

Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais comunitários

Beatriz Dorneles*

RESUMO

Este trabalho objetiva complementar artigo de autoria de Cicilia Krohling Peruzzo, intitulado "Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária", publicado no Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional, Ano 6, Nº 6, jan-dez 2002. Pretendemos dirigir o enfoque para características relativas especificamente ao jornalismo impresso, de maneira a contribuir com a sustentação teórica de pesquisas que vêm sendo realizadas em torno de jornais com ênfase no local, regional ou dirigidos a comunidades específicas. Observou-se que algumas características apresentadas para a mídia como um todo não são apropriadas para o estudo da imprensa local, bem como existem outras, próprias a este segmento, juntamente com especificidades relativas aos conteúdos e práticas, não abordadas por Peruzzo por não ser o objetivo de seu trabalho ao tratar da mídia local e comunitária como um todo. Todavia, trata-se de uma das poucas referências bibliográficas para o estudo da prática do jornalismo impresso local e comunitário.

Palavras-chave: jornalismo impresso, jornal local, jornal comunitário

ABSTRACT

163

This work intends to complement Cicilia Krohling Peruzzo's "Local Media and its Interfaces with the community media" text, published at the Unesco/Umesp Regional Communication Yearly Publication, 6 year, Nº 6th, 2002 jan-dec. We intend to focus specifically on the relative characteristics of press journalism to contribute with a theoretical research support made with emphasis in local, regional or specific newspapers of community. Some characteristics which have been introduced to the whole media are not appropriated for the study of local media. There are others that belong to this segment, in addition to specificities related to the contents and practices. This issues are not used in Peruzzo's works, since it is not his aim to study the whole local and community media. Nevertheless, that text is one of the few bibliographic references recommended for the study of the local and community press journalism.

Key words: press journalism, local newspaper, community newspaper

* Artigo realizado a partir da pesquisa intitulada *Retrato de Porto Alegre, através da imprensa de bairro*, financiada pelo CNPq, tendo como bolsista a estudante Alessandra Scangarelli Brites, que contribuiu para o levantamento de dados deste trabalho.

Introdução

Este texto objetiva refletir sobre o jornalismo local a partir do que foi estabelecido teoricamente para mídia local, buscando entender suas manifestações na sociedade contemporânea. Assim como constatou Peruzzo em relação à mídia (In: Anuário UNESCO/UMESP de Comunicação Regional, 2002), para falar de jornalismo local, no século XXI, é necessário falar de algumas características dos jornais comunitários, que inspiraram a prática jornalística por parte dos responsáveis por estas publicações, mais comprometidas socialmente.

Cicilia levantou como principal hipótese para explicar o crescimento da mídia local nos anos 90, do século passado, modificações no cenário dos meios de comunicação, motivados pela valorização do local, tanto enquanto ambiente de ação político-comunicativa cotidiana, como pela oportunidade mercadológica que ele representa. Acrescentamos a estes dois motivos, no caso da imprensa local, o contexto político, econômico e social que se apresentou aos profissionais da comunicação naquele período, e o comprometimento individual de jornalistas com lutas sociais.

Em meados dos anos 80, a democracia foi restabelecida no país. Com isso, um forte segmento da imprensa - os jornais alternativos¹ -, em decorrência da nova realidade política, perdeu a razão de existir (combate ao governo) e encerrou suas atividades. Paralelamente, importantes jornais da imprensa diária, de grandes cidades brasileiras, em decorrência da crise econômica nacional e internacional, fecharam nos anos 80. No Rio Grande do Sul, esta realidade parece ter sido mais brusca. Por exemplo, fecharam os jornais Folha da Tarde, Correio do Povo² e Diário de Notícias, todos de Porto Alegre. Ao mesmo tempo, as redações que se mantiveram vivas foram informatizadas, resultando na demissão de dezenas de revisores, redatores, pauteiros e copydesks. Também foi a década que, em decorrência do empobrecimento do Rio Grande do Sul (e de outros Estados), introduziu e deu fim às sucursais de grandes jornais e revistas do país, colocando no mercado um grande número de jornalistas desempregados. Calcula-se que nessa década mais de 300 jornalistas tenham perdido o emprego em Porto Alegre. Só na Empresa Jornalística Caldas Júnior foram mais de 200³.

164

¹ Em linhas gerais, entende-se por jornal alternativo um jornal que se contrapõe às características da imprensa tradicional (CAPARELLI, 1986). Essa categorização surgiu com a criação de jornais durante a Ditadura Militar, de 1964 a 1985, conhecidos pela resistência à Ditadura Militar.

² A Empresa Jornalística Caldas Júnior fechou suas portas em 1984. Sua falência começou em 1980, quando fechou a Folha da Manhã, com 25 mil assinantes; em 1982 fechou a Folha da Tarde, que imprimia 50 mil exemplares/diários, e, em 1984, fecha o Correio do Povo, com 95 mil assinantes. O empresário Renato Ribeiro comprou o que restou da empresa e em 1986 reabriu o Correio do Povo, em formato tablóide e nova estratégia de marketing, o que trouxe frutos numéricos para empresa, que passou a ter 200 mil assinantes em 1995. Outro jornal que fechou nessa década foi o Diário do Sul, da Gazeta Mercantil, que funcionou por dois anos: 1987 e 1988.

³ Dados levantados em entrevista com jornalistas que trabalhavam na Caldas Júnior na época, pois o número exato não consta em nenhum documento oficial, inclusive, no Sindicato dos Jornalistas do Estado do Rio Grande do Sul.

Os cursos de Jornalismo proliferaram-se no decorrer dos anos seguintes. Segundo dados do Ministério da Educação⁴, em junho de 2003 havia 443 cursos de Comunicação Social no país. A FENAJ estima que existam no Brasil cerca de 80 mil jornalistas, e em torno de 14 mil estudantes que concluem anualmente o curso de Jornalismo.

Desta forma, há um exército de desempregados que propicia o abuso das empresas nas mais diversas formas, assim como o crescente assédio moral nas redações, condições de trabalho precárias, medo do desemprego, concorrência desesperadora, relação de subemprego, ausência de contratação ou formas de contratação irregulares etc (SATO, 2006).

Em agosto de 2005, o número de pessoas que conseguiram o registro profissional “precário” (liminar), somente no Estado de São Paulo, atingia 5.740 jornalistas. A situação se agrava com a adoção da política administrativa, chamada de reengenharia, pelas empresas jornalísticas. O ritmo de trabalho dos jornalistas nas redações aumentou significativamente. Nessa situação, cada profissional produz por, pelo menos, dois ou três colegas, tornando comum os afastamentos motivados por esgotamento físico, por doenças do trabalho e também o crescimento de transtornos psicológicos, conforme atestam dados da Fenaj.

165

Como consequência dessa política do “pague um e leve três” pelas empresas, invariavelmente o profissional é obrigado a exercer várias funções ao mesmo tempo – acúmulo de função. Além disso, observa-se a extinção de postos de trabalho e a criação de empregos formais em número menor do que o ideal (SATO, 2006).

Também faz parte do contexto sócio, político e econômico da época maior abertura para participação do povo pelos administradores públicos. Com a redemocratização do país, tornou-se visível o abandono em que se encontravam as classes mais pobres e o preconceito sofrido por grupos minoritários (às vezes, não tão minoritários, como é o caso dos negros, mas excluídos pela tradição histórica comportamental da elite brasileira). Cansados de esperar por soluções, dentre outros motivos, segmentos da sociedade resolvem participar da administração dos problemas crônicos sociais, e criam

⁴ Apud SATO, Nelson. Número de Jornalistas no Brasil – 1986 a 2002. Disponível em: <www.fenaj.org.br/mobisa/numero_jornalistas.doc>. Acesso em: 11/01/2006, às 16 horas.

milhares de Organizações Não-Governamentais e de associações de moradores de bairros, fazendo surgir, com força, o terceiro setor da economia.

Dados da economia

O governo do general João Batista Figueiredo, no início dos anos 80, apresenta-se totalmente desgastado, sem poder e sem autoridade para combater o processo inflacionário. Por ser impotente para reverter o processo, a política econômica do governo objetiva apenas administrar a crise em agravamento, até o final do mandato, com o único propósito de evitar a hiperinflação e um colapso total da economia, observou o economista BRUM (1996) ao comentar as características da época.

No período do governo Sarney (1985 a 1989) observou-se uma queda acentuada das taxas de inflação nos dez últimos meses de 1986, em decorrência do Plano Cruzado. No período de julho a outubro de 1987 ocorre nova redução das taxas inflacionárias, como resultado do Plano Bresser. Novo recuo acontece nos meses de fevereiro a maio de 1989, em decorrência do Plano Verão. À medida que os programas antiinflacionários esgotam suas possibilidades, exigindo nova intervenção quando os índices atingem o limite do descontrole, acontece a retomada do ímpeto inflacionário. A escalada dos índices inflacionários no segundo semestre de 1989 preocupou o país.

166

A catástrofe inflacionária foi contornada, ou adiada, segundo BRUM (1996), graças ao uso de dois mecanismos de política financeira: a indexação da economia através da correção monetária e a política de juros altos, adotada para financiar os títulos públicos, única margem de manobra do governo Sarney, em final de mandato, para conduzir o país até a posse do presidente eleito em 15 de março de 1990.

A incapacidade do governo Sarney em implementar uma política econômica para o país e o agravamento do grau de deterioração da economia brasileira na segunda metade dos anos 80 têm muito a ver com os limites de caráter político desse governo de transição.

O governo Sarney, desde o início, carece de representatividade e de legitimidade. Quem obteve elevado grau de representatividade e de legitimação, através da mobilização popular, mesmo via "Colégio Eleitoral", foi Tancredo Neves; nunca Sarney. A tragédia da morte do titular coloca o vice no cargo de presidente da República. Apenas tolerado; não desejado (BRUM, 1996).

Conforme avaliação dos economistas da época, o Brasil viveu no final da década de 80/início dos anos 90, uma crise econômica sem precedentes.

Suas raízes estão profundamente mergulhadas no processo histórico de nossa formação e seus contornos mais salientes se vinculam às definições feitas e implementadas no século XX, principalmente após as duas guerras mundiais. Além da econômica, a crise era também social, política e moral.

Dentre muitos, destacamos alguns sintomas da crise: crescimento de apenas 3% na renda média “per capita” nos anos 80, contra um crescimento de 76% na década de 70; inflação desenfreada; transferência e concentração de renda em benefício dos banqueiros, das grandes empresas e dos especuladores em geral; baixo índice de investimentos nas atividades produtivas, insuficiente para expandir a produção, aumentar o número de empregos e proporcionar melhorias salariais; a maioria da população economicamente ativa não estava qualificada para o trabalho, comprometendo o seu desempenho como profissionais e como cidadãos; havia elevado índice de desemprego, em grande parte disfarçado no subemprego e na economia informal; registrava-se um numeroso contingente de miseráveis – despossuídos e absolutamente marginalizados da vida brasileira; pauperização dos trabalhadores e proletarização de amplos segmentos das camadas médias – com salários aviltados e pesadamente corroídos pela inflação; acentuado processo histórico de concentração de renda, da riqueza, da terra e do poder.

Para combater o quadro econômico descrito é eleito, em 1989, o presidente Fernando Collor de Melo, com a idéia de modernizar o país, no sentido de inseri-lo no mundo do capital transnacionalizado, tendo recebido o apoio da mídia nacional. Seria a concretização do neoliberalismo e das diretrizes impostas por órgãos como FMI e BIRD.

Para conter a inflação, em março de 1990, foi lançado o Plano Collor, recriando o cruzeiro e aplicando uma reforma monetária, com o confisco dos cruzados novos nas aplicações, mudando as regras do funcionamento do mercado financeiro, com a extinção do open market⁵. Fazia parte do Plano um ajuste fiscal, que envolvia a demissão de funcionários, venda de carros oficiais, de casas e apartamentos pertencentes ao governo, e o congelamento de preços e salários com a pré-fixação dos mesmos.

BIZ (2005) lembra que as medidas adotadas não conseguem reverter o movimento ascendente da inflação e, em janeiro de 1991, é lançado o Plano Collor II, com medidas ortodoxas, entre as quais, a liberação dos preços e a alta dos juros. O governo inicia as privatizações. Inúmeras empresas quebram e aumenta o número de falências e concordatas. Mesmo assim, em setembro de 1992 a inflação chegava a 27,3% ao ano. Acusado de corrupção, Collor sofre um processo de impeachment e renuncia antes do início do julgamento, em dezembro de 1992.

⁵ Técnica de intervenção do Banco Central no mercado monetário através da compra e venda de títulos.

“Na metade da década de 90, outro plano tenta salvar a economia. Trata-se do Plano Real, tendo à frente o sociólogo Fernando Henrique Cardoso, ministro da Fazenda e, em seguida, presidente eleito do Brasil”, lembra BIZ (2005). Sustentavam o Plano Real algumas medidas, como a taxa cambial, que sobrevalorizou o real, facilitando a importação. Aumenta o consumo e a inflação recua. Por outro lado, ocorre um déficit na balança comercial de vários bilhões de dólares, por anos sucessivos, com a conseqüente demissão de trabalhadores e aumento do pedido de concordatas e falências de muitas empresas. Outra medida atinge a agricultura, com o congelamento dos preços mínimos, que caem 25%. Cresce o Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) e dos pequenos agricultores.

Outro sustentáculo é a elevação da taxa de juros, que inibe o consumo e ajuda no controle da inflação. Os empresários investem menos e aumenta o desemprego. O presidente intensifica a política de privatizações. Neste momento, vários países passam por crises profundas, mesmo adotando normas impostas pelo FMI, como foi o caso do México. O Brasil, então, adota novas medidas, como a desvalorização da nossa moeda frente ao dólar. Para assegurar o real, o Governo joga dólares no mercado e eleva violentamente a taxa de juros. O mercado não se acalmou e em novembro de 1998 um novo pacote econômico é lançado no mercado com o intuito de recolher 20 bilhões de dólares.

168

Nada, no entanto, seguiu a manutenção da política cambial, que precisou ser alterada nas primeiras semanas de 1999. A ordem foi manter o câmbio flutuante. Para Biz (2005), o Plano Real, ao final, consegue conter a inflação, mas tendo como conseqüência um péssimo desempenho dos indicadores sociais. A pobreza voltou a crescer no segundo mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso e a péssima distribuição de renda no país é criticada até pela ONU.

Foi neste contexto que se desenvolve e se fortalece no Brasil uma imprensa preocupada com o local, no que pese o fortalecimento da globalização, visível, especialmente, nos meios de comunicação. Trata-se de estudo com base na produção editorial dos jornais em circulação e em estudos de casos disponíveis em bibliotecas e revistas especializadas, onde pudemos observar as tendências e realizar análises de conteúdo, a partir dos jornais do Rio Grande do Sul.

Peruzzo⁶ observou que as mídias comunitárias e local se configuram em duas vertentes, cada uma com suas especificidades, mas que, em alguns casos, se encontram no que diz respeito a conteúdos transmitidos. Porém, segundo identificou, a tendência maior é que a mídia local se ocupe de assuntos mais gerais (das vias públicas, tragédias, violência urbana, tráfico de drogas,

⁶ PERUZZO, Cícília. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: *Anuário Unesco/UMESP de Comunicação Regional*, Ano 6, n. 6, jan-dez, São Bernardo do Campo: UMESP/SP, 2002.

política local, serviços públicos, problemas da cidade, culinária regional etc.), enquanto os meios comunitários trabalham principalmente com pautas de interesse mais específico de segmentos sociais (assuntos dos bairros, do trabalho, dos movimentos sociais, questões de violência, esclarecimentos quanto aos perigos relacionados às drogas e outras problemáticas de segmentos sociais excluídos). O primeiro tipo de mídia, segundo Peruzzo⁷, visa mais a transmissão da informação e o segundo a mobilização social e a educação informal.

Nossos estudos em torno dos jornais locais⁸ revelam que os diários, trissemanários e bissemanários, em cidades com mais de 50 mil habitantes (ressalvando-se algumas exceções), tratam de assuntos mais gerais, como os citados por Peruzzo⁹. Os jornais locais com outras periodicidades (especialmente semanais, quinzenais e mensais), de cidades com população abaixo de 50 mil habitantes, ou os jornais de bairro de grandes cidades, normalmente com distribuição gratuita (exceto os jornais de bairro de São Paulo e Rio de Janeiro e de uma ou outra localidade do país), a maioria com tiragens inferior a 15 mil exemplares, priorizam a divulgação de fatos locais, de interesse da comunidade por onde circulam, tendo como fonte os moradores da região, e com poucas declarações de autoridades governamentais.

A atuação das associações e organizações não-governamentais tem destaque privilegiado nestes jornais, bem como o cotidiano das escolas do bairro ou de uma pequena cidade, dos clubes do bairro ou de uma pequena cidade, do policiamento do bairro ou de uma pequena cidade, do movimento do comércio do bairro ou de uma pequena cidade, dos movimentos culturais do bairro ou de uma pequena cidade e da atuação de cidadãos do bairro ou de uma pequena cidade, que se destacam por ações sociais, comunitárias, educativas, artísticas, culturais, e não pela escala social que representam.

A quase totalidade das notícias publicadas pelos jornais locais não é contemplada pela grande mídia (jornais de grandes empresas de comunicação,

⁷ *Ibidem*.

⁸ É possível identificarmos várias espécies de jornais locais brasileiros, entre centenas deles. Aqui, no entanto, trabalharemos com um conceito que pode abrigar basicamente dois tipos de jornalismo local, observados nos jornais gaúchos. Primeiro, aquele que pertence a uma empresa jornalística, que visa lucro, portanto, tem interesses mercadológicos, comercializa espaço publicitário, dá cobertura aos acontecimentos locais, com a abordagem de assuntos diretamente sintonizados com a realidade local, que em geral não têm espaço na grande mídia, podem ser identificados como um reprodutor da lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no que se refere ao sistema de gestão e aos interesses em jogo, explora o local enquanto nicho de mercado, ou seja, os temas e as problemáticas específicas da localidade interessam enquanto estratégias para se conseguir aumentar a credibilidade e a audiência, e conseqüentemente obter retorno financeiro, priorizam a prestação de serviço público;

Em segundo lugar, temos os jornais locais, com as características citadas acima, mas com interesses em contribuir para a ampliação da cidadania e em favorecer a participação popular; ocupando-se com questões relativas às desigualdades e movimentos sociais; às vezes desempenham papéis que extrapolam as funções de tradicionais de um jornal, colocando-se como agente de cobrança e no papel de protagonista na solução de um problema social.

Observamos, portanto, que tratar de temas comunitários ou desenvolver conteúdos favoráveis ao processo de emancipação cidadã não é privilégio dos meios comunitários. Além dos veículos locais e regionais, até os grandes se dedicam a realizar esse tipo de jornalismo ocasionalmente.

⁹ PERUZZO, Cícilia. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: *Anuário UNESCO/UMESP de Comunicação Regional*, Ano 6, n. 6, jan-dez, São Bernardo do Campo: UMESP/SP, 2002.

emissoras de rádios e televisão, como o jornal Zero Hora, da RBS, de Porto Alegre/RS). Além disso, os produtores destes jornais¹⁰ objetivam contribuir para educação informal dos leitores, dar espaço para prática da cidadania, mobilizar os moradores em torno de causas sociais, como a proteção do meio ambiente e a dignificação do atendimento de pacientes pelo SUS, além de praticarem a profissão de jornalista com independência.

Muitos jornais também atuam de maneira a forçar o executivo a dar soluções para problemas das comunidades, que nunca estão na pauta da grande imprensa, através da exposição pública constante do problema. Isto equivale a dizer que os jornais locais não trabalham apenas com o objetivo de “informar”, como a grande maioria da imprensa diária se caracteriza. Esta postura dos jornais é explícita e defendida pelos mesmos como politicamente correta, não havendo a preocupação de serem taxados de “jornalistas parciais, subjetivos, engajados”. É isso mesmo que um grupo deles é, pois opta pela defesa dos problemas e carências de determinados segmentos sociais ou de toda uma comunidade.

Os jornais locais que circulam em cidades do interior com mais de 50 mil habitantes, geralmente com periodicidade diária, bem como alguns jornais diários de capitais brasileiras, salvo raras exceções, não passam de uma cópia dos grandes jornais, muitas vezes sem que possamos distinguir o que diferencia um do outro, além do nome do jornal e do projeto gráfico. Estes jornais têm um público alvo nem sempre bem definido e tendem a estacionarem seu crescimento na cidade-sede. Se há expansão, ela ocorre para cidades vizinhas. É o caso, por exemplo, de O Pioneiro, de Caxias do Sul, da RBS, ou do Jornal do Comércio, de Porto Alegre.

Há, no entanto, exceções. Destacamos o trabalho realizado pelo Diário Gaúcho, em Porto Alegre, da Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS), erradamente confundido, por alguns, como jornal sensacionalista¹¹ ou popular¹². Este jornal não se enquadra nesses gêneros. Na verdade, trata-se de um tipo de imprensa ainda não categorizada. Erradamente, seu editor, o jornalista Alexandre Bach, em declaração feita à Elisa Koppin Ferraretto, enquanto mestranda da UFRGS¹³, define o Diário Gaúcho como “jornal

¹⁰ Nas capitais, a maioria dos jornais de bairro é administrada pelos jornalistas. No interior, já não ocorre o mesmo, principalmente em se tratando de jornais de pequenos municípios. Nestes dificilmente encontram-se jornalistas formados, pois os mesmos deixam as pequenas cidades para irem em busca de formação universitária e não retornam aos seus municípios de origem.

¹¹ Entende-se por jornal sensacionalista aquele que dirige seu noticiário para cobertura da criminalidade, do sexo e/ou do esporte, sem preocupações éticas, utilizando-se de um vocabulário grotesco e apresentando sensacionalmente o conteúdo da notícia. Sua disposição gráfica é marcada por enormes títulos e grandes fotografias.

¹² Jornal popular é aquele que privilegia os pontos de vista e opiniões políticas que favorecem as classes trabalhadoras em suas lutas específicas. Pode ser produzido por jornalistas e destinado às classes trabalhadoras, ou pode ser produzido pelos próprios trabalhadores e dirigido a eles, ou ainda pode ser produzido por jornalistas e dirigido a outro público (GOMES, 1990).

¹³ A citação consta na dissertação de mestrado de FERRARETTO, Elisa Kopplin. “Do universo técnico-científico ao mundo do senso comum: estratégias comunicativas e representações na cobertura sobre saúde do Diário Gaúcho”, defendida em 5 de janeiro de 2006, na Fabico/UFRGS, tendo como orientador o professor Dr. Valdir José Morigli.

comunitário”¹⁴. Provavelmente, por desconhecer a bibliografia em torno da prática da Comunicação Comunitária, Bach categorizou o DG como comunitário justamente porque ele apresenta características bem diferenciadas das que estamos acostumados a identificar na imprensa local diária.

Vejam algumas (FERRARETO, 2006)¹⁵:

- a) 97% dos leitores pertencem às classes B·C e D;
- b) 48% dos leitores têm renda familiar de até 5 salários mínimos e 19% de 5 a 10 salários mínimos;
- c) 62% têm apenas o ensino fundamental;
- d) Os leitores se distribuem igualmente entre homens e mulheres, de 10 a 50 anos ou mais;
- e) A venda avulsa é comercializada a R\$ 60,00;
- f) O jornal distribui brindes a leitores;
- g) O conteúdo do periódico caracteriza-se por notícias locais, policiais, esportivas e de entretenimento, com ênfase na prestação de serviços.
- h) A linguagem é coloquial, com vocabulário popular, com a presença de recursos lingüísticos, como humor, drama, emoção, figuras de linguagem, analogias, provérbios populares.

Outra característica diferenciada do jornal é a criação do Conselho do Leitor, integrado por onze cidadãos representativos de diferentes segmentos normalmente foco do noticiário do jornal: saúde, educação, habitação, igrejas, aposentados/idosos, consumidores, associações de moradores, cultura, trânsito, jovens e segurança pública. Os membros do Conselho são responsáveis por analisar e discutir o conteúdo do jornal, fazer sugestões, criticar e propor mudanças. Esta situação, no entanto, não caracteriza o jornal como comunitário, especialmente porque não objetiva a mobilização social, o engajamento em lutas da comunidade, mudanças no status quo, espaços para reflexão, além de outras características comunitárias¹⁶.

Podemos identificar que na prática, como percebeu Peruzzo (2002) na mídia, algumas das configurações dos jornais comunitários se misturam com as de outros tipos de jornais, especialmente os de bairro, que por sua vez podem apresentar pontos em comum com os de caráter comunitário, o que acaba por gerar dificuldades de compreensão e de diferenciação entre os processos de produção do jornal comunitário, do jornal de bairro e muitas vezes do jornal local. No Rio Grande do Sul a imprensa de bairro surge

¹⁴ Jornal comunitário é aquele que se estrutura e funciona como meio de comunicação autêntico de uma comunidade. Isto significa dizer produzido pela e para comunidade (MARQUES DE MELO, 1979 apud GOMES, 1990), sem fins lucrativos.

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ Outras informações sobre o tema podem ser identificadas em Peruzzo (1996, 1998^a, 1998b, 2002) ou Gomes (1990).

justamente na “década perdida”, como os economistas costumam chamar os anos 80. Nesse período, havia centenas de jornalistas desempregados em Porto Alegre, que assistiam ao fechamento e falência de diversos periódicos.

Frisamos, neste momento, que é possível identificarmos vários tipos de jornais locais brasileiros, entre centenas deles. Aqui, no entanto, trabalharemos com um conceito que pode abrigar basicamente dois tipos de jornalismo local, identificados, especialmente, no Rio Grande do Sul, mas que, certamente, conforme revela bibliografia da área, pode abrigar jornais de todo o país. Primeiro, aquele que pertence a uma empresa jornalística, que visa lucro, portanto, tem interesses mercadológicos, comercializa espaço publicitário, dá cobertura aos acontecimentos locais, com a abordagem de assuntos diretamente sintonizados com a realidade local, que em geral não têm espaço na grande mídia, pode ser identificado como um reproduzidor da lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no que se refere ao sistema de gestão e aos interesses em jogo, explora o local enquanto nicho de mercado, ou seja, os temas e as problemáticas específicas da localidade que interessam enquanto estratégias para se conseguir aumentar a credibilidade e a audiência, e conseqüentemente obter retorno financeiro, e prioriza a prestação de serviço público, utilizando-se de linguagem bem popular.

172

Em segundo lugar, temos os jornais locais, com algumas características citadas acima, mas com interesses diferenciados, como contribuir para a ampliação da cidadania e favorecer a participação popular; ocupando-se com questões relativas às desigualdades e aos movimentos sociais; às vezes desempenham papéis que extrapolam as funções tradicionais de um jornal, colocando-se como agente de cobrança e no papel de protagonista na solução de um problema social.

O primeiro tipo é mais apropriado para enquadrarmos os jornais locais do interior; o segundo, para os jornais de bairro de propriedade de jornalistas ou de associações de moradores. Destacamos que, nacionalmente, existe um grupo de jornais do interior, incluindo o Rio Grande do Sul, que está comprometido politicamente com o staff governamental ou legislativo e/ou com as forças do poder econômico da região, o que é visível na leitura dos conteúdos dos jornais. Matérias jornalísticas favoráveis a algumas correntes políticas, principalmente daquelas que estejam no exercício do poder, são correntes em jornais de cidades do interior, além de matérias pagas, na forma de editais do setor público, que tendem a ocupar grande parte das páginas dos jornais do interior. O inverso também é comum neste grupo. Ou seja, a omissão do jornal em relação a desmandos do Executivo, de práticas injustas, de negligência na administração pública.

Em nosso estudo, não encontramos em muitos jornais de bairro e do interior nenhum tipo de crítica, denúncia ou cobrança do Poder Executivo, comportamento que revela a falta de independência e autonomia desses jornais

ou disposição para a investigação. Por sorte, podemos garantir que essa não é a regra para os jornais locais. Ao contrário, acreditamos que a prática jornalística responsável, comprometida com as necessidades sociais, representa a maioria deles.

Observamos, portanto, que tratar de temas comunitários ou desenvolver conteúdos favoráveis ao processo de emancipação cidadã não são privilégios dos meios comunitários. Além dos veículos locais e regionais, até os grandes jornais se dedicam a realizar esse tipo de jornalismo esporadicamente.

Destacamos, ainda, outras características que passaram a ser adotadas pelos jornais locais, mas pertencem originalmente aos comunitários: divulgar assuntos específicos das comunidades, de movimentos coletivos e de segmentos populacionais ou do interesse público, que normalmente não encontram espaço na mídia convencional; ter como principal motivação o desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania; os conteúdos dizem respeito às necessidades, problemáticas, artes, cultura e outros temas de interesse local, como por exemplo: notícias das associações de moradores do bairro, matérias de saúde com enfoque preventivo, matérias educativas; campanhas para educação ao trânsito e proteção do meio ambiente; reivindicações de serviços públicos de uso coletivo e outras informações de utilidade pública; contribuir para a conscientização e organização de segmentos subalternos da população, visando superar as desigualdades e instaurar mais justiça social. Ao final, a estratégia principal é interagir com a comunidade local, enfocando temas específicos do lugar.

Concordando com reflexões apontadas por Peruzzo (2002), também observamos a dificuldade de categorizar determinados conteúdos e estratégias de produção dos jornais locais, já que estes e os comunitários podem utilizar estratégias iguais ou muito semelhantes entre si. Também o inverso é verdadeiro. Muitos jornais comunitários, para sobreviverem, assumem posturas características da mídia comercial convencional, como, por exemplo, a venda de espaço publicitário, em substituição a um patrocínio ou doações da comunidade, uma direção centralizadora e o uso do meio visando benefícios pessoais, eleitoreiros, partidários, religiosos etc.

No entanto, conforme teses elaboradas pela pesquisadora, o puramente comunitário é muito fácil de ser identificado: ele ajuda a construir uma prática social em que se desenvolvem aptidões associativas e solidárias (vontade de juntar-se a outros, de contribuir para superar os problemas dos segmentos sociais excluídos, de ampliar o exercício da cidadania, de fazer valer o interesse público etc.) mediante uma interação baseada na proximidade, não necessariamente só de lugar, mas de interesses e identidades.

Assim sendo, não basta falar de coisas do lugar para que um meio de comunicação possa ser considerado comunitário, pelo menos não se quisermos falar deles em conformidade com os princípios teóricos de comunidade. Nessa perspectiva, o que mais importa são as identidades, o vínculo e a inserção como parte de um processo comunitário mais amplo, ou seja, o compromisso com a realidade concreta de cada lugar (PERUZZO, 2002).

Outro aspecto que contribui para dificultar a distinção entre comunitário e local é o uso indiscriminado do termo comunitário por diferentes proprietários ou editores de jornais, como foi o caso do Diário Gaúcho, destacado acima. Muitos jornais (que de comunitário não possuem nada ou quase nada), se autodenominam comunitários, “como forma de angariar a imagem de ‘ligado à comunidade’ ou de estar prestando ‘serviços de interesse da comunidade e assim obter credibilidade local’” (PERUZZO, 2002) e conseqüentemente o apoio em forma de número de leitores e anúncios publicitários.

Além disso, denunciemos a inescrupulosidade de alguns proprietários de jornais locais ou de bairro que abrem espaço para temas que afligem as comunidades, em geral relacionados às carências de saúde, moradia, transporte, educação, segurança etc., mas que acabam gerando distorções nos movimentos associativos ao se fazerem protagonistas de eventuais conquistas (soluções de problemas) que de fato são conquistas decorrentes da luta das associações e movimentos coletivos, conforme também identificou Peruzzo, referindo-se, em seu estudo, à mídia em geral.

174

A mídia é apenas um canal para se externarem as reivindicações populares. Deve servir apenas de mediação, pois o desenvolvimento da cidadania requer uma mobilização e a articulação das próprias pessoas e de suas organizações representativas. (...) O importante é que o profissional de comunicação não queira atribuir a si, ao seu programa ou ao seu veículo de comunicação o protagonismo que é das comunidades. (...) O fortalecimento da cidadania se realiza em processo correlato ao de negação da passividade e do assistencialismo. É quando a pessoa se torna sujeito do processo histórico e que passa a usufruir as benesses do desenvolvimento, com

igualdade e liberdade em relação aos seu semelhantes (2002).

A partir da análise de diversos jornais identificados como locais, constatamos existirem dois grandes grupos de jornais: um que trata de temas locais enquanto nicho de mercado do jornalismo impresso e outro movido por interesses de profissionais em contribuir para o desenvolvimento comunitário, para a eliminação das injustiças sociais e para diminuição das desigualdades econômicas, através da prática do jornalismo comunitário, unindo o útil ao agradável: lutar por aquilo que se acredita, retirando dessa luta a sobrevivência.

Assim como concluiu Peruzzo (2002), também entendemos que os jornais locais e comunitários lidam com assuntos que dizem respeito mais diretamente à vida das pessoas no espaço vivido do seu cotidiano. “Sua marca é a proximidade, sintetizada nos sentimentos de pertencimento, de identidades e nos elos do cotidiano” (Ibidem.).

Referências bibliográficas

ANUÁRIO UNESCO/UMESP DE COMUNICAÇÃO REGIONAL. Ano 6, nº 6, jan-dez. São Bernardo do Campo: Umesp/SP, 2002.

BELTRÁN, Luiz Ramiro. “Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal”. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo: IMS, ano III, nº 6, set. 1981.

BIZ, Osvaldo. “A década de 90 no Brasil”. Anotações realizadas para disciplina Realidade Brasileira, ministrada na Famecos/PUCRS, 2005.

BRUM, Argemiro Jacob. “O desenvolvimento econômico brasileiro”. Petrópolis: Vozes, 1996.

CALLADO, Ana Arruda & DUQUE ESTRADA, Maria Iñez. “Como se faz um jornal comunitário”. Petrópolis: Vozes/Ibase, 1985.

CAPARELLI, Sérgio. “Imprensa alternativa”. In: *Comunicação de massa sem massa*. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1986.

CELADEC. “Jornalismo popular”. São Paulo, Paulinas, 1984.

DORNELLES, Beatriz. “Jornalismo “comunitário” em cidades do interior.” Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

DRAGON, Alfonso Gumucio. “Haciendo Olas – Historias de comunicación participativa para el cambio social”. The Rockefeller Foundation, 2001.

FERRARETTO, Elisa Kopplin. “Do universo técnico-científico ao mundo do senso comum: estratégias comunicativas e representações na cobertura sobre saúde do Diário Gaúcho”. Porto Alegre: UFRGS, 2006. (Dissertação de Mestrado – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação).

FESTA, Regina. “Comunicação popular e alternativa. A realidade e as utopias”. São Bernardo do Campo, IMS, 1984.

GOMES, Pedro Gilberto. “O Jornalismo Alternativo no projeto popular”. Paulinas, São Paulo, 1990.

KAPLUN, Mario. “Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos”. Santiago, OREAL/ Unesco, 1983.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. “Jornalismo popular no Rio Grande do Norte”. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, IMS, set. 1981 apud GOMES, Pedro Gilberto. In: *O Jornalismo Alternativo no projeto popular*. São Paulo: Paulinas, 1990.

MARQUES DE MELO, José. “Imprensa comunitária no Brasil”. Comunicação & Sociedade, Cortez e Moraes, 2, dez. 1979 apud GOMES, Pedro Gilberto. In: *O Jornalismo Alternativo no projeto popular*. Paulinas, São Paulo, 1990.

_____. “A opinião no jornalismo brasileiro”. Petrópolis, Vozes, 1985.

176

_____. “Comunicação comunitária. A imprensa comunitária no Brasil”. In: Comunicação & Liberdade. Petrópolis, Vozes, 1981 apud GOMES, Pedro Gilberto. In: *O Jornalismo Alternativo no projeto popular*. Paulinas, São Paulo, 1990.

_____. “A emergência de um novo jornalismo católico”. In: *Comunicação: teoria e política*. São Paulo: Summus, 1985.

_____. “Comunicação & libertação. Petrópolis”: Vozes, 1981.

_____. “Para uma leitura crítica da comunicação”. São Paulo: Paulinas, 1985.

MOMESSO, Luiz Anastácio. “A emergente imprensa na periferia de São Paulo”. Comunicação & Sociedade, Cortez e Moraes, mar. 1981.

PERUZZO, Cicília. “Globalização da mídia e a comunicação comunitária”. Revista Interface. Vitória: UFES, março de 1996.

_____. “Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção da cidadania”. Petrópolis: Vozes, 1998a.

_____. “Mídia comunitária”. Revista Comunicação e Sociedade, nº 32. São Bernardo do Campo: UESP, 1998b.

_____. “Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária”. In: Anuário UNESCO/UMESP de Comunicação Regional, Ano 6, n. 6, jan-dez, São Bernardo do Campo: UMESP/SP, 2002.

PINHEIRO, Flávio. “Jornalismo Alternativo; Alternativa do Jornalismo”. In: Memórias II Gamacom – Ideologia & Poder da Comunicação Alternativa, Universidade Gama Filho, 1996.

SATO, Nelson Kengo. “Número de Jornalistas no Brasil – 1986 a 2002”. Disponível em: <www.fenaj.org.br/mobisa/numero_jornalistas.doc>. Acesso em: 11/01/2006, às 16 horas.

TRAMONTE, Cristiana e SOUZA, Marcio Vieira. “A comunicação na aldeia global”. Petrópolis: Vozes, 2005.

