitalsocialsul/desenvolvimentoregional/desenvolvimentoregional.html>. Acesso em: 10 set. 2010.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. *Jornalismo em revistas no Brasil*: Um estudo das construções discursivas em Veja e Manchete. São Paulo: Annablume, 2002.

NEUMANN, Romeu Inácio. Diretor-secretário do jornal *Gazeta do Sul*. Entrevista concedida por e-mail. Mensagem recebida por: <romeu@gazetadosul.com.br> em 23 out. 2010.

PONTE NETO, José da. *Poder público local e cidadania*: Atores políticos sociais na construção da democracia participativa no município de Fortaleza – Uma análise dos anos de 1990 a 2004. Editora: UNIFOR, 2008.

NUNES, Ana Karin. Solicitação de informações sobre pesquisa que será aplicada em 2011 na Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). [Mensagem institucional]. Mensagem recebida por <anunes@unisc.br> em 5 nov. 2010.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. Campinas: Pontes, 1996.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*: Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 2001

_____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. Um outro território. In: BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). *Globalização e regionalização das comunicações.* São Paulo: Educ, 1999.

PARMEGGIANI, Brenda. Repórter da RBS TV dos Vales, com sede em Santa Cruz do Sul. [Mensagem institucional]. Mensagem recebida por MSN: <nairo.orlandi@atlantida.com.br em>. em 13 abr. 2011.

PICCININ, Fabiana. et al. Jornalismo complexificado: as estratégias de relacionamento das empresas jornalísticas do Vale do Rio Pardo/RS. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, *Anais*... v. 1, 2009, Curitiba.

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

_____. *"Veja a Seguir":* A transição do telejornal entre a linha de montagem e a rede. Tese (Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – mestrado e doutorado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Porto Alegre, 2007.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. Mídia local: Uma mídia de proximidade. In: *Comunicação Veredas*. Ano 2, nº 2, p. 67-89, novembro de 2003a.

_____. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. In: ANUÁRIO UNESCO/UMESP DE COMUNICAÇÃO REGIONAL. São Bernardo do Campo: Umesp, 2003b. n.6, p.51-78.

PRÓ-RS IV. *Propostas estratégicas para o desenvolvimento regional do Estado do Rio Grande do Sul – 2011-2014*. Passo Fundo: Passográfica, 2010.

QUEIROZ, Rita de Cássia R. de. *A informação escrita:* do manuscrito ao texto. Artigo científico, 2005. Disponível em:<www.cinform.ufba.br/vi_anais/docs/RitaQueiroz.pdf>. Acesso em: 17 jan. 2011.

RÁDIO SANTA CRUZ. Apresenta informações gerais sobre a instituição. Disponível em:<http://www.radiosantacruz.com.br/historico_radio.php>. Acesso em: 17 jan. 2010.

RBS. Apresenta informações gerais sobre a instituição. Disponível em:<http://www.gruporbs.com.br/quem_somos/index.php?pagina=linhaTempo>. Acesso em: 1 fev. 2011.

REVERBEL, Carlos; BONES, Elmar; ROSSETTI, Luiz. *O editor sem rosto e outros aspectos da imprensa no Rio Grande do Sul.* Porto Alegre: L&PM, 1996.

RIBEIRO, Renato Janine. *A democracia.* São Paulo: Publifolha, 2002.

RIOSERVICE. Informações sobre desenvolvimento histórico de computadores. Disponível em: <http://www.rioservice.com/index.php/2009/11/linha-do-tempo-processador-386-e-486/>. Acesso em: 10 jun. 2010.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. *História do jornalismo no Brasil.* Florianópolis: Insular, 2007.

RÜDIGER, Francisco Ricardo de Macedo. *Tendências do jornalismo.* Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2003.

SANT'ANNA, Lourival. *O destino do jornal:* A Folha de São Paulo, O Globo e O Estado de São Paulo na sociedade da informação. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço*. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2006.

SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sergio. Caminhos cruzados, a televisão entre a web e as teles. In: LEMOS, André; PALACIOS, Marcos (Org.). *Janelas do ciberespaço:* Comunicação e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2001.

SCHIRMER, Lauro. *A HORA*: Uma revolução na imprensa. Porto Alegre: L&PM, 2000.

SCHMIDT, João Pedro; CAMPIS, Luis Augusto Costa a. As instituições comunitárias e o novo marco jurídico do público não-estatal. In: SCHMIDT, João Pedro (Org.) *Instituições Comunitárias: instituições públicas não-estatais*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, [CD-ROM], 2009.

SGUISSARDI, Valdemar. Reforma universitária no Brasil – 1995-2006: Precária trajetória e incerto futuro. *Educação & Sociedade*, Campinas, v. 27, n. 96, p. 1021-1056, out. 2006. Disponível em: http://www.cedes.unicamp.br. Acesso em: set. 2009.

SILVA, Inês Regina Kohls da. Solicitação de informação sobre números de alunos nas distintas habilitações do Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul. [Mensagem institucional]. Mensagem recebida por <inesk@unisc.br> em 13 out. 2010.

SILVA, Jandira M. M. da; CLEMENTE, Elvo; BARBOSA, Eni. *Breve histórico da imprensa sul-rio-grandense.* Porto Alegre: CORAG, 1986.

SILVA, Mozart Linhares da. *Educação, etnicidade e preconceito no Brasil.* Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007.

SINDICATO DOS JORNALISTAS DO RS. Desenvolvido pelo Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul Disponível em: <http://www.jornalistas-rs.org.br/>. Acesso em: 10 mar. 2011.

SIMÕES, André Geraldo de Moraes. População, federalismo e criação de municípios no Brasil: uma análise dos casos de Minas Gerais e Rio Grande do Sul. In: XIV ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS (ABEP), 2004, Caxambu. Disponível em: <http://www.abep.nepo.unicamp.br/site_eventos_abep/PDF/ABEP2004_40.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2010.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil.* Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

SOUSA, Jorge Pedro. *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media*. Porto, Portugal, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>. Acesso em: 14 set. 2009.

TAUK SANTOS, Maria Salett. Gestão da comunicação no desenvolvimento regional. *Comunicação & Educação*, São Paulo, n. 11, p. 29-34, jan./abr. 1998.

TREGLIA, Nelson. Editor-chefe do Riovale Jornal, solicitação de dados sobre o seu jornal. [Mensagem institucional]. Mensagem recebida por < riovale@compusat.com.br > em 28 fev. 2011.

THOMÉ, Vilmar; NUNES, Ana Karin. Universidade de Santa Cruz do Sul: uma instituição comunitária de caráter público não-estatal. In: SCHMIDT, João Pedro (Org.). *Instituições Comunitárias:* Instituições públicas não-estatais. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, [CD-ROM], 2009.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade:* Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2001.

TOMIO, Fabrício Ricardo de Limas. A criação de municípios após a Constituição de 1988. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 17, n. 48, p. 61-89, fev. 2002.

_____. *Federalismo, municípios e decisões legislativas:* A criação de municípios no Rio Grande do Sul. *Revista Sociologia Política*, Curitiba, n. 24, p. 123-148, jun. 2005.

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

TRIBUNA POPULAR. Sinimbu. n° 881. 26 nov. 2010.

UNISC. *Avaliação dos formandos da graduação 2009/2*. Santa Cruz do Sul: [s/editora], 2010.
_____. Desenvolvido pela Universidade de Santa Cruz do Sul. Apresenta informações gerais sobre a instituição. Disponível em: <www.unisc.br>. Acesso em: 25 set. 2010.

_____. *Projeto do curso de comunicação social*. Santa Cruz do Sul: [s/editora], 1993.

_____. *Relatório de pesquisa avaliação e perfil dos alunos diplomados quanto aos cursos da UNISC e situação quanto a empregabilidade*. Santa Cruz do Sul: Núcleo de pesquisa Social - NUPES, 2005.

VEIGA, José Eli da. O Brasil rural ainda não encontrou seu eixo de desenvolvimento. *Estudos avançados* n. 15/43, p. 101-119, 2001. Disponível em:<http://www.scielo.br/pdf/ea/v15n43/v15n43a10.pdf>. Acesso em: 4 out. 2009.

VIEIRA, Toni André Scharlau. Jornalismo no interior: potencialidades éticas e técnicas. In: HOHLFELDT, Antônio; BARBOSA, Marialva (Org.) *Jornalismo no século XXI:* A cidadania. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002. p. 121-222.

VIZENTINI, Paulo G. F. A Federação e os Republicanos riograndenses (1929-1932). In: TRINDADE, Hélio (Org.) *Revolução de 30:* Partidos e imprensa partidária no RS (1928-1937). Porto Alegre: L&PM Editores, 1980. p. 325-356.

VOGT, Olgário Paulo. Capital social e instituições comunitárias no Sul do Brasil. In: João SCHMIDT, Pedro (Org.) *Instituições comunitárias:* Instituições públicas não-estatais. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, [CD-ROM], 2009. p. 56-73.

WAINBERG, Jacques A. A morte de jornais centenários e o caso do Rio Grande do Sul. In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.) *O jornal: Da forma ao sentido*. Brasília: UnB, 2002. p. 387-410.

ENTREVISTAS (segundo a amostra da pesquisa)

DHIEL, Paulo José. Proprietário do jornal *Tribuna Popular*. Entrevista à Fernanda Finkler. Sinimbu: 24 jan. 2011.

FINKLER, Alexandre. Proprietário do jornal *Folha Vale do Sol*. Entrevista à Fernanda Finkler. Candelária: 20 e 27 jun. 2010.

FLESCH, Mirian Marciane. Auxiliar de redação do jornal *Folha Vale do Sol*. Entrevista à Fernanda Finkler. Vale do Sol: 21 jan. 2011.

MORAES, Anderson Luiz de; Proprietário do jornal *Tribuna Popular*. Entrevista à Fernanda Finkler. Passo do Sobrado: 25 e 26 jan. 2011.

PICK DE MORAES, Tânia. Secretária do jornal *Tribuna Popular* e esposa do proprietário. Entrevista à Fernanda Finkler. Passo do Sobrado: 25 e 26 jan. 2011.

VOGT, Débora Inês. Coordenadora de Redação do jornal *Tribuna Popular*. Entrevista à Fernanda Finkler. Sinimbu: 24 jan. 2011.

ANEXOS

ANEXO A - Roteiro de entrevista utilizado com os proprietários dos jornais

Estrutura de produção

1. Quantas pessoas trabalham na empresa?
2. Indique a função e em qual setor cada funcionário trabalha.
3. Quantos têm carteira assinada?
4. Há menores de 18 anos trabalhando no jornal? Em qual função?
5. Qual é a formação escolar/acadêmica de quem trabalha no jornal?
6. Quantos computadores têm na redação?
7. Qual o tipo de acesso a internet na redação e qual a velocidade de acesso?
8. O jornal tem gerador de energia elétrica para caso de emergência na falta de energia? Caso não tenha, o que é feito quando falta energia antes do fechamento da edição?
9. Quantas câmeras de fotografia o jornal possui?
10. O jornal tem veículo automotor próprio? Qual o tipo e quantos?
11. Em qual categoria de empresa a mantenedora do jornal Gazeta Popular se enquadra?
12. Qual foi o faturamento do jornal nos três primeiros anos de funcionamento?
13. E atualmente qual a faixa de faturamento?
14. Qual o número de assinantes?
15. Cite o nome da localidade e o número de assinantes que há em cada uma delas. (por município).

História - passado

16. Como surgiu a idéia de ter um jornal? Qual é a história do jornal?
17. Por que o nome Gazeta Popular? (Houve alguma mudança no nome desde a criação do jornal?)
18. Como foi a implantação do jornal? Quais foram às dificuldades enfrentadas para implantar o jornal?
19. Como foi a receptividade da população na época?
20. O surgimento do jornal tem ligação com a emancipação do município? Por quê?
21. Por que ter um jornal neste município?
22. Qual era a linha editorial do jornal?
23. Qual era a tiragem do jornal no ano de fundação? Qual a atual tiragem?
24. Quantas pessoas trabalhavam nele no ano de fundação?
25. Qual era a formação dessas pessoas?

26. Tinham carteira assinada?
27. Quais equipamentos o jornal tinha quando fundado? Como era fazer o jornal naquela época? (como foi o processo para adquirir equipamentos para o jornal – computador, câmera digital...impressão de fotografias)
28. O jornal tinha sede própria quando fundado?
29. No ano de fundação a distribuição era gratuita ou por assinatura?
30. Se por assinatura, quantos assinantes o jornal tinha no primeiro ano ou no primeiro ano em que começou a trabalhar com venda de assinatura? Diga em qual ano se começou a trabalhar com a venda de assinaturas caso não seja no ano de fundação do jornal.
31. Onde o jornal era impresso?
32. Como o jornal se classifica: local ou microrregional? Ou há outra classificação (denominação)?
33. Por que se classifica dessa forma? Como você o vê, concorda com a classificação? Ele atende a microrregião toda da mesma forma que atende ao município?

Circulação/valores

34. Quais municípios o jornal atingia no ano de fundação? Qual a circulação atual? Só houve crescimento (ou queda)?
35. De que forma as crises globais, nacionais ou regionais (tabaco) têm impacto no jornal?
36. E as crises municipais econômicas ou políticas têm impacto no jornal?
37. No início o jornal era distribuído na área urbana e rural de Passo do Sobrado?
38. Quando o jornal passou a circular em outros municípios?
39. Atinge a área rural e urbana nesses outros municípios também?
40. Como o jornal se classifica: local ou microrregional? Ou há outra classificação (denominação)?
41. Por que se classifica dessa forma?
42. Ele atende a microrregião toda da mesma forma que atende ao município?
43. Em quantas e quais localidades o jornal circula em cada município?
44. O jornal deu lucro desde o princípio?
45. O jornal dá lucro atualmente? Qual o lucro?
46. Quanto custava a assinatura? E agora? As pessoas reclamam do preço? Já há uma cultura de pagar pelo jornal? Há locais públicos (lanchonetes, padaria, salão beleza, lojas etc) que têm o jornal e ele é lido lá pela clientela?

47. Quanto custava o centímetro coluna? E agora? Os custos de produção também aumentaram?
48. Como era feita a distribuição do jornal?
49. E como é agora? Há muitas falhas? O jornal consegue chegar aproximadamente no mesmo horário no dia da circulação em todos municípios, como é isso? Quais as dificuldades?
50. Há localidades que querem o jornal e não conseguem porque não é viável para vocês?
51. Qual o perfil do assinante? São as pessoas que têm mais recursos do município?
52. Qual faixa etária que mais lê? Os jovens lêem? Os órgãos públicos e o comércio assinam?
53. Vocês recebem retorno do leitor? Reclamações, sugestões, críticas, etc?

História – atual /valores – atual

54. O que você gosta no seu trabalho?
55. O que você não gosta?
56. Na sua opinião, quais são as principais dificuldades em trabalhar na redação de um jornal local?
57. Quais são as vantagens em trabalhar na redação de um jornal local?
58. Qual é a linha editorial do jornal?
59. Quais assuntos são mais notícia no jornal? Quais quase não são ou nunca são?
60. Você acha que a linha editorial dá conta das necessidades do município e microrregião? Ou há questões que não são atendidas por falta de estrutura ou entendimento ou acesso à informações?
61. O jornal consegue cobrir todos municípios igualmente?
62. Consegue ouvir fontes discordantes, situação e oposição, por exemplo? Fumicultores e empresas de fumo e sindicato?
63. Desde que o jornal foi criado houve a profissionalização das pessoas que trabalham na redação do jornal? Se não, por quê?
64. De que maneira isso se deu, na sua opinião?
65. Se houve maior profissionalização, esta foi influenciada pelo fato de haver uma universidade na região do Vale do Rio Pardo?
66. Atualmente o jornal tem sede própria?

Anunciantes/economia/geral

67. O que gera mais renda para a empresa jornalística: a venda de assinaturas ou a venda de publicidade? Qual o percentual de cada uma? E a publicidade legal, é o que sustenta?
68. Quem ou quais são os principais anunciantes do jornal?
69. A empresa faz outros produtos além do jornal?
70. Em relação à questão econômica como você descreveria a trajetória do jornal?
71. Quais são as principais dificuldades de ter um jornal local?
72. Quais são as vantagens de ter um jornal local?
73. Desde a fundação até hoje quais foram às mudanças que ocorreram em relação à linha editorial, layout, editorias, espaços de opinião, impressão?
74. As pessoas se manifestam sobre o que é publicado no jornal? De que forma? Com qual freqüência?
75. O que as pessoas comentam sobre o jornal?
76. Qual a relação do jornal com o leitor?
77. Qual a relação do jornal com as Igrejas que tem no município(s)?
78. Qual a relação do jornal com as escolas?
79. Qual a relação do jornal com as associações que existem no município(s)?
80. Qual a relação do jornal com o Executivo e Legislativo municipal(s)?
81. Qual a relação do jornal com a oposição?
82. O jornal (ou seu dono) teve ou tem partido?

Jornalismo

83. Qual a função do jornal, na sua opinião?
84. O que é jornalismo para você?
85. O que é ser jornalista?
86. Qual a responsabilidade social do jornal? (a que um jornal se propõe, quais responsabilidades tem perante a sociedade e para com a sociedade?)

ANEXO B - Roteiro de entrevista utilizado com as pessoas que exerciam a função de editor-chefe do jornal

1. Qual a sua formação?
2. Há quanto tempo trabalha no jornal?
3. Por que você trabalha neste jornal?
4. Qual o seu cargo?
5. Quais são as suas tarefas no jornal?
6. Desde que começou a trabalhar no jornal desempenha essas atividades?
7. Como você vê a sua função no jornal?
8. O que você gosta no seu trabalho?
9. O que você não gosta?
10. Como o jornal se classifica: local ou microrregional? Ou há outra classificação (denominação)?
11. Por que se classifica dessa forma? Como você o vê, concorda com a classificação?
12. O jornal atende o outro município da mesma forma que atende ao município onde está a sede?
13. Qual é a linha editorial do jornal?
14. Quais assuntos são mais notícia no jornal? Quais quase não são ou nunca são?
15. Você acha que a linha editorial dá conta das necessidades dos municípios que o jornal atende? Ou há questões que não são atendidas por falta de estrutura ou entendimento ou acesso à informações?
16. O jornal consegue dar conta dos assuntos urbanos e rurais?
17. O jornal consegue dar espaço para as diferentes instituições (escolas, igrejas, associações, sindicatos, partidos)
18. Consegue ouvir fontes discordantes, situação e oposição, por exemplo? Fumicultores e empresas de fumo e sindicato?
19. Na sua opinião, quais são as principais dificuldades em trabalhar na redação de um jornal local?
20. Quais são as vantagens em trabalhar na redação de um jornal local?
21. Qual seu salário? É adequado às funções que desempenha?
22. Para você, qual a função do jornal?
23. Qual a responsabilidade social do jornal?

24. O que é jornalismo?
25. Desde que trabalha no jornal até hoje quais foram às mudanças que ocorreram em relação à linha editorial, layout, editorias, espaços de opinião, impressão, circulação?
26. As pessoas se manifestam sobre o que é publicado no jornal? De que forma? Com qual freqüência?
27. O que as pessoas comentam sobre o jornal?
28. Qual a relação do jornal com o leitor?
29. Qual a relação do jornal com o Executivo e Legislativo municipal(s)?
30. Qual a relação do jornal com as Igrejas que tem no município(s)?
31. Qual a relação do jornal com as escolas?
32. Qual a relação do jornal com as associações que existem no município(s)?