

UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

Luiz Carlos Paes Vieira

**JORNALISMO DO INTERIOR E AUTOPOIESE:
UM ESTUDO NA REGIÃO ADMINISTRATIVA DE SOROCABA**

Sorocaba/SP
2008

Luiz Carlos Paes Vieira

**JORNALISMO DO INTERIOR E AUTOPOIESE:
UM ESTUDO NA REGIÃO ADMINISTRATIVA DE SOROCABA**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Ogécia Drigo,
Doutora em Comunicação e Semiótica pela
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

**Sorocaba/SP
2008**

Luiz Carlos Paes Vieira

**JORNALISMO DO INTERIOR E AUTOPOIESE:
UM ESTUDO NA REGIÃO ADMINISTRATIVA DE SOROCABA**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

BANCA EXAMINADORA:

Ass.:

Presidente: Prof. Dra. Maria Ogécia Drigo. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC/SP) - Universidade de Sorocaba

Ass.:

1º Examinador: Prof. Dr. José Carlos Marques. Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Universidade Presbiteriana Mackenzie

Ass.:

2º Examinador: Profª. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC/SP) - Universidade de Sorocaba

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus e aos meus amados pais, Domingos e Adalgisa, que me permitiram esta caminhada.

Dedico *in memoriam* do casal Vitor Cioffi de Luca e Thereza Conceição Grosso de Luca, que no distante 1979 me acolheram nas primeiras labutas da redação de um jornal e, com o exemplo vivo e cotidiano, deram as bases da ética, da competência e do profissionalismo da imprensa.

Dedico *in memoriam* do jornalista Rogério Gomes Filho - o *Lelo*, que me permitiu vôos mais altos nas páginas da nossa Folha de Boituva.

Dedico aos confrades da Associação dos Jornais do Interior de São Paulo (Adjori/SP), na pessoa do casal Evaldo Augusto Vicente e Astir, que me introduziram na lide associativa de defesa da mídia impressa interiorana.

Dedico a amada Cláudia Scervianinas pela compreensão e apoio na árdua caminhada até aqui desenvolvida.

AGRADECIMENTOS

A árdua caminhada, iniciada no apagar das luzes do século XX, neste episódio teve um ponto de reflexão. Um ponto de orientação. Um ponto agora de agradecimento.

O trabalho continua. A prospecção do conhecimento continua. No entanto é preciso agradecer. As dificuldades, como bem alertadas no início, não foram poucas. Vários "cirineus" acorreram para auxiliar na faina.

Gratidão aos companheiros da Associação dos Jornais do Interior de São Paulo (Adjori/SP) pela compreensão e apoio na presidência da instituição durante o período do mestrado, assim como a quase centena de jornais que acorreram a atender a pesquisa.

Gratidão aos familiares e amigos pelo lenitivo em apoiar e compreender.

Gratidão ao meu dileto e fraterno companheiro, jornalista Raul Christiano Sanchez, superintendente de Comunicação Social da Sabesp, por seu apoio, incentivo e fundamental patrocínio na análise da mídia impressa do interior na região de Sorocaba.

Gratidão ao corpo docente do Mestrado pelo conhecimento e amizade nesta caminhada, representados pela ousadia, discernimento e capacidade do reitor Aldo Vanucchi e da pró-reitora de Pós-Graduação Marli Gerenutti.

Gratidão especial à doutora Maria Ogécia Drigo. Mulher intensa, inteligente e franca. Fez-se candeeiro. Segura na orientação aspergiu possibilidades, indicou nuances, revelou conhecimentos e me acolheu de forma tão intensa na labuta acadêmica como verdadeira Mestra.

Apesar do jornal do interior visar lucro como qualquer outra empresa, ele não é uma empresa qualquer. Se tentar ser, isto é, se o seu objetivo for somente o lucro, então será uma “picaretagem” a mais, sem credibilidade, uma empresa que usa o nome de jornal, mas que também poderia se chamar catálogo, folheto, lista de palavras ou qualquer coisa assim. Para ter o direito de ser chamado de “jornalzinho” (não no sentido pejorativo, mas na conotação de cálido, próximo da gente, gente de casa – como se fosse um amigo ou um irmão mais velho em quem a gente confia com segurança) o pequeno jornal do interior precisa ser grande como os maiores títulos do mundo em ética, boa apuração, bom texto, isenção e independência.

(Pedro Celso Campos)

RESUMO

Esta pesquisa se reporta à mídia jornal impresso da Região Administrativa de Sorocaba do Estado de São Paulo. Trata-se de uma pesquisa empírica realizada com o propósito de detectar aspectos do jornalismo do interior, sob o olhar dos usuários – leitores de jornal -, notadamente os que envolvem aspectos culturais. Valer-se-á do método da documentação direta (pesquisa do tipo quantitativa-descritiva), com coleta de dados junto aos leitores dessa região e fundamentação teórica, via idéias de Maturana e Varela, notadamente sobre autopoiese e processos de interpretação, da teoria social de Luhmann, bem como de autores da área da comunicação e, de modo específico do jornalismo, tais como: Wolf, Traquina e Melo, entre outros. A relevância desta investigação está em trazer à tona especificidades desse tipo de mídia que contribuem para a sua permanência.

Palavras-chave: Jornalismo – São Paulo (Estado) – Aspectos sociais. Imprensa – São Paulo (Estado). Leitura de jornais. Autopoiese. Comunicação de massa.

ABSTRACT

This research reports to the printed newspaper media of the Administrative Region of Sorocaba in the State of São Paulo. It's about an empirical research realized with the purpose of detecting aspects of the journalism inland, under the view of the users – newspaper readers – especially the ones that involve cultural aspects. It will make use of the direct documentation method (research of the descriptive-quantitative kind), with the collection of data with the readers of this region and theoretical foundation, based on the ideas of Maturana and Varela, especially about autopoiesis and interpretation processes, the social theory of Luhmann, as well as from authors of the communication area and, in the specific way of journalism, such as: Wolf, Traquina and Melo, among others. The relevance of this investigation is in bringing up specifications about this media that contribute for its permanence.

Keywords: Journalism – State of São Paulo - Social Aspects. Press – State of São Paulo. Newspaper Reading. Autopoiesis. Mass Communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Comparação do papel do jornalista	43
Figura 2 – Esquema driagramático.....	67
Figura 3 – Índices para a região de Sorocaba e para o Estado de São Paulo.....	72
Figura 4 – Gráfico exibindo a quantidade de cidades da região de Sorocaba por faixa populacional, segundo dados de 2006	73
Figura 5 – Gráfico exibindo a quantidade de cidades da região de Sorocaba, por faixa populacional (Dados 2006)	74
Figura 6 – Gráfico exibindo a quantidade de cidades em função da quantidade de pessoas entrevistadas	75
Figura 7 – Gráfico para o “modo como as pessoas que lêem ou folheiam jornais”	77
Figura 8 – Gráfico para “o que as pessoas procuram ver primeiro nos jornais” em percentual	78
Figura 9 – Gráfico para a utilidade do jornal da cidade para as pessoas, em percentual	78
Figura 10 – Gráfico para os meios de comunicação mais citados, do primeiro ao terceiro lugar, em percentual	79
Figura 11 – Gráfico para os meios de comunicação nos quais as pessoas mais confiam, do primeiro ao terceiro lugar, em percentual.....	80
Figura 12 – Gráfico para a profissão das pessoas da amostra, em percentual	81
Figura 13 – Gráfico para os aspectos em que o jornal pode melhorar	82
Figura 14 – Gráfico para a quantidade de jornais para as cidades da Região de Sorocaba, em percentual	83
Figura 15 – Gráfico para a quantidade de jornais locais que circula pelas cidades, segundo os proprietários desses jornais	83
Figura 16 – Gráfico para a periodicidade dos jornais da Região de Sorocaba, em percentual	84
Figura 17 – Gráfico para o número de estampas, em média, para a primeira página dos jornais da Região de Sorocaba	85
Figura 18 – Gráfico para o formato dos jornais da Região de Sorocaba	86
Figura 19 – Gráfico para as mídias apontadas como parceiras ou paralelas pelos proprietários de jornais	87
Figura 20 – Gráfico para a mídia concorrente, segundo os proprietários de jornais do interior, da Região de Sorocaba	87

Figura 21 – Gráfico para as opiniões dos proprietários sobre aspectos que precisam melhorar no jornal	88
Figura 22 – Jandha, essa mulher.....	92
Figura 23 – Pilarense se consagra no Jaguariúna Rodeio Festival	93
Figura 24 – Lourdes e Zezinho Barreto reúnem famílias e amigos para celebrar bodas de ouro	94
Figura 25 – Nossa folha – 49 anos: gente sociedade	95
Figura 26 – Igreja Católica festeja nosso padroeiro	98
Figura 27 – Noite luxo... ..	99
Figura 28 – O tropeirismo mostrado em livro	100
Figura 29 – Cinco décadas formando cidadãos	101
Figura 30 – Mais de 600 crianças então sem creches	102
Figura 31 – Abandono gera reclamações no bairro Boa Vista / Mestrado em comunicação	103
Figura 32 – Gráfico para a população das regiões administrativas do Estado de São Paulo, em percentual	125
Figura 33 – Gráfico para o IPRS (Riqueza) das regiões administrativas do estado	125
Figura 34 – Gráfico Para a renda <i>per capita</i> (em número de salários mínimos)	126
Figura 35 – Gráfico para o Índice de Urbanização das Regiões Administrativas do estado de São Paulo	126
Figura 36 – Gráfico para o IPRS (Riqueza) das regiões administrativas do estado	127
Figura 37 – Gráfico para a média de anos de estudo da população de 15 a 64 anos, por regiões administrativas do Estado de São Paulo (Dados de 2000)	127
Figura 38 – Gráfico para a taxa de analfabetismo da população de 15 anos ou mais (em %) – dados de 2000	128

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 PANORAMA DE ESTUDOS SOBRE JORNALISMO DO INTERIOR.....	17
2.1 Sobre teorias do jornalismo.....	41
2.1.1 Panorama das teorias do jornalismo.....	41
2.1.2 Pensamento jornalístico no Brasil.....	52
2.1.3 Em busca de teorias novas: um olhar exploratório.....	54
2.1.4 Aspectos da teoria do sistema social de Niklas Luhmann.....	60
3 SOBRE OS JORNAIS DA REGIÃO ADMINISTRATIVA DE SOROCABA.....	69
3.1 Sobre a Região Administrativa de Sorocaba.....	70
3.2 Sobre os jornais da Região Administrativa de Sorocaba na perspectiva dos leitores.....	76
3.3 Sobre os jornais da Região Administrativa de Sorocaba na perspectiva dos proprietários.....	82
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	89
REFERÊNCIAS.....	108
APÊNDICE A – Cidades da Região Administrativa de Sorocaba.....	114
APÊNDICE B – Questionário para o Público Geral.....	117
APÊNDICE C – Questionário para diretores de jornais.....	120
APÊNDICE D - Gráficos.....	124

1 INTRODUÇÃO

1 INTRODUÇÃO

A investigação, cujos resultados relatamos nessa dissertação, tem como contexto o jornalismo do interior, notadamente o praticado na Região Administrativa de Sorocaba, no Estado de São Paulo.

A escolha do tema se deu pela nossa formação acadêmica que contempla, em parte, a área de Comunicação, bem como pela atuação no suporte impresso do jornalismo interiorano desde 1979, sendo que desde 2004, presidimos a principal associação do Estado que congrega centenas de jornais do interior.

No transcorrer destes anos inúmeros questionamentos permearam nossas reflexões sobre o tema. De modo especial, no transcorrer do Curso de Mestrado em Comunicação e Cultura, conjecturas sobre esse tipo de mídia, o jornal do interior, incorporaram questões sobre o local em que ele é vinculado. Será que eles permanecem somente por interesses políticos locais? E permanecem apesar dos telejornais, dos grandes jornais e dos jornais *on-line*. Afinal esses jornais são lidos? Quem são os leitores? Como se dá a produção jornalística no interior?

Observando exemplares do jornal “Cidade de Boituva”, periódico do município de Boituva, uma das cidades da Região Administrativa de Sorocaba, valendo-se das categorias estabelecidas por Melo e Queiroz (1998, p. 20–27)¹ foram consultadas nove edições, no período de agosto a dezembro de 2006 - constatamos que predomina na categoria identidade cultural, a local; na categoria natureza imagética (fotografias, caricaturas ou outros tipos de representação imagética), pessoa; enquanto na categoria protagonista da ação, também predomina o item local. Assim nos assuntos desse jornal especificamente predomina a temática local.

Os resultados desse estudo, aliados a nossa experiência já mencionada, evidenciaram aspectos do jornalismo que contribuiriam para a elaboração de uma pergunta, norteadora da nossa investigação. Por que os jornais do interior, notadamente da Região Administrativa de Sorocaba, permanecem? A nossa hipótese é a de que as “notícias locais” – notícias cuja temática é a local - contribuem para a permanência dessa modalidade de mídia à medida que podem

¹ Utilizamos três categorias: Identidade Cultural, Protagonista da Ação e Imagem. Na classificação “Identidade Cultural”, consideramos os traços característicos da produção simbólica das comunidades agrupadas num determinado território e se divide em: global, regional, local e outros. Como “Protagonista da Ação” estão atores que desempenham papel relevante na cena cotidiana e se divide em: olimpiano, global, nacional, regional, local e outros. Quanto às imagens, foram agrupadas em pessoas e mistas (com mais de um signo em primeiro plano).

ser considerados como elementos que trazem à tona aspectos históricos e culturais vinculados às pessoas que aí residem.

A região contemplada na investigação é constituída por 79 municípios e conta com 2.776.343 habitantes (SEADE, 2007), o que corresponde a 6,86% da população do Estado de São Paulo. A cidade de maior população é Sorocaba, com 572.000 habitantes aproximadamente. Destes municípios, 48 deles têm jornais próprios.

Segundo Burke (2006, p. 16), a cultura, no sentido amplo, inclui atitudes, mentalidades e valores e suas expressões, concretizações ou simbolizações em artefatos, práticas e representações. Deste modo, na hipótese, consideramos que um determinado elenco de assuntos ou temas abordados nos jornais realimentam processos que mantêm valores, crenças e outros bens culturais relacionados com a cultura local, colaborando para a permanência desse tipo de mídia. Evidentemente quando mencionamos cultura local não menosprezamos a mistura que permeia todos os processos comunicacionais/culturais.

Ao comprovar ou não a hipótese, buscamos como objetivo geral, compreender a mídia “jornal do interior”, notadamente na região mencionada, enquanto os objetivos específicos são os seguintes: a) explicitar aspectos da produção dessa mídia na Região Administrativa de Sorocaba; b) explicitar características do leitor desses jornais e c) discriminar relações envolvendo os leitores e os assuntos contemplados nessa mídia.

O percurso metodológico se deu por meio de pesquisa de campo, pertinente uma vez que se faziam necessárias informações sobre os jornais dessa região tanto sobre aspectos da sua produção como da recepção dessa mídia. As seguintes fases foram realizadas: pesquisa bibliográfica; determinação das técnicas para coleta de dados e determinação da amostra; determinação das técnicas de registro dos dados e das técnicas de análise.

O número de pessoas da amostra foi determinado segundo os procedimentos para uma amostra estratificada proporcional ², que preservou o mesmo percentual da população da cidade em relação à população total da região (APÊNDICE A), bem como o da população da zona rural e urbana. Foram consultadas 2.209 pessoas, o que corresponde para intervalos de confiança de 90%, a erros de dois pontos

² Segundo Costa Neto (1977, p. 42), “[...] a amostragem estratificada consiste em especificar quantos elementos da amostra serão retirados em cada estrato. [...] Na proporcional o número de elementos em cada estrato é proporcional ao número de elementos existentes no estrato.”

percentuais a mais ou a menos para as proporções encontradas para as variáveis contempladas nas questões do instrumento aplicado aos leitores (BUSSAB; MORETTIN, 2002).

A equipe de coleta de dados era composta por quatro pessoas, um coordenador de campo e um supervisor. Todos foram orientados por nós e também receberam treinamento durante uma semana, na sede da nossa empresa, por um profissional de Relações Públicas com experiência nessa modalidade de coleta de dados.

Durante os meses de agosto a outubro de 2007 realizou-se o trabalho preparatório. Na época foram organizadas as planilhas lastreadas pelos dados de organismos oficiais de pesquisas (IBGE, SEADE, etc).

No mês de novembro do mesmo ano, iniciou-se o trabalho de campo, ainda em fase piloto, tomando-se três localidades: uma parte da periferia de Sorocaba (maior área de coleta de dados), uma cidade pequena (Iperó) e uma cidade mediana (Boituva), considerando o contexto populacional da região em estudo. Em seguida, o instrumento foi reformulado, uma vez que estava um pouco longo e as pessoas, de modo geral, não respondiam às questões abertas. O novo instrumento (APÊNDICE B) foi elaborado com um número menor de questões e as abertas foram transformadas em questões de múltipla escolha ou questões em que cabiam mais de uma resposta.

Observadas as peculiaridades e efetivadas as adaptações necessárias, seguiu-se na pesquisa durante o período compreendido entre a segunda quinzena de novembro de 2007 e o mês de fevereiro de 2008 com a aplicação dos questionários.

O trabalho de coleta de dados, com mais de seis mil quilômetros percorridos, foi custeado na integralidade pela Associação dos Jornais do Interior do Estado de São Paulo (ADJORI/SP), mediante convênio desta obtido em meados de junho de 2007 com uma estatal. Assim, como contraprestação, será elaborado um produto editorial para subsidiar a ação da mídia impressa interiorana pela entidade patrocinadora.

Os proprietários de jornais do interior também foram contemplados na nossa investigação. Elaboramos uma lista única, com os proprietários de jornais do interior, a partir dos cadastros da ADJORI/SP, do cerimonial do Palácio dos Bandeirantes e do setor de Comunicação do Palácio do Planalto. Após esse primeiro resumo, o

supervisor efetuou contato telefônico com todas as prefeituras e câmaras municipais das 79 cidades que integram a Região Administrativa de Sorocaba com o propósito de atualizar a lista.

De posse de uma listagem consolidada, foram contatados via fone, email, carta e pessoalmente, hipotéticos³ 135 jornais distribuídos em 48 cidades da região pesquisada. Recebemos 90 questionários (APÊNDICE C) respondidos, de 40 cidades, o que corresponde a 66,7% do total de jornais iniciais e 83% das cidades com periódicos previamente selecionados.

Quanto ao relato dos resultados da pesquisa, no capítulo um, apresentamos um panorama das pesquisas sobre jornalismo do interior, no Brasil. No capítulo dois, teorias do jornalismo e reflexões sobre o conceito de autopoiese e sobre a teoria social de Niklas Luhmann (2005), que consideramos pertinente para a argumentação no que diz respeito à permanência dessa mídia.

No capítulo três apresentamos os dados sistematizados, os coletados em sites específicos sobre as regiões administrativas do Estado de São Paulo; em seguida, os coletados junto aos diretores ou responsáveis pelos jornais das cidades da Região Administrativa de Sorocaba e, em seguida, os coletados junto aos leitores que foram ouvidos em todas as cidades dessa região, tentando assim atingir os dois primeiros objetivos específicos mencionados, os que se referem aos aspectos da produção do jornal do interior e especificidades dos leitores. Alguns dos resultados, bem como idéias de Luhmann, principalmente, foram utilizados para avaliação da possível comprovação ou não da hipótese.

Em considerações finais elencamos todas as especificidades da produção jornalística da Região Administrativa de Sorocaba, advindas dos resultados da pesquisa de campo, apresentadas no capítulo três e ainda reavaliarmos se a hipótese foi comprovada ou não. Por outro lado, compreendemos que os resultados obtidos podem suscitar novos questionamentos, novos caminhos, que anunciamos para que alguém os trilhem. Assim, novos conhecimentos sobre jornalismo do interior serão construídos.

³ Uma parte considerável dos supostos periódicos que constavam nos cadastros prévios da ADJORI e entidades governamentais não mais existiam ou pelo menos não tinham telefone ou email atualizados, colocando em dúvida sua existência.

2 PANORAMA DE ESTUDOS SOBRE JORNALISMO DO INTERIOR

2 PANORAMA DE ESTUDOS SOBRE JORNALISMO DO INTERIOR

Neste capítulo apresentamos um panorama dos estudos mais recentes sobre jornalismo do interior. Comentamos, de modo resumido, o que alguns livros, dissertações e teses trazem sobre o assunto, para que ao final do capítulo possamos inserir nossa investigação nesse contexto.

Em 1996, os professores Dirceu Fernandes Lopes, José Coelho Sobrinho e José Luiz Proença, do curso de Pós-Graduação em Jornalismo, da ECA/USP, publicaram a obra intitulada "A Evolução do Jornalismo em São Paulo". Trata-se de uma coletânea de trabalhos apresentados na disciplina homônima do curso informado acima. A obra apresenta um panorama da mídia impressa paulista, bem como informes referentes aos meados da década passada.

Lopes e outros (1998), quando tratam do perfil da imprensa do interior, iniciam seu artigo criticando a falta de pesquisa acadêmica sobre esse segmento. Os pesquisadores explicitam que o jornal da cidade é o meio de informação por excelência do habitante do interior. "É no jornal local que o morador busca e encontra, numa linguagem acessível e própria, aquilo que interessa para o seu dia-a-dia" (p.105).

Ainda acrescentam que os grandes meios impressos não podem substituir ou eliminar seus concorrentes nas cidades interioranas. Estes, além da função de divulgadores dos clamores comunitários, ainda são capazes de "expressar seus valores numa autêntica demonstração de veículos comunitários".

Citam uma pesquisa realizada pela Marplan⁴, sob o patrocínio da ADJORI/SP (Associação dos Jornais do Interior de São Paulo), em 1993, que comprova que o Estadão e a Folha - principais veículos da capital do Estado de São Paulo - apresentavam uma distribuição média de 129 e 222 exemplares respectivamente em 625 municípios da ocasião, sendo que os jornais locais mantinham na mesma época uma tiragem média de 3.900 exemplares. Ainda segundo a mesma pesquisa foram detectados 749 jornais em 355 municípios, com tiragem média de 2,9 milhões de exemplares.

⁴ Empresa paulista de pesquisa do setor de marketing, propaganda e mídia, adquirida em 2001, pela Ipsos - maior grupo internacional do setor, fundada em 1975 pelo economista Didier Truchot em Paris.

Em 1992, durante o congresso da ADJORI/SP, realizado na cidade de Serra Negra, o pesquisador buscou efetuar um estudo preliminar com 106 proprietários de jornais associados. Em 1993, com o apoio da mesma entidade, foram encaminhados 350 questionários para os jornais filiados, abordando dados técnicos, políticos, sociais e econômicos.

Segundos os dados tabulados (150 questionários retornaram), Lopes e outros (1998) constataram que 79% dos jornais interioranos de São Paulo apresentavam formato *standard*, seguido de tablóide (12,5%). Quanto à circulação os números obtidos eles foram: diários - 26,6%; semanais - 46%; quinzenais - 12,6%; bissemanais - 7,3% e trissemanais - 3,3%. Na época, 89% dos jornais eram impressos em preto-e-branco. Dos 15 periódicos que afirmaram na pesquisa usar cores em sua página, somente o tinham feito a partir de 1990. A redação de 46,7% dos jornais estava informatizada por ocasião da pesquisa. Na maior parte dos casos, (70%) esse processo foi iniciado depois de 1990. Cerca de 80% dos jornais do interior de São Paulo apresentava em suas editorias o colunismo social. Destes jornais, 21% deles apresentavam mais de uma coluna por edição. A ausência de correspondentes, sucursais e equipes em outras cidades ou regiões era uma realidade para 63% dos jornais pesquisados. Na ocasião a composição gráfica ainda apresentava resquícios de formas antigas: 80 jornais utilizavam computação gráfica; 28 jornais utilizavam linotipia; 17 jornais utilizavam fotocomposição e 11 tipografia. Quanto ao sistema de impressão, também era bem diversificada a participação dos jornais interioranos de São Paulo: 101 jornais utilizavam *off-set* e 33, plana.

Ainda, segundo os mesmos autores, cerca de 93% apresentavam um sistema de distribuição próprio. Duas peculiaridades da época: o Jornal de Peruíbe mantinha convênio com a guarda-mirim local e o Alerta, de Laranjal Paulista, era enviado pelo Correio. Na época, 76% dos jornais pesquisados apresentavam publicação oficial no seu faturamento. Um aspecto interessante quanto ao conteúdo noticioso foi o de que 29,3% assinavam algum tipo de agência de notícias. Um pouco menos da metade dos jornais dispunha de sede própria, sendo que 1/3 deles, desde sua fundação. Setenta jornais eram geridos por empresa familiar, alguns na terceira geração. Ainda, na ocasião, 73% dos jornais não dispunham de profissionais formados em curso de Jornalismo. Noventa e seis jornais mantinham no máximo cinco funcionários na redação.

Lopes e outros (1998) também anunciam outro dado alarmante em relação à qualificação: 71,5% dos jornais não oferecem cursos de reciclagem aos funcionários. Dos pesquisados, 62% declararam que não eram proprietários de nenhum outro veículo de comunicação.

Noutra parte da mesma obra, Fernando Ortet⁵ (1998) relembra estudo de Gastão Thomaz de Almeida, para informar que o interior paulista, em 1979/80, contava com 538 jornais e, reafirmando resultados anteriormente detectados por outros pesquisadores, menciona a importância da veiculação pelo jornal local. Nas suas palavras:

[...] o jornal do interior retrata, nas suas páginas, a vida das populações locais; mostra a dinâmica da cidade com toda a sua simplicidade, aparente lentidão e miudezas, como o conserto de um buraco na estrada, os preços num mercadinho, o atendimento num pequeno hospital; joga nos bastidores da política e vasculha as fofocas. Enfim, apresenta um pacote de comunicação, temperado ao gosto da população local, que é praticamente impossível para um periódico de circulação estadual ou nacional. (ORTET, 1998, p.130).

O mesmo pesquisador reconhece os jornais do interior de São Paulo como um meio facilitador do exercício da cidadania, emprestando voz e vez para a comunidade, para os reclamos, reivindicações e funcionamento dos órgãos públicos, isto devido à proximidade das pessoas aos fatos, às instalações físicas do jornal.

A despeito de todas as características elencadas, tais como promotória de solidariedade, conhecimento e patriotismo, os autores ainda explicitam o potencial de mercado de trabalho qualificado para exploração do segmento midiático impresso do interior para estudos mais aprofundados pela academia.

As redações ainda necessitam de quadros capazes de melhorar cada vez mais a qualidade do produto que apresentam ao leitor. [...] Torna-se necessário que os formandos conheçam as características da imprensa do interior, as suas falhas e virtudes, o seu *modus operandi*, para que o seu ingresso possa dar-lhe um passaporte de realização profissional e pessoal. (p.132).

Outra pesquisa que envolve jornais do interior do Estado de São Paulo é relatada na obra “Identidade da Imprensa Brasileira no final de século: das

⁵ Jornalista cabo-verdiano, discente na época do curso de Pós-Graduação da USP, que se valeu de informações contidas na página 11, da dissertação *A Imprensa do Interior: um estudo preliminar*, de Gastão Thomaz Almeida, publicada pelo convênio IMESP/DASESP, em 1983.

estratégias culturais aos enraizamentos e às ancoras culturais”, tendo José Marques de Melo e Adolpho Queiroz como organizadores. Sob a orientação de José Marques de Melo(1998), a pesquisa foi realizada em 1996, em parceria com outras seis instituições paulistas e uma paranaense e envolvia professores das universidades convidadas, estudantes do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (uma entre as seis universidades mencionadas) e alunos dessas universidades, bolsistas do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Os estudos envolviam os seguintes jornais do interior paulista: “A Cidade” (Ribeirão Preto) e “Jornal de Barretos” para a região norte; “Folha da Região” (Araçatuba), “O imparcial” (Presidente Prudente) e “Diário de Marília” da região noroeste; “Cruzeiro do Sul” (Sorocaba), “O Imparcial” (Araraquara) e “Jornal da cidade” (Bauru) da região centro-oeste; “A Tribuna” (Santos) e “Vale Paraibano” (Vale do Paraíba) da região sudeste; “Correio Popular” (Campinas), “Jornal de Piracicaba” e “Jornal de Limeira” da região do Médio-Tietê; “Diário do Grande ABC” (Santo André), “Folha Metropolitana” (Guarulhos) e o “Diário de Mogi” (Mogi das Cruzes) do pólo metropolitano; os jornais: “Folha de S. Paulo”, “O Estado de S. Paulo” e “Gazeta Mercantil” de São Paulo e os jornais “O Globo” e “Jornal do Brasil” do Rio de Janeiro, foram utilizados como *prestigie papers* de referência.

A investigação, que tomava sete edições de cada um dos 21 jornais, como consta em Melo e Queiroz (1998, p. 20–27), adotou os seguintes procedimentos: a) identificação do conteúdo da primeira página de acordo com o espaço geopolítico-cultural, a natureza dos ícones, os protagonistas da ação jornalística e os focos noticiosos das matérias e chamadas; b) identificação das unidades redacionais do jornal segundo as categorias comunicacionais de jornalismo, propaganda, lazer e instrução; c) mensuração dos espaços destinados a cada aspecto considerado na primeira página, utilizando-se como unidade o centímetro-coluna; d) elaboração de tabelas e gráficos para fins de facilitar a comparação e, e) sistematização de dados sobre a personalidade de cada veículo.

Quanto à decomposição quantitativa da superfície impressa, na primeira página, as manchetes e as chamadas para textos foram agrupadas segundo a vinculação geopolítica e cultural, a natureza dos ícones, os protagonistas da ação jornalística e os focos noticiosos. Por outro lado, nas análises se consideraram os

seguintes itens: autoridades, cidadãos comuns, código, código icônico, código lingüístico, foco noticioso, foco noticioso institucional, foco noticioso personalizado, ícones, identidade cultural, manchete, olímpianos, a primeira página e o protagonista da ação jornalística⁶.

A primeira página se caracteriza como o

[...] espaço mais importante do jornal, uma espécie de vitrine das informações que estão no bojo da edição, sua organização reflete a política editorial da imprensa jornalística; corresponde também às estratégias mercadológicas destinadas a conquistar os leitores potenciais, induzindo-os à compra do exemplar, à leitura do material ali contido e à adesão aos pontos de vista difundidos [...] (MELO; QUEIROZ, 1998, p. 22).

Quanto às categorias comunicacionais, os autores se valeram das seguintes: jornalismo, propaganda, lazer e instrução. Para o jornalismo, as matérias foram agrupadas em gêneros jornalísticos (mais especificamente foram obedecidos os formatos do gênero informativo – enquete, entrevista, nota, perfil, reportagem e serviço – e os formatos do gênero opinativo – artigo, caricatura, carta, coluna, comentário, crônica, editorial e resenha). Ainda, na decomposição quantitativa das matérias jornalísticas se considerou a vinculação geográfica dos acontecimentos, ou seja, as matérias foram agrupadas segundo a região em que os fatos ocorreram. Também foram agrupadas considerando-se as seguintes temáticas jornalísticas: campo, cidade, ciência, comportamento, cultura, economia, educação, esporte, governo, informática, mídia, minorias, meio ambiente, polícia, política nacional, religião, saúde, sindicalismo, sociedade, tecnologia, turismo e utilidade pública.

Quanto à propaganda, as mensagens publicitárias foram agrupadas segundo os formatos dos anúncios avulsos em administrativo, comercial, cultural, institucional e político; os anúncios classificados - que diferem dos avulsos por suas características construtivas de espaço, formato e redação e por sua disposição no jornal, pois geralmente são apresentados dentro de seções padronizadas e delimitadas - foram agrupados em autos e acessórios, empregos, imóveis, negócios e oportunidades e serviços.

⁶ Para esclarecimentos sobre cada um desses itens ver Melo e Queiroz, (1998, p. 22). O termo “olímpiano”, segundo os mesmos autores, se refere às pessoas que adquirem notoriedade pelo destaque em setores importantes da sociedade (política, economia, esportes, artes, mídia etc.) e é tido como modelo de comportamento aos cidadãos em geral. Essa expressão foi criada por Edgard Morin, ao associar a projeção de pessoas na mídia como o papel exercido pelos deuses do Olimpo da Grécia antiga.

A categoria lazer foi subdividida em jogos, literatura, quadrinhos e passatempos. Por último, quanto à instrução, as matérias foram decompostas em matérias instrutivas de caráter formal, como testes para vestibulandos, por exemplo, ou informal como receitas culinárias, dicas para solução de problemas cotidianos etc.

Apresentou-se o perfil da imprensa regional paulista por região, sendo que para o momento, consideramos interessante ressaltar alguns resultados da região centro-oeste que inclui a cidade de Sorocaba, maior cidade da região administrativa contemplada na nossa investigação.

Assim, na esteira dos autores Melo e Queiroz (1998, p. 81-82), destacamos algumas singularidades da imprensa da região centro-oeste. Constatou-se que a cadernização e as cores já estavam presentes. Eles privilegiavam abertamente o noticiário regional⁷ na primeira página, ocupando 74% dela, enquanto que 24,5% e 1,5% de destinavam ao noticiário nacional⁸ e global⁹, respectivamente. No entanto, a regionalização não era tão marcante quando se tomava o jornal todo, pois 43,5% das matérias se vinculavam geograficamente com a região e outra quantia equivalente se reportava ao âmbito geopolítico nacional. Ainda, do percentual do noticiário regional, 31% eram matérias diretamente atreladas à micro-região do jornal. O jornalismo praticado é mais ode informação do que o de opinião, na proporção de 76% para 24%. A temática mais explorada foi economia e não esportes. Na média, os jornais do centro-oeste de São Paulo deram mais espaço ao jornalismo do que à propaganda, sendo 75% e 38,5%, os respectivos percentuais. A receita publicitária dos jornais vinha principalmente de anúncios inseridos nas páginas editoriais (68%), dos comerciais (55%) e dos classificados (32%), principalmente dos de automóveis e de imóveis.

Mas, passamos aos resultados gerais da pesquisa, dos quais podemos destacar que os jornais do interior cultivam valores regionais, se valem da publicidade, apostam na notícia e se renovam.

O estudo das primeiras páginas mostrou que enquanto os jornais de circulação nacional dedicaram 60% do espaço a acontecimentos nacionais, os jornais do interior paulista reservaram 71% para o noticiário regional. Tal tendência

⁷ Regional: o Estado de São Paulo, subdividido em capital, interior e microrregiões.

⁸ Nacional: Norte, Nordeste, Centro-oeste, Sudeste e Sul, portanto, as regiões do Brasil.

⁹ Global: América, Europa, Ásia, África e Oceania.

se confirmou ao longo das demais páginas dos jornais. Quanto aos protagonistas da ação jornalística na primeira página, os jornais de circulação nacional deram um espaço bem maior para autoridades¹⁰ e - 30% - para 17% nos jornais do interior que privilegiaram muito mais os cidadãos comuns, 37% versus 17%.

De qualquer forma, a pesquisa mostrou que, enquanto os *prestige papers* se firmam cada vez mais como vozes nacionais, os jornais do interior vão justificando sua existência a partir dos destaques locais e regionais que promovem. Em outras palavras, foi possível constatar na imprensa regional uma tendência para o cultivo de valores típicos dos regionalismos. É também visível que o processo de globalização, paradoxalmente, criou uma motivação no sentido de se buscar resgatar as identidades regionais. (MELO; QUEIROZ, 1998, p. 208)

Quanto à propaganda, segundo os mesmos autores (p. 209-210), os resultados mostram que o espaço ocupado pela propaganda no jornal do interior é quase equivalente ao dado ao jornalismo, sendo que na média os jornais nacionais brindaram o jornalismo com o dobro do espaço dado à propaganda – 63% versus 31%. Nos jornais do interior 63% são anúncios classificados, os quais atingiram 35% nos jornais de circulação nacional, sendo que desses anúncios, cerca de 31% correspondem a imóveis e 14,5%, a veículos, enquanto que nos jornais de circulação nacional os percentuais são de 7% e 6%, respectivamente. Quanto aos anúncios avulsos, a presença dos comerciais foi de 42% nos jornais de circulação nacional e 27% nos do interior.

Portanto, no período em que se realizou a pesquisa, a maior parcela da receita publicitária dos jornais do interior paulista foi obtida do comércio (27%), do mercado imobiliário (31%) e do mercado de veículos (14,5%). Os jornais do interior paulista deram mais espaço aos formatos jornalísticos informativos do que aos jornais de circulação nacional que, por sua vez, contemplaram o gênero opinativo com espaço maior.

Os jornais do interior reservaram 81% do seu espaço para notícias, reportagens, notas, serviços etc., contra 61,5% dos veículos de circulação nacional. No que se refere aos formatos opinativos, a situação foi inversa: os grandes jornais utilizaram 38,5% da mancha jornalística para colunas, comentários, editoriais, cartas etc. e os jornais do interior paulista, apenas 19%. (p. 211).

¹⁰ Autoridade: mandatário de função pública, vinculada tanto ao aparato do Estado quanto à sociedade civil, que se torna fonte de notícia pelo exercício do poder. (MELO; QUEIROZ, 1998, p. 21).

Por outro lado, quanto às temáticas jornalísticas, economia, cultura, informática e turismo foram as principais nos jornais de circulação nacional, enquanto que nos jornais do interior foram esporte, economia, cultura e política nacional. No que se refere à cadernização, os resultados da pesquisa confirmaram que esta já se tornou uma marca característica do jornalismo brasileiro. Cadernos especializados de economia, esporte, turismo, automóveis, imóveis etc. compõem a maior parte dos jornais regionais do interior paulista, assim como já se consolidou nos jornais de maior prestígio nacional.

Por fim, mencionamos as conclusões finais, que segundo os mesmos autores (MELO; QUEIROZ, 1998, p. 214) são as seguintes: a) O plano real – vigente na época em que a pesquisa se realizou – ao estabilizar a moeda brasileira e eliminar ou amenizar problemas decorrentes da inflação -, permitiu que as empresas planejassem melhor suas atividades e entre elas, as campanhas publicitárias que ao tomar o jornal como suporte, fez com que esses recebessem mais anúncios; b) os grandes jornais, bem como os do interior têm linguagens estéticas parecidas em aspectos como formato, sistema de impressão, uso de cores, ilustração, entre outros; e c) os jornais do interior tendem a dar uma cobertura maior à área em que atuam, enquanto os jornais maiores, os chamados *prestige papers*, tratam mais de problemas nacionais e internacionais.

Esta pesquisa, cujo propósito principal era confirmar as identidades regionais da imprensa do interior paulista, foi a mais ampla que encontramos. Como menciona os autores (p. 17-18), a imprensa do interior paulista foi pouca estudada e é, portanto, pouco conhecida no ambiente acadêmico.

Na esteira dos mesmos autores mencionamos alguns trabalhos que contemplam estudos da imprensa do interior. Em 1977, Wilson Bueno, em sua dissertação de mestrado, elaborou um perfil sociográfico da imprensa paulista, tomando uma amostra de jornais representativos das regiões administrativas do Estado. Em 1994, Melo (1996) promoveu uma análise comparada do conteúdo de quatro jornais do interior paulista. Há mais alguns trabalhos de natureza histórica, como o de Freitas Nobre (1950) escrito na metade do século passado.

Nele o autor evidencia que, se a tipografia chegou a Campinas já no ano de 1832, tal fato não redundou na publicação imediata de jornais no interior do Estado. Isto só iria acontecer dez anos depois, em Sorocaba, mesmo assim de modo efêmero, durante o episódio da Revolução Liberal protagonizado

por Diogo Antonio Feijó. O início das atividades do jornalismo impresso no interior paulista vai ocorrer efetivamente a partir da metade do século passado, em Santos, cujo porto marítimo sustentava significativo movimento comercial de importação e exportação, justificando-se o incremento do fluxo noticioso dentro da comunidade. (MELO; QUEIROZ, 1998, p. 18)

As obras mais recentes sobre a imprensa no interior são escritas por jornalistas que anseiam registrar suas experiências ou buscam depoimentos de terceiros. Há algumas que envolvem pesquisas documentais, como as de Júlio Mariano (1972) e outra de Eron Brum (1994). O primeiro elaborou uma cronologia da imprensa de Campinas e o outro, uma periodização da trajetória do jornal "A Tribuna" de Santos, em que os fatos noticiosos sustentam a própria história do jornal.

Em 1999, na defesa de sua tese de doutorado pela Universidade de São Paulo, a pesquisadora gaúcha Beatriz Dornelles traçou uma radiografia das empresas jornalísticas do Rio Grande do Sul. Com o trabalho "A prática do Jornalismo interiorano no Rio Grande do Sul - Potencial mercado de trabalho para o próximo milênio", ela alerta sobre a lacuna de estudos sobre a mídia do interior, potencial mercado profissional. Em 2004, o trabalho acadêmico foi lançado como livro "Jornalismo Comunitário em Cidades do Interior", pela editora Sagra Luzzatto.

A autora menciona que há um preconceito latente, no Estado, contra a imprensa interiorana, ou seja,

[...] há uma idéia corrente de que o jornal do Interior é menos jornal do que o jornal da capital. "Aceitar isso, no entanto, implica em comparar realidades distintas e os que pensam dessa forma incorrem, em termos lógicos, no mesmo erro dos que advogam a idéia de que a cultura do índio é mais atrasada do que a do branco. A nós não satisfaz tomar a grande imprensa como modelo", afirma Bueno (1977), professor e pesquisador da área em São Paulo. (DORNELLES, 2004, p. 13).

A pesquisadora, em sua tese toma emprestada da Associação dos Jornais do Interior do Rio Grande do Sul (ADJORI/RS), a expressão "jornalismo comunitário" para designação de seu objeto de trabalho.

A partir de um estudo daquela entidade, contendo 207 jornais filiados, ela seleciona uma amostra. Também se vale de dados estatísticos e informações básicas sobre os municípios selecionados pelo IBGE e prefeituras. Em sua amostra representativa, seleciona 14 jornais, de diferentes municípios, buscando ter pelo

menos um de cada macro-região do Estado, garantindo ainda a representatividade das diferentes periodicidades.

Ainda em sua busca por radiografar a experiência jornalística no interior gaúcho, Dornelles (2004) tentou entender o potencial mercado de trabalho analisando a autonomia e independência político-econômica de cada veículo.

A pesquisadora ainda buscou amearhar a percepção dos leitores e profissionais, ao tentar averiguar a aceitabilidade ou rejeição junto à comunidade. Para tanto se valeu de 1.402 questionários, ou seja, o equivalente a um por cento dos assinantes de 30 jornais do Interior, representando as microrregiões do Rio Grande do Sul, divididas geográfica, política, econômica e culturalmente.

Numa outra frente Dornelles ainda buscou o entendimento sobre a forma de pensar dos futuros operadores do jornalismo. Aplicou questionário em estudantes do oitavo semestre de 1995 das faculdades de jornalismo da PUC/RS, ULBRA e Universidade Federal do Rio Grande do Sul, ou seja, 66 universitários que representavam 100% dos formandos daquele ano nas referidas instituições de ensino superior.

Dornelles explicita que o "jornalismo comunitário", usual pelos profissionais da área em solo gaúcho, é diverso daquele consagrado na bibliografia, sendo que o jornal interiorano deve primar pela produção de matérias que atendam os anseios e as reivindicações da comunidade e não se prestar ao atendimento de interesses político-partidários. A mesma autora ainda delineará "comunidade" com base em Ferreira (1968 apud DORNELLES, 2004, p. 131):

Comunidade é um grupo humano, independente do número de pessoas, que vive em uma determinada área geográfica, caracterizada por um conjunto de relações e contatos íntimos, possuindo a mesma tradição, os mesmos costumes e os mesmos interesses, mais a consciência da participação em idéias e valores comuns.

Assim, o jornal interiorano pode ser caracterizado como

[...] produto impresso de uma empresa ou microempresa jornalística, constituída juridicamente na Junta Comercial de seu município, regida pelo ativo e passivo, tendo como objetivo o lucro, através da comercialização publicitária, venda de assinaturas e venda avulsa. O jornal deve, obrigatoriamente, ser registrado no Cartório de Registro Especial e manter uma estrutura administrativa mínima, que incluiu um diretor, um contador, um responsável pela distribuição do jornal, um vendedor de anúncios e um jornalista. O número de páginas deve ser, no mínimo, oito, não havendo

imposições para o máximo. A periodicidade deve ser constante (DORNELLES, 2004, p. 131)

Os jornalistas, com atuação no interior gaúcho, segundo Dornelles (2004) mesmo não dispondo de uma metodologia científica, buscam sistematizar suas ações com o propósito de se integrarem à comunidade. Tal atuação inclusive é crucial para a sobrevivência do veículo como integrante da referida comunidade.

A autora estabelece um limite para essa ação integrativa. Segundo Dornelles tal ocorrência é verificada em municípios com até 150 mil habitantes. Além desse limite os profissionais diminuem sua participação no cotidiano das decisões político-comunitárias. O tipo de jornalismo praticado é mais comportamental do que estrutural. Tal importância é vital para conceituação teórica posterior.

A proximidade do leitor, com o veículo, confere ao primeiro um grau de patronato subjetivo sobre o segundo. "Nas pequenas, os **leitores querem saber o que está acontecendo em sua cidade** [...]", afirma Dornelles (p.133, grifo do autor). A homogeneidade, das comunidades das pequenas cidades, confere caráter à manifestação jornalística. Ainda são ressaltados outros aspectos da práxis jornalística na tese de Dornelles (p. 134). O jornal do interior insere na esfera pública peculiaridades do cotidiano de seus leitores. As pessoas do Interior costumam apresentar o jornal como prova para o prefeito de que alguma coisa está errada. Dirigem-se à prefeitura com o periódico na mão, solicitando providências para aquilo que foi divulgado.

Os jornais do interior também são como registros históricos, pois são fonte riquíssima de pesquisa para as mais diversas áreas do conhecimento, tais como: História, Psicologia, Filosofia, Comunicação Social, Turismo, Engenharia, Arquitetura, Sociologia, Medicina Pública, Educação, Ciência Política, etc (p. 135).

Para concluir, Dornelles, em seu trabalho no interior gaúcho, atesta a independência deste segmento midiático das verbas públicas, a ausência de um jornalismo interpretativo e investigativo por ausência de qualificação profissional, nova fronteira da evolução da mídia impressa praticada nas comunitárias.

Sobre a opinião dos leitores podemos destacar ainda alguns aspectos dessa mídia. Mediante a aplicação de 1.402 questionários, em 30 jornais comunitários representativos das divisões microrregionais do interior do Rio Grande do Sul, equivalendo a um por cento do total de assinantes, foi demonstrado que o leitor

assina o jornal para saber o que acontece na cidade (65,5%), porque ele cobre bem as notícias da região (35,2%) e porque os periódicos representam e defendem os interesses da comunidade (27,8%) comprovando-se o vínculo pela proximidade.

Na ótica do mesmo leitor, apesar das dificuldades naturais, 70% dos pesquisados atribuem ao veículo impresso de sua comunidade o conceito bom ou muito bom, tendo ainda 18,4% como excelente e somente 3% como péssimo ou ruim. Ainda 75% identifica a comunidade na leitura do seu jornal.

Dos resultados sobre os profissionais, podemos enfatizar que os diretores dos jornais se queixam da falta de aptidão ou ausência de interesse do egresso das cadeiras universitárias de Jornalismo. Para o sindicato da categoria, no Rio Grande do Sul, inexistiu interesse dos proprietários em valer-se de mão-de-obra qualificada na academia.

A pesquisadora, para extrair uma explicação a essa controvérsia, indagou os próprios jornalistas na latência de lançarem-se ao mercado de trabalho, ouvindo a totalidade dos estudantes da ULBRA, PUC/RS e UFRGS da turma de 1995. Constatou que a grande palavra corrente no vocabulário desses novos jornalistas é "mudança" (71%) e que isso não está pautado na realidade das comunidades interioranas. Uma grande maioria desses universitários da capital (63,6%) admite que desconhece o mercado do interior.

A distorção da realidade, segundo a pesquisadora, é flagrante. Os novos profissionais estão desinformados sobre o assunto e demonstram preconceito, acreditando que o jornal do interior privilegia o noticiário local "o que os torna muito ruins porque eles deveriam publicar notícias de âmbito nacional e internacional".

Até mesmo a administração do negócio jornalístico demonstrou-se equivocada.

A baixa qualidade dos jornais é também atribuída "à dependência da publicidade", pois, no entender dos formandos, esta característica é exclusiva dos pequenos jornais. Segundo suas palavras, "os melhores jornais são melhores porque pertencem a grandes grupos de comunicação que, implicitamente, não dependem de anúncios publicitários", o que revela total ignorância de significativa parcela de estudantes quanto à administração financeira de um jornal (DORNELLES, 2004, p.149).

O estudo de Dornelles ainda explicita que 100% dos novos jornalistas admitiram que nada aprenderam sobre a prática do jornalismo no Interior, a não ser que "lá estão os piores salários". A autora (p. 105), ainda enfatiza, fundamentando-

se em outros autores que as escolas de Comunicação para as pesquisas e estudos da chamada grande imprensa, concentrada nos grandes centros urbanos, vem relegando ao segundo plano os jornais do interior que permanecem praticamente inexplorados, como se tivessem pouco ou nenhuma relevância no contexto da atividade jornalística do país. Tomando como referência os grandes veículos impressos, professores, estudantes, jornalistas e pesquisadores acabam omitindo, esquecendo da força da imprensa do interior, fundamental para a circulação de informações entre os moradores das cidades que produzem boa parte das riquezas deste país.

Ainda sobre a imprensa interiorana apresentamos os resultados da pesquisa de Mário Luiz Fernandes. No final de 2000, em dissertação de mestrado defendida perante Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, o pesquisador compôs o "Perfil da Pequena Imprensa da Santa Catarina". Dois anos após, o trabalho inspira o livro "A Força do Jornal do Interior", pela editora da Universidade do Vale do Itajaí.

Fernandes (2000) analisou os fatores que contribuíram para o crescimento desse segmento midiático em solo catarinense no período compreendido entre 1986 e 1999, bem como as interferências internas e externas à rotina produtiva da informação.

O pesquisador atesta que, apesar das deficiências há notório crescimento em qualidade, por vezes ultrapassando a melhoria observada na dita grande imprensa. Os agentes do jornalismo, no interior catarinense, segundo o autor da dissertação, fazem da palavra instrumento integrativo e agregador de valores as tradições culturais das pequenas comunidades.

O estudo é pioneiro e, como tal, enfrenta as dificuldades inerentes. Inexistem pesquisas aprofundadas sobre o segmento interiorano da imprensa catarinense.

No seu trabalho, Fernandes busca delinear o perfil da mídia impressa interiorana valendo-se de cinco aspectos:

- a) apurar o número de jornais existentes no estado;
- b) avaliar o índice de crescimento destes veículos no período enunciado acima;
- c) identificaram os fatores do crescimento;
- d) diagnosticar a estrutura operacional desses jornais;
- e) traçar o perfil dos jornalistas que atuam nesse meio.

Em seu estudo, mesmo valendo-se da conceituação de grande imprensa, Fernandes (2000) deixa claro que até mesmo os dois maiores veículos de Santa Catarina (a **Notícia**, de Joinville e o **Diário Catarinense**, de Florianópolis) são bem menores do que os expoentes do eixo Rio-São Paulo em termos de tiragem, veiculação publicitária e prestígio nacional e internacional.

No preâmbulo de sua observação, Fernandes (2000, p. 12) defronta-se com 170 veículos da mídia impressa interiorana, explicitando que esses possuem uma "estrutura empresarial e econômica frágeis".

Afiança ainda o pesquisador que tais veículos apresentam um foco jornalístico centrado no noticiário local, na **proximidade** entre o fato e o leitor. Fernandes conceitua pequena imprensa ou jornal do interior, como "jornal-empresa de propriedade privada com fins lucrativos; de linha editorial ampla, não dirigida a públicos específicos [...]; não pertencentes ou mantidos institucionalmente por entidades de classe [...]" (p. 13).

O pesquisador em seu trabalho deixa claro "jornal do interior" como sinônimo de "pequena imprensa", sem implicações de delimitação geográfica, devido à realidade catarinense.

Nesse momento é importante ilustrar que as três maiores cidades de Santa Catarina, juntas, contabilizam 1.176.698 habitantes (Joinville 487.003; Florianópolis 396.723 e Blumenau 292.972), sendo que no interior paulista somente Campinas, no mesmo estudo do IBGE (2007), verificou-se 1.039.297 habitantes.

No estudo catarinense, lançado por Fernandes (2000), se resgata a importância de Nelson Werneck Sodré (1966), Alfredo de Carvalho (1908) e José Marques de Melo (1973), para o nascimento da mídia impressa em solo brasileiro, somente após o transcurso de três séculos e a impressão do primeiro jornal.

O primeiro estriba como decorrência lógica do desenvolvimento capitalista, ou seja, sua ausência no Brasil, devido aos interesses da coroa portuguesa e da burguesia colonial brasileira.

Para o segundo, no resgate de Fernandes (2000), o atraso seria um viés político. O propósito da metrópole européia era garantir a dependência da importante colônia.

Numa busca de conciliar as teses anteriores, Marques de Melo (1973) observa validade em ambas e discorre sobre as limitações delas amparadas em

causas e efeitos do retardo. Para este último autor as causas reais, tidas como sócio-culturais, são:

[...] natureza feitorial da colonização; atraso das populações indígenas; predominância do analfabetismo; ausência de urbanização; precariedade da burocracia estatal; insipiência das atividades comerciais e industriais; reflexo da censura e o do obscurantismo metropolitanos. (MELO, 1973, p. 111)

Ainda no caráter histórico-sociológico o pesquisador resgata um fato marcante traçado por Juarez Bahia (1990, p.42). Num balanço efetuado em 1827, portanto, quase duas décadas após o nascedouro da imprensa brasileira, foram apontados nove jornais na capital federal do Rio de Janeiro e 22 espalhados pelas demais províncias. Neste ano, na capital da província paulista, é que surgiria o primeiro jornal tipográfico, **O Farol Paulistano**, de José da Costa Carvalho.

Fernandes (2000, p. 36) sinaliza que "[...] durante muito tempo a publicação de atos oficiais do governo garantiu a sobrevivência de inúmeros jornais". Isso ocorreu desde a metade do século XIX até meados da passada década de 80. O fato não é uma particularidade catarinense, mas uma contingência de toda a mídia impressa em seu nascedouro no país.

O primeiro jornal do interior catarinense surgiu em 1852. O lavrador prussiano Karl Knüppel fundaria o *Der Beobachter am Mathiasstrom* (O Observador às Margens do Rio Mathias). Era manuscrito e restringia sua tiragem a 50 exemplares.

O primeiro prelo, possibilidade tecnológica de produção seriada, chegou a Santa Catarina em novembro de 1862.

O pesquisador também delineia a grandeza do espaço geográfico onde está inserido o seu objeto. Na ocasião, Santa Catarina contava com uma população de 5,3 milhões de habitantes, com alto índice de alfabetização e renda *per capita* de R\$ 6,844 mil (1977), momento propício para o desenvolvimento da indústria cultural.

Ele cola número da mídia brasileira em 2000, quantificando em 2.245 jornais, dos quais 465 diários¹¹. Aqui o pesquisador faz uma ressalva.

¹¹Projeto Inter-Meios/Meio & Mensagem, auditado pela Price Waterhouse Coopers e apresentado no 53º Congresso Mundial de Jornais, realizado de 11 a 14 de junho de 2000, no Rio de Janeiro.

Estes números precisam ser vistos com uma certa cautela, pois é grande a dificuldade de se localizar todos os periódicos existentes no país até mesmo pela falta de registro legal de muitos deles. Este é um dado que ainda desafia os pesquisadores e as entidades que ligadas aos meios de comunicação. É muito provável que o número de jornais existentes no país seja bem superior a 2.245 (FERNANDES, 2000, p.61).

Somente na década de noventa, do século XX, Fernandes revela que a tiragem global dos veículos impressos brasileiros aumentou 69,93%, contrariando a idéia desposada de que os jornais estavam com seus dias contatos pelo advento da internet e outras mobilidades comunicativas contemporâneas.

Neste instante de seu trabalho, o pesquisador enuncia um outro dado que consubstancia a realidade editorial dos jornais brasileiros, sejam eles das capitais ou das pequenas cidades do interior: pouca leitura.

Apesar das boas perspectivas, o Brasil mantém um dos mais baixos índices de leitura. No país, são consumidos apenas 44 exemplares de jornal por mil habitantes/ano enquanto que em países como a Noruega este índice é de 583 por mil, no Japão 574 mil, na Finlândia 452 pr mil, na Suécia 420 por mil, na Costa Rica 412 por mil e na Suíça 376 por mil.¹² (p. 62)

A imprensa catarinense, de um modo geral, segundo a dissertação de Fernandes, vivenciou três distintas fases: **expansão** (anos 60); **modernização** (anos 70); e **profissionalização** (anos 80). Essa classificação é emprestada de Moacir Pereira (1992) e, em cada uma delas, fatores tecnológicos, econômicos, políticos e sociais foram preponderantes. A última fase ainda caminha mediante a necessidade dos empresários e a busca dos jornalistas.

Falar em profissionalização nos jornais de pequeno porte exige cautela. Poderíamos dizer que esta ainda é uma meta. Pouquíssimos são os que têm jornalistas habilitados com formação superior; a parcialidade na informação ainda persiste; o discurso latente em muitas destas folhas é mais ideológico-partidário que compromissado com o público leitor; o conteúdo informativo é pobre; a qualidade de informação deixa a desejar; o interesse exclusivamente financeiro se sobrepõe ao caráter social da informação; a apresentação estética de muitos periódicos é sofrível; os erros gramaticais e ortográficos são incontáveis (FERNANDES, 2000, p.72)

¹²Números apresentados por Timothy Balding, diretor Geral da WAN - World Association of Newspapers, no mesmo congresso mundial citado anteriormente.

A modernização dos grandes jornais, conforme Fernandes (2000), foi um dos fatores que acabou impulsionando o desenvolvimento dos pequenos. Com a terceirização de composição e impressão, os pequenos abandonaram aquela atitude artesanal preconizada por Juarez Bahia (1970) e Wilson da Costa Bueno (1977).

Para codificar as quatro categorias do jornalismo impresso catarinense, Fernandes (2000) se vale do modelo **guarda-chuva** criado por Benjamim Compaine para estudar a competitividade da indústria jornalística norte-americana nos anos oitenta. Naturalmente que os mercados - brasileiro e americano - são distintos. Este último é um mercado no qual os veículos do interior apresentam tiragens significativas, estruturação comercial avançada e percepção de lucro em escala, além de serem concorrentes de fato, enquanto os interioranos do Brasil apresentam uma força apenas enquanto conjunto segmentado.

Se, individualmente, os grandes jornais são consistentes conglomerados econômicos, têm elevada tiragem e exercem influência sobre grande massa de líderes de opinião, o que faz a força da pequena imprensa é o seu somatório (p.123).

No levantamento informal realizado em 1995, por Fernandes (2000), foram detectados 160 periódicos editados em 88 municípios. Cerca de 75% deles surgiram entre 1986 e 1995, demonstrando a juventude desses veículos. Na ocasião o pesquisador revelava que 68,26% dos municípios catarinenses não contavam com seu veículo de mídia impressa.

Sem dúvida que o custo é um elemento estrangulador da atividade jornalística impressa. Segundo Fernandes (2000), o reduzido mercado de anunciantes na maioria dos municípios não propicia a subsistência de jornais de maior porte.

O mercado da mídia impressa do interior, no estudo de Fernandes, foi observado em vários campos: a) perfil do empresário jornalista; b) estrutura empresarial; c) estrutura gráfica; d) estrutura de circulação; e) estrutura comercial; f) meios de comunicação nas cidades onde há jornais locais.

Destacamos os seguintes resultados: "[...] o empresário jornalista do interior é um profissional polivalente [...]" (p.140), sendo que apenas 32,6% vivem do jornal como fonte de renda exclusiva; os jornais são microempresas com no máximo 10 funcionários; a estrutura gráfica, na grande maioria, é terceirizada, colocando-os como refém dos **grandes**. Operam em suas redações com equipes reduzidas e sem

capacitação acadêmica ou teórico-profissional e o índice de penetração é uma incógnita, devido o fenômeno da cultura da **mentiragem**¹³.

O pesquisador, visando desbastar os excessos das informações de tiragem pelos empresários, cruzou-os com os dados de custo de impressão e ainda consultou as unidades gráficas. Com esse trabalho, ele alcançou o conjunto de 523 mil exemplares a cada conjunto de edição dos 177 jornais pesquisados.

As estruturas comercial e editorial, conforme antecipação nesse trabalho de Fernandes (2000), são os pontos mais vulneráveis na existência dos jornais do interior.

Valendo-se de Snider, o pesquisador catarinense analisa **proximidade** como preponderante entre os critérios de noticiabilidade nos jornais locais. Ainda explicita que tal âmbito de proximidade deve ser observado sob duas dimensões: a temática e a geográfica. “O que as pessoas buscam em meio à multidão é a identidade própria, é referência, um elemento de sinalização que as distingam, que as tornem diferentes, que as identifiquem enquanto indivíduo singular”. (apud FERNANDES, 2000, p. 203). “A notícia local é a missão dos jornais do interior.” (p. 211).

O profissional desse segmento da mídia impressa é especial, afirma Fernandes.

Nas pequenas redações, por força de contingência, expressiva parcela dos profissionais elabora a pauta, capta a informação, redige o texto, faz a foto, edita a matéria e cria a diagramação. É esta liberdade no fazer jornalístico, embora ela seja aqui decorrente da questão financeira, que denominamos de liberdade intrínseca. Este conjunto de afazeres, no discurso dos empresários, é um *grande aprendizado*. (FERNANDES, 2000, p. 238).

O leitor, dessa forma, segundo Fernandes, busca no jornal da sua cidade e, em essência, o que diz respeito direto ao seu cotidiano. Ele está além das temáticas. Ocupa-se apenas do aspecto localidade.

O público dos jornais locais parece compreender esta característica. Nestes periódicos, o seu interesse está no resgate de suas tradições culturais, das manifestações cotidianas, nas ocorrências que envolvem cidadãos próximos. É imprescindível que o jornal local conheça a história e as características da comunidade onde atua, que tenha pontos de identificação com esta comunidade. É neste processo de estímulo-resposta que se dá a interação entre o veículo e o seu leitor (p.256).

¹³Segundo Fernandes a expressão surgiu no contato com os empresários do setor e denomina a junção de mentira + tiragem, para denotar a escassez de conteúdo realístico nas informações prestadas por significativo número de empresários, inflando os números da tiragem de seus veículos.

Complementa Fernandes (2000) reiterando que os ciclos de expansão, modernização e profissionalização ainda não estão completos. O pesquisador menciona que a imprensa do interior catarinense tem muito ainda por crescer e qualificar-se nesse momento de consolidação.

Melo, em sua dissertação de mestrado, de 2006, intitulada “Jornalismo no Interior: as singularidades da produção jornalística em cidades do interior de Minas Gerais”, investigou como a dinâmica temporal e a proximidade espacial dos moradores das cidades de pequeno e médio porte interferem no processo de produção da notícia dos jornais impressos, o que lhes confere uma natureza diferente das encontradas nos jornais dos grandes centros urbanos.

O propósito anunciado pela autora era revelar particularidades e singularidades no processo de produção da notícia no interior, bem como dialogar com questões mais amplas referentes ao jornalismo. Assim, o que também dá relevância a sua investigação são as discussões sobre as teorias do jornalismo. Contempla reflexões sobre a Teoria do Espelho e a Teoria Construtivista e assenta suas reflexões em idéias no que denomina “terceira via”. Nessa via o jornalismo não é nem condicionado pelo real em si, já que ressignifica em sua operação de seleção e ordenação dos sentidos da mediação social; nem o condiciona simplesmente já que ele próprio não cria os sentidos sociais que já estão em curso no processo de mediação social simbólica. Há nessa relação um enorme campo de tensão e de forças já que se trata de uma forma de representação social que instaura um espaço social de visibilidade e disputa.

Para a autora, portanto, existe uma realidade social mediada simbolicamente no seio da sociedade que não foi forjada pelo jornalismo, mas ela enfatiza que não se pode menosprezar o jornalismo em sua força de intervir socialmente. Assim, ele tanto é um discurso de outro que é anterior, o social – como possui na sua forma de produção e visibilidade uma força interventora. Esclarece que o jornalismo possui relativa autonomia ao selecionar e valorizar certos aspectos da realidade, ordenando-a e hierarquizando-a. Ele pode se chocar, sobrepor-se ou até mesmo reforçar a construção de realidade da sociedade em que se insere.

Reflexões sobre as teorias do jornalismo serão contempladas no próximo capítulo dessa dissertação. Retomemos os resultados obtidos por Melo em sua

investigação. Após as reflexões sobre teorias do jornalismo, a autora destaca as diferenças entre o jornalismo das grandes cidades e o de cidades de pequeno e médio porte de Minas Gerais. Em seguida, analisa entrevistas de 60 profissionais envolvidos com jornais no interior de Minas Gerais, bem como analisa também, comparativamente, o conteúdo de 26 capas de jornais dessas cidades, do que conclui:

- a) a pesquisa sobre jornalismo no interior é um tema difícil de ser tratado devido ao seu caráter incipiente e pelo fato de que o jornalismo ainda é praticado de modo difuso em cidades de pequeno e médio porte;
- b) a pesquisa sobre jornalismo no interior não é contemplada em discussões acadêmicas, ou seja, o tema é marginalizado por profissionais da área e, por outro lado, a bibliografia é escassa;
- c) os estereótipos constituem um problema - a mídia no interior é taxada de mídia que se presta ao poder local e é de baixa qualidade;
- d) a prática do jornalismo no interior se revela como difícil e desafiadora e não como um modo artesanal e menor de produzir notícias;
- e) há um grande diferencial na produção de jornalismo no interior que é a questão do estreito relacionamento com o público, ou seja, há uma proximidade imediata entre receptor e jornal.

Os resultados dessa investigação contribuem principalmente para alertar os profissionais da área do quanto essa mídia pode desempenhar um papel significativo, contribuindo para que os leitores (re)construam suas leituras da realidade, principalmente se atentarem para o fato de que eles – os leitores - vivenciam os acontecimentos (re)construídos nas notícias.

Na XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, ocorrido em maio de 2006, na cidade paulista de Ribeirão Preto, a professora da Unesp/Bauru, Fernanda Maria Cicillini apresentou seu estudo sobre o jornalismo impresso no centro do Estado de São Paulo, com o título "Os Jornais como Meios de Difusão da Informação Local".

Nele é apresentada uma breve reconstituição das principais fases da imprensa paulista, sobretudo a do interior. Cicillini (2006) ainda oferece os fundamentos teóricos para delimitar a importância da informação local e os dados recentes sobre a imprensa nessa região mediante um projeto de Inventário financiado pelo CNPq no período de 2002 a 2004.

A pesquisadora informa que o leitor sempre se identifica com o jornal de sua cidade, seja qual for sua matiz editorial. Para Cicillini (2006) é o jornal do interior, por sua proximidade, que interessa mais de perto o leitor.

O trabalho alerta que o Estado de São Paulo concentra praticamente a metade dos títulos da imprensa brasileira. Com dados mais recentes, que constam do cadastro da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), Cicillini revela que em 2003 havia 2.993 jornais, das mais variadas periodicidades. Destes, 959 títulos circulavam no Estado de São Paulo.

Do mesmo montante cerca de 750 jornais eram do interior. A Associação dos Jornais do Interior de São Paulo (ADJORI/SP) tinha em seu anuário como filiados 436 destes periódicos.

Como resultado de suas pesquisas, a autora destacou que 54% dos leitores dos jornais do interior paulista preferem o veículo local. Outros 11% preferem apenas os títulos oriundos da capital do Estado. Existem ainda 35% que não abdicam da condição de ler ambos: local e da capital.

Afirma ainda que os jornais do interior de São Paulo já aderiram ao uso de tecnologias: 86,4% são impressos off-set e 93,9% têm suas redações informatizadas, descartando aquele aspecto artesanal e rudimentar verificado nos estudos da década de setenta por Wilson da Costa Bueno (1977), em dissertação pela ECA/USP.

A mídia impressa do interior paulista é colocada em duas categorias: jornais regionais (ou de médio porte) e os jornais locais (de pequeno porte). O primeiro é aquele que tem uma tiragem maior em relação à quantidade de habitantes da cidade. Não subsiste apenas com os recursos locais (publicidade e assinatura) e busca ampliar sua participação, abrangendo áreas limítrofes em sua inserção regional. Cicillini (2006) ainda elenca como característica dos jornais regionais a estrutura empresarial, a estrutura editorial e o ritmo industrial de produção da notícia.

O pequeno jornal, segundo a pesquisadora, é o que busca seu sustento apenas na abrangência de sua cidade. Objetiva criar um sentimento de comunidade e está voltado para o desenvolvimento local. Tal categoria engloba um paradoxo: apesar dos recursos contemporâneos e da inserção numa nova cultura comunicacional, sua edição é artesanal ainda, tendo em quase todas as suas etapas a ação individual de um agente. Sua estrutura comercial é insipiente, havendo um

investimento financeiro mais por um aspecto sentimental do que de retorno publicitário.

No universo pesquisado, 77,8% identificam o **local** como editoria fixa. Mesmo os tidos jornais regionais, de médio porte, também buscam criar esse vínculo de proximidade e identificação com o aspecto local em suas páginas.

Para concluir, apresentamos, em linhas gerais, os resultados de uma pesquisa sobre o jornalismo no interior paulista. Em abril de 2007, com organização de José Marques de Melo, partes importantes da história comunicacional paulista são resgatadas. O livro “Os Bandeirantes da Idade Mídia” apresenta palestras proferidas no Ciclo de Estudos sobre a História da Mídia Paulista realizado em 2004, no Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo.

Na introdução, Melo se reporta ao historiador Affonso de Freitas para argumentar sobre o atraso da imprensa em solo paulista e preleciona dois fatores inibidores do desenvolvimento da mídia impressa em São Paulo: a insignificância da competitividade comercial e a dispensa da autoridade estatal em amear apoio na esfera pública, devido à ausência de forças representativas de oposição. Esse autor também informa que as transformações econômicas, no Estado de São Paulo, durante a Primeira República, foram fundamentais para a expansão do jornalismo impresso informando pelas palavras de Affonso de Freitas que em 1914 “[...] todos os municípios paulistas, em número de 174, dispõem de imprensa própria, sendo raros os que não contam com mais de um periódico de publicação regular” (1915, p. 537-538 apud MELO, 2007, p.24-25).

Na mesma obra, mas desta feita se reportando a Célio Franco (apud MELO, 2007, p. 101), ao analisar um caso da imprensa na região do ABC paulista, menciona que “As tribos – e o sentimento de pertencer a uma comunidade, cultura, tradição ou apenas um estilo de vida - tornaram-se o contraponto à onda globalizante e à massificação.”

Conjeturando sobre os efeitos da globalização e dos arranjos empresariais visando aumento da lucratividade, Franco informa que “[...] embora não existam dados consolidados sobre o desempenho dos jornais locais, existe um consenso de que, por serem menos sensíveis às oscilações da economia mundial, as perdas de tiragem foram menores nos últimos anos” (p.104-105).

Os **laços comunitários**, no entendimento de Franco, acabam sendo favorecidos pelo amadurecimento de seus respectivos mercados e também pela

regionalização dos investimentos publicitários por parte dos grandes anunciantes do país.

O pesquisador cita o lançamento da rede “Bom Dia”, com jornais diários em Sorocaba, São José do Rio Preto, Bauru e Jundiaí, como exemplo desse favorecimento.

Há segundo Franco (apud MELO, 2007, p. 107), uma busca de leitores mais jovens para a mídia impressa em todos os seus segmentos, em todo mundo, dada a concorrência representada pelo acesso à internet. Mas ele também enuncia que os jornais brasileiros, devido à nova formatação do extrato social pelo aumento da alfabetização, podem ampliar sua base de leitores.

Conclui, mencionando que a situação do Diário do Grande ABC, às vésperas de meio século de existência, volta para sua origem, com a prática de um jornalismo regional de forte inserção na comunidade, para debelar suas crises existenciais.

Por fim, Gisely Valetim Vaz Coelho (2007), informa que foi iniciado em outubro de 2001, o projeto "História da Imprensa Paulista: Inventário Bibliográfico Analítico", que prevê várias fases para a composição de um mosaico contemporâneo e atualizado da realidade em solo paulista.

Os primeiros resultados revelam a produção acadêmica da ECA/USP sobre a História da Imprensa, a partir da década de 1990 até 2002.

Na maioria, esses trabalhos versam sobre o século XX, sobretudo as décadas de 80/90. Em sua maioria são monografias (sobre um veículo específico, entidade ou profissional) e análises de discurso (considerações sobre um veículo ou mais, num momento histórico bem definido). O trabalho ainda está em desenvolvimento.

Constatamos que a nossa investigação poderá vir ao encontro de muitos dos resultados aqui apresentados, no entanto, contempla um período diferente e uma região menor do Estado de São Paulo. Por outro lado, a diversidade de locais considerada e a concordância de certas especificidades poderão contribuir para a generalização dessas, bem como para se atentar para a melhoria da qualidade na produção desse tipo de mídia. Também tentaremos buscar a importância atribuída aos jornais pelos leitores, para assim tentar resgatar o papel do jornalismo impresso do interior.

2.1 Sobre teorias do jornalismo

De modo resumido, apresentamos um panorama das teorias do jornalismo, incluindo as tendências reinantes no Brasil. Concluímos com algumas idéias sobre autopoiese e discutimos a possibilidade de se valer de tal conceito no jornalismo, via teoria social de Luhmann (2005).

2.1.1 Panorama das teorias do jornalismo

Segundo Traquina (2005a, p. 65), entre os estudos sobre jornalismo realizados por várias décadas do século XX, pode-se destacar a existência de várias teorias do jornalismo que, apesar de não ser teoria no sentido estrito do termo, tentam esclarecer a relação entre as notícias e a realidade. Ao tratar dessa relação, várias vertentes se delineiam em torno da concepção de que a notícia reflete a realidade ou é uma construção social.

Para o mesmo autor (p. 65-68), na teoria do espelho, o jornalismo é tratado como capaz de transmitir a realidade de forma não depurada, tal como uma imagem no espelho. O jornalista é considerado um agente desinteressado que não se desvia da sua missão de informar, de procurar a verdade. Essa teoria se desenvolveu, por duas vertentes principais em alguns países, como França, Estados Unidos, Inglaterra e Alemanha, seguindo o crescimento dos meios de comunicação. Neste período, a imprensa cresceu como uma indústria.

A primeira vertente surgiu em meados do século XIX como o jornalismo da informação, que apregoava a separação entre fatos e opiniões. Assim, o papel do jornalista era comunicar os fatos, o que implicava que comentários não eram permitidos. Quanto à segunda vertente, que se desenvolveu nos anos 20 e 30 do século XX, nos Estados Unidos, trouxe à tona o conceito de objetividade – não como negação de subjetividade -, mas postulando que a crença simples nos fatos deveria ser substituída por fidelidade às regras e procedimentos criados para um mundo em que os fatos eram colocados em dúvida. Assim, o método investigativo jornalístico deveria ser científico e os procedimentos profissionais.

Nessa teoria, portanto, a legitimidade e a credibilidade dos jornalistas se assentavam na crença de que as notícias refletem a realidade e que os jornalistas,

por seguirem normas profissionais e “reproduzirem” o acontecimento na notícia são, portanto, imparciais. Mas, por estar intimamente ligada à própria legitimidade do jornalismo – uma explicação insuficiente -, essa teoria é altamente questionável.

Nos anos 50 surge a primeira teoria acadêmica sobre o jornalismo, desenvolvida por David M. White e denominada teoria da ação pessoal ou do *gatekeeper*. Para Traquina (2005a, p. 69-70), nessa teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas no decorrer do fluxo da notícia; as escolhas se dão sempre que ela adentra certos *gates*, ou seja, adentra “portões” ou áreas de decisão em que o jornalista – o *gatekeeper*-, decide se escolhe ou não uma notícia. Por outro lado, para o criador desta teoria, o processo de seleção é subjetivo e arbitrário, ou seja, as decisões dependem das experiências, das concepções, das expectativas do *gatekeeper*. No entanto, envolve também uma concepção limitada do trabalho do jornalista, minimizando outros aspectos envolvidos na seleção das notícias, como exemplo, a estrutura burocrática da organização jornalística, que passa a ser enfatizada em uma outra teoria, a teoria organizacional do jornalismo.

Ainda na esteira do mesmo autor (p. 72-78), a teoria organizacional constitui um avanço teórico por considerar a produção jornalística no âmbito organizacional e não mais individual. A notícia não mais reflete a realidade, mas passa a ser o resultado de processos de interação social que ocorrem também envolvendo a empresa jornalística. Assim, os jornalistas são empregados numa burocracia produtora de notícias e, de certo modo, as notícias por eles construídas se impregnam da estrutura social e das pressões da sala de redação. A autonomia do jornalista é, portanto, consentida. O autor se vale do criador desta teoria, Warren Breed, para destacar alguns fatores que promovem a conformação do jornalista à política editorial da organização (que permanece implícita nas interações no âmbito organizacional): a) a autoridade institucional e as sanções (atribuição das tarefas, modificações nas peças - como a reescrita e cortes no texto; a colocação ou não da peça, a sua assinatura - etc.); b) os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores; c) as aspirações de avanços na carreira sem questionamento em relação à política editorial; d) ausência de conflitos entre grupos; e) o prazer pelo trabalho construindo um ambiente de cooperação e f) as notícias como valor.

Para Traquina (2005a, p. 78), outra questão importante que tal teoria faz emergir é a da importância do fator econômico na produção jornalística. O jornalismo

em sendo um negócio leva as empresas a enfrentarem o balanço entre custos e receitas, sendo que as receitas advêm das vendas e da publicidade. Assim, o espaço disponível para as notícias é também determinado pela publicidade. A questão econômica possibilita que se lance para a notícia um olhar diferenciado, ou seja, ela é agora um produto que deve ser tratado na relação entre o produtor e o cliente, e ainda, satisfazer às exigências dele. Ela passa a ser um produto perecível, logo, deve chegar ao cliente o mais rapidamente possível, tanto que uma idéia muito difundida nos meios jornalísticos é a de que a notícia que chegar primeiro será a mais utilizada durante todo o ciclo de notícias que trata de um acontecimento.

Mas a questão da objetividade pode ser revista, novamente, segundo as teorias de ação política. A partir do princípio que é possível reproduzir a realidade, a objetividade se atinge quando as notícias não sofrem distorções.

Para Traquina (2005a, p. 80), nessas teorias, os meios de comunicação noticiosos são considerados instrumentos de interesses políticos e contam com a versão de esquerda e de direita. De modo geral, na versão de esquerda, os meios de comunicação são tidos como instrumentos que colaboraram para a manutenção do sistema capitalista; enquanto na versão de direita, servem para pôr o capitalismo em cheque. No entanto, ambas as versões tratam as notícias como distorções sistemáticas que servem aos interesses políticos de agentes sociais, que as utilizam para projetar suas visões de mundo, de sociedade etc.

O esquema abaixo ilustra uma comparação entre o papel do jornalista nas duas versões (Figura 1).

Versão de direita	Versão de esquerda
• papel ativo (bode expiatório dos males do produto jornalístico)	• papel pouco relevante
• detêm o controle pessoal sobre o produto jornalístico	• função reduzida à executante
• injetam as suas preferências políticas no conteúdo noticioso	• está a serviço do capitalismo quando não coniventes com as elites.
• têm valores políticos coerentes e, a longo prazo, estáveis	

Figura 1 – Comparação do papel do jornalista (esquema elaborado pelo autor, segundo Traquina (2005 a, p. 81).

Para o mesmo autor (TRAQUINA, 2005a, p. 82), uma das formulações mais completas da teoria em questão, versão de esquerda, foi proposta por Herman e Chomsky que, entre outras idéias, argumentavam que o conteúdo das notícias não era determinado ao nível interior, o das concepções dos jornalistas, nem ao nível interno, o da organização jornalística; mas ao nível externo, o nível macroeconômico. Há, portanto, uma relação direta entre o resultado do processo noticioso e a estrutura econômica jornalística.

Segundo Traquina (2005b, p. 165), Herman e Chomsky explicam a submissão do jornalismo ao sistema capitalista, os seguintes fatores:

- a) a estrutura de propriedade dos media;
- b) a busca pelo lucro, daí a importância da publicidade;
- c) a dependência dos jornalistas quanto às fontes (governamentais e empresarias);
- d) as ações punitivas dos poderosos e
- e) a ideologia anti-comunista dominante na comunidade jornalística norte-americana.

O mesmo autor destaca também que para esses autores, as notícias são como “propaganda” que sustentam o sistema capitalista.

Freqüentemente um tema ou acontecimento é capaz de servir às relações públicas ou exigências ideológicas de um grupo de poder. Estes temas ou acontecimentos são então vistos como ‘grandes histórias’ e podem ajudar a mobilizar a opinião pública numa direção específica. Em todos esses casos a cobertura dos *media* ou a ‘publicidade’ salienta e mobiliza o apoio público para ações da política nacional e internacional (TRAQUINA, 2005b, p. 166).

O problema central dessa proposta é a visão altamente determinista dos modos de funcionar do jornalismo, pois ou os jornalistas colaboram na utilização instrumentalista dos meios de comunicação noticiosos ou são submissos aos interesses dos proprietários.

Mas, nos anos 70, emerge a teoria construtivista, que trata a notícia como construção, “[...] oposto à perspectiva de notícias como ‘distorção’ e que também põe em causa diretamente a própria ideologia jornalística e a sua teoria das notícias como espelho da realidade.” (p. 168).

Assim, para os defensores desta teoria, o processo de produção das notícias não só pressupõe a natureza consensual da sociedade como sublinha o papel das notícias no reforço da construção da sociedade como consensual. Os mapas de significado incorporam e refletem os valores comuns, formam a base de conhecimentos culturais e são mobilizados no processo de tornar um conhecimento inteligível. (TRAQUINA, 2005a, p. 90-91)

A notícia como “construção” era considerada como resultado de interações do tipo: jornalista/fonte, jornalista/sociedade e comunidade profissional/organização. Como a teoria construtivista considera o meio externo à comunidade profissional e à organização, ela se caracteriza como uma teoria macrossociológica. A cultura jornalística ou a estrutura dos valores-notícia dos jornalistas, a ideologia dos membros da comunidade, bem como as rotinas dos profissionais são enfatizadas nessa teoria. Os jornalistas são considerados como participantes ativos na construção da realidade.

A teoria construcionista, para o mesmo autor, rejeita a concepção da notícia como imagem especular da realidade, pelos seguintes motivos:

[...] é impossível estabelecer uma distinção radical entre realidade e os *media* noticiosos que devem refletir essa realidade, porque as notícias ajudam a construir a própria realidade. Em segundo, defende a posição de que a própria linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos, porque a linguagem neutra é impossível. Em terceiro lugar, é da opinião de que os *media* noticiosos estruturam inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos, devido a diversos fatores, incluindo os aspectos organizativos do trabalho jornalístico. (TRAQUINA, 2005b, p. 168-9)

A teoria construcionista, a estruturalista e a etnoconstrucionista que predominaram nos anos 60 e 70, segundo Traquina (2005a, p. 85-6), rejeitavam a teoria do espelho como também o empirismo ingênuo.

Segundo Traquina (2005a, p. 88-9), a teoria estruturalista é macrossociológica, no entanto, admite a autonomia do jornalista em relação a um controle econômico direto, ao contrário da teoria da ação política (versão de esquerda). Para os principais representantes desta teoria – Stuart Hall, Chas Critcher e Brian Roberts, entre outros importantes pesquisadores -, a notícia é um produto social resultante de vários fatores, tais como: a organização burocrática dos meios de comunicação; a estrutura dos valores-notícia e o próprio momento da

“construção” da notícia, que abarca um processo de identificação e contextualização, com vínculos com aspectos culturais da organização.

A teoria estruturalista, portanto, orientada para as fontes, sendo que as oficiais detêm vantagens estratégicas, privilegiam os valores-notícia, notadamente os que contribuem para reprodução da ideologia dominante, o que não se mantém na teoria etnoconstrucionista.

Para Traquina (2005a, p.94), na teoria etnoconstrucionista, a notícia é resultado de um processo de produção definido como a percepção, seleção e transformação da matéria prima (acontecimento) num produto (notícia). O jornalista, diante do universo de acontecimentos, sua matéria prima, escolhe o que será digno de adquirir existência pública, ou seja, o que terá noticiabilidade.

“Os próprios conceitos de noticiabilidade requerem pressuposições dos jornalistas sobre o que é normal da sociedade” (p. 12) e, o mesmo autor, valendo-se de idéias de Gitlin, destaca que o processo de enquadramento sofre influências de pressuposições, enraizadas no meio jornalístico, como as seguintes: a notícia envolve acontecimentos e não as condições que os produzem; privilegia o conflito e não o consenso, bem como privilegia também o fato que alimenta a ‘estória’ e não o que a explica, enquanto o papel das fontes se enfraquece diante do papel dos jornalistas, sendo que elas vêm como resultado de ações estratégicas. Assim as práticas profissionais e as rotinas para a produção de notícias são enfatizadas.

O início dos anos 80, do século passado, trouxe mudanças nos estudos dos meios de comunicação de massa. As novas tendências que se delinearam indicam uma superação do impasse do debate ideológico e propõem o estudo de problemas específicos, envolvendo âmbitos disciplinares diversos. A hipótese do *agenda-setting* e o *newsmaking* são tais tendências.

Os estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa, até então, se valiam das seguintes concepções:

- a. os processos de comunicação são assimétricos: existem um sujeito ativo, que emite o estímulo, e um sujeito mais passivo, que é atingido por esse estímulo e reage;
- b. a comunicação é individual, um processo que diz respeito, antes de tudo, a cada indivíduo e que deve ser estudado em relação a estes indivíduos;
- c. a comunicação é intencional, a introdução do processo por parte do comunicador ocorre intencionalmente e, em geral, destina-se a um objetivo; o comunicador visa a um determinado efeito;
- d. os processos de comunicação são episódicos: o início e o fim da comunicação são limitados temporalmente, e cada episódio de

comunicação tem um efeito isolável e independente (SCULTZ, 1982, p. 52 apud WOLF, 2005, p. 137-138)

Tais concepções não mais norteiam os estudos de comunicação de massa, de modo geral, tanto que algumas foram abandonadas, enquanto outras foram transformadas. Nas tendências que se fundamentavam em tais concepções, os efeitos eram tratados como conseqüências de curto prazo e se considerava que os meios de comunicação interferiam diretamente no comportamento. Nas tendências anunciadas – a hipótese do *agenda-setting* e o *newsmaking* - os efeitos são tratados como possíveis de ocorrer, mas a longo prazo e os meios influenciam os receptores, mas influenciam na construção da realidade social desses.

As pesquisas sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa, segundo Wolf (2005, p. 138), que menciona as idéias de Neumann, também sofrem mudanças. Elas enfatizam a cobertura global de todo o sistema da mídia, em detrimento de estudos individuais, como campanhas, por exemplo; optam por metodologias integradas e complexas, ao invés de dados coletados por meio de entrevistas com o público; bem como para reconstrução do processo com o qual o indivíduo modifica a própria representação da realidade social, ao invés de observações e medição de mudanças de postura e opinião.

Ainda, segundo Wolf (p. 138), muda também o tipo de efeito. Não se avalia mudanças de atitudes, valores ou comportamentos do destinatário, mas efeitos cognitivos sobre o sistema de conhecimentos que o indivíduo assume e estrutura com estabilidade, devido ao seu consumo de comunicações de massa. Não se trata dos efeitos pontuais, mas cumulativos, ou seja, os efeitos são tratados de acordo com a exposição do destinatário a cada mensagem. “Isso salienta o caráter processual da comunicação, que deve ser analisada tanto na sua dinâmica interna, quanto nas suas relações com outros processos de comunicação, precedentes ou contemporâneos.” (p. 139).

Segundo Wolf (p. 139) há mais duas características a se acrescentar: a crescente influência da sociologia do conhecimento e o abandono da teoria da informação.

Ao voltar sua atenção para a importância e para a função dos processos simbólicos e de comunicação como pressupostos da sociabilidade, a sociologia do conhecimento torna-se progressivamente uma das temáticas-

guia na fase atual da pesquisa; sendo assim, não é por acaso que, de modo paralelo, a temática dos efeitos se identifica na perspectiva dos processos de construção da realidade. (WOLF, 2005, p. 140)

Assim, os estudos dos efeitos contemplam a relação entre a ação dos meios e o conjunto de conhecimentos sobre a realidade social que caracteriza uma determinada cultura. São relevantes as seguintes características da mídia: a acumulação, a consonância e a onipresença, que Wolf (p. 142) descreve, seguindo as idéias de Neumann. A acumulação se refere à capacidade da mídia de criar e sustentar a relevância de um tema, que é consequência do modo como se dá a cobertura informativa. A consonância se deve ao fato de que o processo de produção da informação guarda traços comuns e as semelhanças são mais significativas que as diferenças. Já a questão da onipresença diz respeito não só a difusão quantitativa, mas ao fato de que o “saber público – conjunto de conhecimentos, opiniões, atitudes, difundidos pela comunicação de massa – possui uma qualidade particular: é sabido publicamente que ele é publicamente conhecido”.

A seguir, vamos conferir essas mudanças ou parte delas, nos breves comentários sobre a hipótese *agenda-setting* e, em seguida, sobre *newsmaking*, segundo Wolf.

Wolf (2005, p. 143), fundamentando-se em Shaw (1972), comenta que a hipótese da *agenda-setting* não pressupõe que a mídia tenta persuadir, mas que ao descrever e precisar a realidade externa, a mídia estipula ao público uma lista de fatos sobre os quais se pode ter opinião e discutir. Ainda a compreensão das pessoas acerca da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa.

Devido à ação das diversas mídias, como jornal, televisão e outros,

[...] o público é ciente ou ignora, dá atenção ou descuida, enfatiza ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas tendem a incluir ou excluir dos próprios conhecimentos o que a mídia inclui ou exclui do próprio conteúdo. Além disso, o público tende a conferir ao que ele inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos meios de comunicação de massa aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW, 1972, p. 96 apud WOLF, 2005, p. 143).

Vamos destacar alguns aspectos gerais dessa tendência. Tal tendência não possui um rol de concepções e metodologias delas decorrentes, nem mesmo um

tempo de práticas de pesquisas para que possamos denominá-la de paradigma. É um núcleo de conhecimentos parciais, suscetível de ser integrado e articulado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e os efeitos da mídia, de acordo com o mesmo autor (WOLF, 2005, p. 144). Ainda, o fato de se considerar que as influências ocorrem em longo prazo é um aspecto inovador. Quanto à dependência cognitiva do usuário das mídias em relação ao seu processo de construção da realidade social, ela se configura segundo dois níveis: a “ordem do dia” - temas, argumentos e problemas presentes na agenda da mídia -, e a hierarquia de importância e de prioridade com que os elementos selecionados estão dispostos na “ordem do dia”.

O autor comenta resultados de pesquisas já realizadas. Como exemplos destacamos o diferente poder de agenda dos diversos meios e que a capacidade de influência dos meios sobre o conhecimento do que é importante varia conforme os temas tratados.

O procedimento padrão desse tipo de pesquisa prevê uma comparação entre a agenda da mídia e a do público; uma medida agregada do conteúdo dos meios de comunicação é confrontada com uma medida agregada dos conhecimentos possuídos pelos destinatários. O aspecto mais negligenciado - e, no entanto, crucial para a articulação satisfatória da hipótese concerne às modalidades de “passagem”, de transformação de uma agenda para outra. (McCOMBS, 1981, p. 211 apud WOLF, 2005, p. 167)

Wolf (p. 163) menciona que McCombs “[...] defende uma eficácia *temporalmente graduada e diferenciada* dos diversos meios de comunicação de massa [...]”, a partir de resultados de pesquisas sobre a campanha presidencial americana de 1972.

Os jornais são os primeiros promotores a organizar a agenda do público. Eles definem amplamente o âmbito do interesse público, mas os noticiários televisivos não são totalmente desprovidos de influência. A televisão possui um certo impacto a curto prazo na composição da agenda do público. Talvez o melhor modo de descrever e distinguir essas influências seja chamar a função dos jornais de “agenda-setting” e da televisão de “ênfase”(ou *spot-lighting*). Muitas vezes, a natureza fundamental da agenda parece ser organizada pelos jornais, enquanto a televisão essencialmente reorganiza ou reordena os temas principais da agenda (McCOMBS, 1976, p. 6 apud WOLF, 2005, p. 163).

Na esteira de Lang, Wolf (2005) menciona que a construção da agenda é um processo coletivo. A construção da agenda, segundo Wolf (p. 179), envolve as seguintes fases: focalização, *framing*, estabelecimento de vínculos e, por fim, de “porta-vozes”. Na fase da focalização, a mídia coloca em primeiro plano um acontecimento, uma ação, um grupo, uma personalidade etc.; na outra, a fase do *framing*, trata-se de delinear um quadro interpretativo para o que foi alvo da focalização e, em seguida, na fase do estabelecimento do vínculo trata-se de colocar o objeto ou o acontecimento num panorama social e político reconhecido, enquanto que na outra, o tema se fortalece se puder se personificar em indivíduos “porta-vozes”, ou seja, a possibilidade de dar forma à agenda depende da habilidade, dos “porta-vozes”, que podem dirigir a atenção da mídia no sentido de reiniciar todo o ciclo de fases.

Quanto ao caminho da hipótese do *agenda-setting*, ele parece

[...] articular a própria formulação inicial em direção a um aprofundamento na dinâmica interna de um efeito peculiarmente cognitivo e cumulativo, e, de outro, em direção à verificação mais precisa da continuidade entre lógica de produção nos aparatos de informação e mecanismos de aquisição dos conhecimentos por parte dos destinatários. (WOLF, 2005, p. 180).

À luz dessa tendência podemos concluir que os editores e os programadores desempenham um papel muito importante na formação da realidade social, uma vez que as informações são por eles selecionadas e classificadas.

A seguir, em linhas gerais, a tendência denominada *newsmaking* que envolve também estudos sobre emissores e sobre os processos de produção nas comunicações de massa.

Para Wolf (p. 181), a tendência *newsmaking* guarda pontos em comum com as tendências anteriores. Nela se estudam os emissores e os processos de produção nas comunicações de massa. O aspecto mais significativo das pesquisas é o de que elas desidealizam a análise e o debate sobre as comunicações de massa em geral e sobre o setor de informação, focalizando as evidências fornecidas pelo trabalho de pesquisa.

O mesmo autor (p. 181-182) adverte que esta abordagem deveria contemplar toda a produção de comunicações de massa, no entanto, na maioria dos casos voltaram-se para o campo da informação, devido a sua relevância e centralidade. Assim, a sociologia dos emissores trata dos produtores de notícias.

Na tendência *newsmaking* considera-se que a produção de informações de massa depende da cultura profissional do jornalista e da organização do trabalho, bem como dos processos produtivos. As pesquisas tratam das conexões possíveis entre esses aspectos. A problemática de um caso excepcional – como no *gatekeeper* – é ampliada para o andamento normal da cobertura informativa em períodos mais longos. Conforme já apresentamos no capítulo um, a teoria da ação pessoal ou do *gatekeeper*, surgiu nos anos 50 do século passado.

As pesquisas desenvolvidas no *newsmaking* têm em comum a técnica da observação participativa. O que importa nessas pesquisas é a presença do pesquisador no local. Wolf (2005, p. 191) explica que os dados são coletados pelo pesquisador que deve estar presente no local que serve de objeto de estudo por meio de observação sistemática, ou por meio de conversações informais ou ocasionais, ou de entrevistas com os sujeitos envolvidos no processo de produção.

Em relação a esse aspecto metodológico, as pesquisas realizadas nessa tendência são inovadoras. Após apresentar e discutir os resultados de pesquisas sobre a produção de informação desta tendência, Wolf (p. 267) conclui que tais pesquisas, de um lado, trouxeram à tona a complexidade do processo de produção de informação e, de outro, as determinações estruturais da cobertura informativa e da representação da realidade social que a mídia costuma fornecer.

O trabalho dos emissores é considerado como um processo que “contém tudo”, ou seja, que contemplam distorções, estereótipos funcionais, precedentes sedimentados, rotinas resistentes entre outras especificidades do local de produção da informação, bem como as características específicas do produtor. Assim, esses estudos articulam e determinam empiricamente os numerosos níveis de construção de textos informativos de massa e representam, portanto, uma tentativa empírica de descrever as práticas de comunicação que dão lugar às formas textuais recebidas pelos destinatários.

Para terminar essas breves considerações, citamos parte da conclusão do autor:

Se a hostilidade ou a indiferença entre os desenvolvimentos contrários (pesquisa administrativa vs. teoria crítica; abordagem sociológica vs. abordagem de comunicação) condicionou o campo durante muito tempo e de maneira intensa. No estado atual, a situação parece ser passível de desbloqueio: as linhas de convergência não surgem mais como futuríveis, nem os confrontos disciplinares como insensatos. As diversas pertinências

teóricas permitem determinar integrações parciais, a serem verificadas nos projetos e nas hipóteses graduais de pesquisa; mais ainda mais significativo é o fato de que esses desenvolvimentos se deram fora das contraposições, independentemente delas, superando a dicotomia entre as diversas abordagens no trabalho de pesquisa, para mostrar as possibilidades de ainda conferir um sentido à tão auspiciada, mas ouço desejada, “interdisciplinaridade” sobre as comunicações de massa. (WOLF, 2005, p. 272)

Assim, em linhas gerais, abordamos teorias do jornalismo e nelas enfatizamos o tratamento dado à objetividade. Mas tal movimento referente à objetividade também está presente no jornalismo brasileiro? A seguir, o pensamento jornalístico brasileiro.

2.1.2 Pensamento jornalístico no Brasil

Segundo Melo (2006, p. 16), a pesquisa sobre jornalismo no Brasil, iniciou-se no final do século XIX e nela predominou, por mais de cinco décadas, o caráter histórico-jurídico. A pesquisa histórica identificava a ocorrência continuada de intervenções na máquina estatal, nas instituições jurídicas, enquanto a jurídica se valia do registro histórico para compreender as transformações que ocorriam nas normas legais sobre o exercício da expressão jornalística, legislação ou jurisprudência determinada também pela pressão política da própria imprensa.

Os estudos em jornalismo sofreram alterações somente na década de 60/70, do século XX e, ainda na esteira de Melo (2006, p.17-18), a presença do jornalismo, como área de conhecimento, nas instituições de ensino superior, pode ser caracterizado como pertencentes a quatro correntes distintas: ético-social, técnico-cultural, político-editorial e crítico profissional.

Os dois cursos de jornalismo pioneiros no Brasil¹⁴ enfatizavam os aspectos éticos, jurídicos e filosóficos do jornalismo, segundo o autor, devido ao panorama político e social que se delineava no Brasil – o fim do Estado Novo e o processo de redemocratização.

É compreensível, portanto, que a reorganização política do país, com a realização de eleições e a desobstrução dos canais de comunicação

¹⁴Um mantido pela Fundação Cásper Líbero, em São Paulo/SP, o outro, pela Universidade do Brasil/RJ.

pública, produziu um clima de transformação nas atividades jornalísticas. E gerasse um debate sobre a criação de mecanismos de defesa das empresas noticiosas de um lado, e dos seus profissionais, do outro, no sentido de superar os traumas da censura getulista e de evitar a corrosão dos novos instrumentos legais que restauraram a liberdade de imprensa em território nacional. (MELO, 2006, p. 19)

Para Melo (p.21-23), na corrente ético-social, a primeira a se delinear, predominam reflexões e debates sobre o alcance social da imprensa, bem como sobre os limites éticos dos profissionais do jornalismo. Tal corrente se caracteriza como a que resgata o “moralismo”. O golpe militar de 1964 rompe essa trajetória, instaurada a partir de 1945, e introduz no cenário político brasileiro, novamente, aspectos autoritários do Estado Novo. Assim emerge uma nova corrente que se preocupa com a técnica jornalística, com a melhoria dos padrões editoriais e com a modernização dos processos de captação, codificação e difusão da mensagem noticiosa.

Certamente em decorrência das dificuldades que se antepõem ao exercício da liberdade de imprensa, mas seguramente também em função do processo modernizador que se instaura nas empresas de comunicação, como decorrência da importação de novas tecnologias para a imprensa, observa-se nas redações das empresas jornalísticas um surto de preocupações com a própria prática jornalística. (p. 23)

Podemos conjecturar que, nessas correntes, a questão da objetividade no jornalismo se deslocou da busca da verdade para o primor técnico.

Mas com as mudanças políticas efetivadas, a partir da eleição de 1974, uma nova corrente começa a se delinear, a corrente político-ideológica, na qual se tenta resgatar ou mesmo denunciar a trama político-ideológica que orientou e determinou o processo de captação, codificação e difusão da mídia, nos anos anteriores.

As raízes desta corrente estão nessa transição, sendo que um dos primeiros sintomas “[...] é o abrandamento da censura à imprensa e o afrouxamento dos controles exercidos sobre as organizações sindicais e as instituições culturais.” (MELO, 2006, p. 27). Por outro lado, assim que

[...] o governo federal começou a conter os bolsões resistentes ao processo de decomposição política, os segmentos mais atuantes de intelectualidade concentraram suas baterias discursivas na denúncia dos próprios controles institucionais que haviam gerado e nutrido o autoritarismo ainda vigente e na análise dos mecanismos utilizados pelas

forças hegemônicas para manter o “modelo” de denominação. (MELO, 2006, p.28)

Há estudos vinculados a essa corrente político-ideológica que envolvem reflexões sobre a indústria cultural que, pelo que se mencionou, contaminou e ainda encontra um clima favorável nos cursos de jornalismo. Em meio a esses estudos, emerge uma nova corrente, a crítico-profissional, para Melo (p. 32). Ainda segundo o mesmo autor, trata-se de um momento novo, que tenta utilizar metodologias embasadas nas ciências humanas para refletir sobre as características sociais e políticas da profissão.

De certo modo, a questão da objetividade no jornalismo vem à tona novamente, uma vez que se está tentando resgatar a sua identidade. A seguir uma nova abordagem teórica, a teoria dos sistemas sociais de Niklas Luhman (2005). No entanto, como tal teoria tem raízes em idéias de Maturana (2001) e Varela (1979), apresentamos, inicialmente, alguns dos conceitos desenvolvidos por esses autores.

2.1.3 Em busca de teorias novas: um olhar exploratório

Pretendemos apresentar, em linhas gerais, a teoria social de Niklas Luhmann. No entanto, como este sociólogo buscou a Teoria da Autopoiese de Maturana e Varela (2001), bem como a Teoria Geral de Sistemas para construir sua teoria propomo-nos a tratar de alguns tópicos dessas.

Para compreender a organização do vivo, ou seja, a autopoiese, tentar-se-á elaborar um resumo, como uma montagem, com várias definições e explicações dadas por Maturana e Varela (1997).

Segundo Varela (1997, p. 43), a noção de autopoiese teve seu germe no artigo intitulado *Neurophysiology of cognition*, escrito por Maturana, em 1963. A partir daí ambos desenvolveram a idéia de autopoiese e que consta do livro *Autopoiese: the organization of living systems*. Na 2ª edição deste livro, 20 anos depois, os autores elaboraram extensos prefácios com reflexões sobre o movimento das idéias em torno da autopoiese, seus alcances e limites, a partir dos quais nos valem para explicar as idéias que nos parecem alvissareiras para a comunicação.

Inicia-se com definições de ser vivo, organização, estrutura, acoplamento estrutural, clausura operacional, entre outros termos necessários para a

compreensão do que se denominou autopoiese. Tal palavra foi concebida por Maturana para resumir o que para ele parecia o centro da dinâmica constitutiva dos seres vivos. Para Maturana (1997, p. 18), os sistemas que se diferenciam como seres vivos, no âmbito do biológico, são sistemas autopoieticos moleculares.

O termo autopoiese é a combinação do radical grego *poiesis*, que significa fazer, criar, compor, com o prefixo *auto*, que significa “por si mesmo”, portanto, algo que se produz por si mesmo.

Que classe de sistema é um ser vivo? Segundo Maturana esta era a questão que norteou as suas investigações. Ele tomava como pressuposto, contra as idéias reinantes na época, que os seres vivos eram entes autônomos, que existem como unidades independentes. Na visão organicista, a que predominava, os seres vivos eram tomados como sistemas abertos e processadores de energia.

Os domínios em que se estabelece a existência de um ser vivo são os seguintes:

a) o domínio do seu operar como totalidade em seu espaço de interações como tal totalidade, e b) o domínio do operar de seus componentes em sua composição, sem fazer referência à totalidade que constituem, e que é onde se constitui, de fato, o ser vivo como sistema vivente. (MATURANA, 1997, p. 13).

Deste modo, ele pretendia descrever o operar dos componentes do ser vivo como local, não-funcional (não considerar a função como especificadora dos processos relacionais entre os componentes) e propositivos (com ausência de finalidade). Um sistema vivo é definido por sua organização, logo, é possível explicá-lo em termos de relações, não de propriedades dos componentes.

De acordo com Maturana (2001, p. 54-56), as relações que se estabelecem entre os componentes de algo, para que seja possível reconhecê-lo como membro de uma classe específica é o que se entende por organização, enquanto a estrutura de algo é dada pelos componentes e relações que constituem concretamente uma unidade particular, que configuram sua organização. Seres vivos diferentes se distinguem porque têm estruturas distintas, mas são iguais em organização. Um sistema é autônomo se é capaz de especificar sua própria legalidade, aquilo que lhe é próprio. Os seres vivos não são os únicos entes autônomos, mas certamente uma das propriedades mais imediatas do ser vivo é sua autonomia. O mecanismo que faz dos seres vivos sistemas autônomos, é a autopoiese, que os caracteriza como tal.

Mas como explica Maturana (1997, p. 15),

[...] o ser vivo não é um conjunto de moléculas, mas uma dinâmica molecular, um processo que acontece como uma unidade separada e singular como resultado do operar e no operar, das diferentes classes de moléculas que a compõem, em um interjogo de interações e relações de proximidade que o especificam e realizam como uma rede fechada de câmbios e sínteses moleculares que produzem as mesmas classes de moléculas que as constituem, configurando uma dinâmica que ao mesmo tempo especifica em cada instante seus limites e extensão. É a esta rede de produções de componentes, que resulta fechada sobre si mesma, porque os componentes que produz a constituem ao gerar as próprias dinâmicas de produções que a produziu ao determinar sua extensão como um ente circunscrito, através do qual existe um contínuo fluxo de elementos que se fazem e deixam de ser componentes segundo participam ou deixam de participar nessa rede, o que denominamos [...] *autopoiese*.

Logo, no ser vivo o processo de constituição da identidade é circular, há uma rede de produções metabólicas que produz uma membrana que torna possível a existência de tal rede. “Esta circularidade fundamental é, portanto, uma autoprodução única da unidade vivente em nível celular. O termo *autopoiese* designa esta organização do vivo.” (1997, p. 46).

Deste modo, os sistemas vivos são sistemas autopoieticos por serem determinados estruturalmente e também por gerarem, no seu operar, os componentes, os seus limites e a sua organização. A estrutura é dada pelos componentes e pelas relações entre eles estabelecidas. A organização se refere às relações entre os componentes que fazem com que a unidade se estabeleça. A mudança estrutural passa por transformações, tanto em decorrência das relações internas como das externas, com o meio. Nos seres vivos, ela ocorre tanto na história individual (ontogenia), quanto ao longo das linhagens que produzem devido à reprodução seqüencial. Assim, a estrutura do ser vivo pode variar, mas a sua organização se mantém. Se a organização do vivo se altera, o organismo morre. Há de se observar ainda que os seres vivos estão imersos num meio, que só existe na configuração desses seres vivos. Eles mantêm uma congruência que se conserva ao longo do tempo, ou até que um desses sistemas se desintegre.

Segundo Maturana (1997, p. 18-19), são inúmeras as tentativas de formular a existência de sistemas autopoieticos fora do domínio molecular, o que não considera pertinente. Voltaremos a discutir tais idéias posteriormente. Agora, mencionamos o operar do sistema nervoso, como exemplo, para melhor compreensão das idéias desses autores.

De acordo com Maturana (1997, p. 122-132), o sistema nervoso é uma rede de neurônios, que estabelecem entre si inúmeras conexões e estão vinculadas ao organismo de três maneiras diferentes:

- o organismo, que inclui o sistema nervoso, fornece o meio físico e químico para a autopoiese dos neurônios, logo, é uma possível fonte de perturbações físicas e químicas que podem alterar as propriedades dos neurônios e levar o organismo a (2) e (3);
- há estados do organismo (físicos e químicos) que mudam o estado de atividade do sistema nervoso como um todo ao atuarem sobre as superfícies receptoras de alguns neurônios componentes, levando o organismo a (3) e
- há estados do sistema nervosos que mudam o estado do organismo (físicos e químicos), levando-o a (1) e (2).

Devido a este acoplamento, o sistema nervoso é considerado uma rede fechada de neurônios que interatuam, de modo que uma mudança na atividade de um neurônio conduz a mudança na atividade de outros neurônios, por meio de efeito sináptico ou por meio da ação de algum agente físico ou químico. Assim, as mudanças na organização do sistema nervoso se dão devido às mudanças nas propriedades dos neurônios que o constituem. Elas podem afetar diretamente o operar do sistema nervoso ou podem afetar o organismo e surgem no acoplamento sistema nervoso/organismo. Deste modo, o operar homeostático¹⁵ subordina o sistema nervoso à autopoiese do organismo, de uma maneira internamente determinada.

O sistema nervoso, no que se refere à sua organização, é dotado de clausura operacional, ou seja, está constituído de tal maneira que quaisquer que sejam suas mudanças elas geram outras modificações dentro dele mesmo. Assim, seu modo de operar consiste em manter certas relações entre seus componentes invariantes diante de perturbações que geram, tanto na dinâmica interna quanto nas interações do organismo de que faz parte. Em outras palavras, o sistema nervoso funciona como uma rede fechada de mudanças de relações de atividade entre seus componentes. (MATURANA, 2001, p. 183)

¹⁵Princípio da Homeostase (criado por Claude Bernard): os órgãos vivos respondem às flutuações exteriores, tentando reconduzir seu comportamento a condições de estabilidade e de estacionariedade. (MATURANA, 2001)

Assim, a autopoiese se baseia em uma concepção circular e auto-referencial dos processos. Segundo Varela (1997, p. 55), em suas investigações, quando tentava clarear a noção de circularidade é que a noção de autopoiese se mostrou como um caso particular de uma classe de organizações com características próprias. Isto emergiu quando repensava o operar dos sistemas nervoso e imunológico. Para ele somente uma circularidade do tipo da autopoiese pode ser a base para uma organização autônoma. A caracterização da classe de organização pertinente ele denominou de princípio da **clausura operacional**, sendo que clausura não é sinônimo de fechamento ou ausência de interação.

Mas, como adverte Varela (p. 57), uma das críticas feitas às suas idéias é que a noção de representação como guia do fenômeno cognitivo foi substituída por uma alternativa fraca, o externo como simples perturbação da atividade gerada pela clausura operacional, que o organismo interpreta em nível celular, imunológico ou neuronal. Ele admite que a noção de perturbação no acoplamento estrutural não leva adequadamente em conta as regularidades emergentes de uma história de interações do ser vivo com o meio externo.

Segundo Maturana (2001, p. 27),

[...] devemos deixar de pensar que a cor dos objetos que vemos é determinada pelas características da luz que nos chega a partir deles. Em vez disso, precisamos nos concentrar em compreender como a experiência de uma cor corresponde a uma configuração específica de estados do sistema nervoso, determinados por sua estrutura. [...] Os estados de atividade neuronal deflagrados por diferentes perturbações estão determinados em cada pessoa por sua estrutura individual, e não pelas características do agente perturbador.

Assim, na visão, por exemplo, o mundo e a imagem se definem mutuamente, numa espécie de co-determinação que envolve o organismo e o meio no qual tal organismo interage. Para explicar um fenômeno, como o da cor, por exemplo, é preciso entender que a percepção da cor está vinculada a uma estrutura interna do cérebro e do sistema nervoso.

Ao conceber que o mundo emerge a partir da ação dos agentes cognitivos, sendo que agente e mundo se co-determinam por meio do aparato sensório-motor do agente, então, o ser vivo é autônomo e à medida que faz parte do mundo é por ele especificado, de onde vem a possibilidade de conhecimento. A ação que faz

emergir um mundo à medida que o agente se torna parte dele é denominada *enacción*.¹⁶

Com o propósito de buscar o que seria pertinente para a comunicação, especialmente, em nossa investigação, vamos relatar rapidamente as idéias dos criadores da autopoiese para domínios distintos do molecular. Para Maturana (2001, p. 19), entre os seres vivos, pode-se distinguir sistemas autopoieticos de ordens diferentes. As células são sistemas autopoieticos de primeira ordem, os organismos são sistemas de segunda ordem, uma vez que são agregados celulares. Pode-se falar também em sistemas autopoieticos de terceira ordem, como exemplo, uma família, uma colméia ou mesmo o sistema social.

Mas seria, então, o sistema social um sistema autopoietico por se constituir de organismos? O que caracteriza os sistemas sociais não é a autopoiese dos organismos, ou seja, nesse domínio o que define o social são as relações entre a conduta das pessoas.

Também não o são, ou poderiam sê-lo, em um espaço das comunicações, como propõe o distinguido sociólogo Niklas Luhmann, porque em tal espaço os componentes de qualquer sistema seriam comunicações, não seres vivos [...]” (MATURANA, 1997, p. 20).

Para Varela (1979), a utilização metonímica tomou força na sociologia – com as idéias de Niklas Luhmann (2005) -, também na teoria jurídica e na teoria literária. No entanto, considera tais tentativas um abuso de linguagem. Explica que quando a idéia de rede de processos se transforma em ações entre pessoas e a membrana celular se torna fronteira entre agrupamentos humanos, há um uso abusivo. Ele defende a utilização de tal noção por continuidade, que

[...] trata-se de tomar a sério o fato de que a autopoiese procura colocar a autonomia do ser vivo no centro da caracterização da biologia, e abre ao mesmo tempo a possibilidade de considerar os seres vivos como dotados de capacidade interpretativa desde sua origem. (MATURANA, 1997, p. 53).

¹⁶Convém lembrar que os caminhos de Maturana e Varela se cruzaram em dois momentos, nos quais trabalharam em conjunto a noção de autopoiese. As idéias não se separaram totalmente, permaneceram espalhadas pelos caminhos de ambos, no entanto, as suas investigações tomaram rumos diferenciados. Maturana se envolve com a biologia do conhecer (teoria das bases biológicas do conhecer) e Varela adentrou a ciência cognitiva.

Para Varela (1979), a autopoiese caracteriza a autonomia do vivo; descreve a organização do vivo como configuração; explica a constituição da identidade como entidade material; descreve o processo de constituição de identidade como circular, ou seja, como uma rede de produções metabólicas que produz a membrana que a sustenta; a interação da identidade autopoietica não somente em termos físico-químicos, como também quanto unidade organizada e, por último, torna possível a evolução por meio de séries reprodutivas que podem sofrer transformações estruturais, mas mantêm a identidade.

Essas especificidades, segundo Varela, condensam conceitos que estão no centro das preocupações de ciências atuais - a neurobiologia e a biologia evolutiva, as ciências cognitivas e a inteligência artificial, bem como das ciências sociais e da comunicação -, sendo que nos importa entre esses conceitos, de modo especial, o fenômeno interpretativo. O

[...] fenômeno *interpretativo* é uma chave central de todos os fenômenos cognitivos naturais, incluindo a vida social. O significado surge em referência a uma identidade bem definida, e não se explica por uma captação de informação a partir do exterior. (MATURANA, 1997, p. 48).

Assim, o sistema nervoso, por exemplo, não traz dentro de si a representação do mundo, mas o configura, o que possibilita a emergência do ato interpretativo. O sistema nervoso, como sistema autopoietico, opera de acordo com sua estrutura interna. Assim, não é possível instruí-lo, mas somente desencadear ações permitidas por sua estrutura.

A questão do fenômeno interpretativo importa à comunicação. Mas antes vejamos como tais idéias foram tratadas por Niklas Luhmann (2005) na sua teoria social. A seguir, de modo panorâmico, alguns aspectos da teoria do sistema social de Nicklas Luhmann.

2.1.4 Aspectos da teoria do sistema social de Niklas Luhmann

Luhmann¹⁷ interpreta a sociedade como um sistema, via Teoria Geral dos Sistemas de Heinz von Foerster.¹⁸ Ele substitui o conceito de aberto/fechado, que

¹⁷Niklas Luhmann (1927-1998), famoso representante da sociologia alemã, foi professor da Universidade de Bielefeld, entre 1966 e 1993. Ele iniciou a carreira acadêmica como sociólogo, no

permitir abordar a questão das trocas do sistema com o ambiente em que ele está inserido, pelo conceito de autopoiese, para os sistemas em que se pode observar um modo de operação específico e exclusivo, os sistemas sociais e os psíquicos.

Para Santaella e Vieira (2008, p.30-37), fundamentando-se em Bunge, um sistema é constituído por um conjunto de agregados, que estão em um determinado ambiente e que estabelecem relações entre eles. Algo será um sistema quando existir um conjunto de relações entre os agregados de tal modo que esses partilhem uma ou algumas propriedades. O ambiente do sistema é distinto do conjunto de agregados, no entanto, ambos mantêm sua identidade e compartilham propriedades. Há sistemas artificiais, como uma empresa, por exemplo. Em uma empresa as propriedades são “impostas” ou “programadas”. Os agregados que constituem a empresa, tanto podem pertencer à estrutura física (instalações físicas, objetos em geral), como podem ser pessoas.

No corpo humano, o fígado, por exemplo, é um sistema constituído pelas células hepáticas. Uma célula isolada tem propriedade, mas não cumpre a função hepática. No conjunto, o fígado, cumpre tal função. O ambiente em que o sistema está inserido e, no caso, com o qual realiza trocas, é o organismo. Os componentes do ambiente e do sistema são distintos, mas há trocas entre eles. Assim os agregados de um ou outro podem ter propriedades, mas a coletividade é que permite a emergência de uma propriedade.

Um sistema é denominado aberto quando realiza trocas com o ambiente. Caso contrário é denominado fechado. Mas os sistemas, em suas diversas naturezas, podem partilhar propriedades comuns, são os parâmetros sistêmicos. Eles são de dois tipos: básicos ou evolutivos.

São parâmetros básicos ou fundamentais: permanência, ambiente e autonomia. A permanência está ligada ao seguinte princípio: “Todas as coisas tendem a permanecer”. Assim “[...] as coisas ou objetos, a partir do momento em que se tornam existentes, ‘tentam’ durar, tentam permanecer” (SANTAELLA; VIEIRA, 2008, p. 33).

início dos anos 60, do século passado, como aluno de Talcott Parsons, em Harvard. Publicou aproximadamente 60 livros e poucos foram traduzidos para o português. Para saber mais sobre a Teoria dos Sistemas Sociais de Niklas Luhmann, ver o artigo de NEVES, C. E. B.; NEVES, F. M. O (2008).

¹⁸ Heinz von Foerster (1911- 2002), físico austríaco e americano que com Warren McCulloch, Norbert Wiener, John von Neumann, Lawrence J. Fogel e outros formavam o grupo de pesquisadores da segunda cibernética.

Ambiente é um sistema que envolve um determinado sistema. Para que sejam efetivados os mecanismos de produção de sistemas pela termodinâmica universal, é necessário que os sistemas sejam abertos, ou seja, troquem matéria, energia e informação com outros; o mais imediato desses costuma ser o seu ambiente. (SANTAELLA; VIEIRA, 2008, p. 33).

O outro parâmetro, a autonomia, refere-se aos estoques que se acumulam no sistema ao longo do tempo.

Como resultado da interação entre o sistema e seu ambiente, trocas energéticas e entrópicas levam o sistema a internalizar informações [...] à medida que a internalização ocorre, uma espécie de 'estoque' é gerado no sistema. É a chamada autonomia. (p. 33)

Nos sistemas sociais, os agregados são seres humanos, que são complexos, e o ambiente ou envoltório é diáfano, de difícil percepção. No entanto, devemos enfatizar que o ambiente precisa ter uma maior complexidade para que haja trocas.

Há também os parâmetros evolutivos, os que surgem com o transcorrer do tempo, com a evolução. No entanto, para a nossa investigação consideramos pertinente mencionar apenas os parâmetros básicos.

Retomemos a teoria social de Luhmann (2005) que, como já mencionamos, substitui as noções de sistema aberto e fechado, portanto, a questão do sistema realizar trocas ou não com o meio, pela noção de autopoiese.

A operação básica dos sistemas sociais é a comunicação¹⁹. As comunicações desses sistemas se reproduzem por meio de comunicações. Fora dos sistemas sociais não há comunicação. Esse fechamento é responsável pela autonomia desses sistemas. A autopoiese se refere à autonomia, mas não elimina a importância do ambiente para os sistemas e, conseqüentemente, das trocas com o ambiente.

A categoria do acoplamento estrutural, para os sistemas sociais, pode ser entendida pelo fato de que um sistema para seu funcionamento precisa da presença de outros. Sistemas sociais e psíquicos são acoplados, uma vez que não é possível a comunicação sem a presença de sistemas psíquicos.

¹⁹ Comunicação é a síntese de três seleções: mensagem, informação e compreensão da diferença entre mensagem e informação.

Interessa-nos, de modo especial, a questão da produção de sentidos. Tal categoria é a responsável pela organização dos sistemas sociais. Para Luhmann, de acordo com Mathis (2008), a noção comum de sentido, ou seja, o entendimento do sentido como algo que divide o mundo em algo com sentido e algo sem sentido, não é suficiente para dar conta dos limites do sistema ou de como se dão as relações desse com o meio. O sentido não pode ser tomado como razão de seleção. A regulação da seleção de dados do ambiente, via ordem de preferência estabelecida segundo critérios de sentido, é condição de possibilidade de formação de um sistema.

Considerando-se que os sistemas têm capacidade de elaborar internamente um modelo do seu meio e uma identidade própria, então, eles também têm capacidade de estabelecer internamente o que é sentido, o que torna a base da seleção para redução da complexidade do meio e da contingência interna, que contribui para a permanência do sistema.

As operações que usam e produzem sentido são as que permitem distinguir entre auto-referência e heterorreferência.

De modo geral, um sistema auto-referencial caracteriza-se, partindo da perspectiva da teoria dos sistemas, pelo fato de se referir exclusivamente a si próprio, para garantir a sua autonomia frente a um ambiente do qual “se desligou” necessariamente para assegurar a sua própria identidade. (SCHIMIDT, 1987 apud NÖTH, 2001, p. 13).

Segundo Nöth (2001, p. 13), neste sentido, Luhmann toma auto-referência como sinônimo de autopoiese. O autor explica como diferenciá-las.

O que precisa ficar evidente para qualquer observador externo (nós, por exemplo) é que por meio dessa distinção a fronteira operacionalmente construída do sistema, a diferença entre sistema e meio externo, é copiada mais uma vez, agora também no interior do sistema. Assim, primeiro o sistema opera e dá continuidade às suas operações, por exemplo, estando apto a viver ou a comunicar, e depois usa internamente a diferença produzida dessa forma como distinção e, assim, como esquema das próprias observações. (NÖTH, 2001, p. 27)

Com o propósito de distinguir auto-referência de heterorreferência, o mesmo autor explica como distinguir entre o que é uma diferença e o que é uma distinção. Na terminologia matemática trata-se de uma *re-entry* (re-entrada), que é a capacidade dos sistemas autopoieticos se diferenciarem do meio de forma

autofortificada, de introduzir essa distinção no interior de si próprios e de utilizá-la para a estruturação das próprias operações.

A *re-entry* é um paradoxo, pois ela trata distinções diferentes (sistema/ambiente, auto-referência/heterorreferência) como se fossem a mesma coisa. “Na percepção do sistema desaparece a distinção entre o mundo como ele é e o mundo como ele é observado.” (NOTH, 2001, p. 29)

Deste modo, o sistema gera o próprio tempo e faz com que a indeterminação produzida internamente se dilua numa sucessão de operações. O sistema se dá tempo e constitui cada operação na expectativa de que outras se sucedam. “E assim trabalham também o sistema dos meios de comunicação, com a suposição de que suas próprias comunicações sejam continuadas na próxima hora ou no dia seguinte. Cada programa prometendo um outro programa” (LUHMANN, 2005, p. 29).

Sobre a heterorreferência para os meios de comunicação, o mesmo autor explica (p. 30) que apesar do seu fechamento operacional, eles não se desacoplam, por causa dos tópicos da comunicação. Os temas são necessidades das quais a comunicação não se pode desviar.

Os temas servem [...] ao acoplamento estrutural dos meios de comunicação com outras áreas da sociedade, e, agindo assim, eles são tão elásticos e tão diversificáveis que os meios de comunicação, fazendo uso de seus temas, podem atingir cada parte da sociedade, ao passo que sistemas no ambiente intra-social dos meios de comunicação, como, por exemplo, a política, a ciência, o direito, geralmente têm muito trabalho em oferecer seus temas aos meios de comunicação e em conseguir a receptividade apropriada do tema. O sucesso dos meios de comunicação em toda sociedade deve-se à imposição dos temas, independentemente se as posições tomadas são positivas ou negativas em relação às informações, às proposições de sentido, às nítidas valorizações. (LUHMANN, 2005, p.31)

Segundo Luhmann, um observador ou organizações dentro do sistema dos meios de comunicação podem distinguir entre temas e funções da comunicação. “Para isso, a comunicação precisa ser pensada como comunicação, quer dizer, a auto-referência precisa ser atualizada. A distinção temas/funções corresponde à distinção heterorreferência/auto-referência.” (p. 32).

Nöth (2001, p. 15) explica que a auto-referência, de acordo com Luhmann (2005), determina a função dos meios de comunicação, que consiste na tendência para refletir a comunicação desses como comunicação, e se não for por isso, então, por motivos econômicos que os obrigam a garantir a continuação da comunicação.

O sistema dos meios de comunicação, portanto, toma como pressuposto a continuação das suas próprias comunicações. A heterorreferência manifesta-se nos temas, que não são produzidos pelos meios, mas o seu desenvolvimento subsequente se dá como autorreferência, seguindo as leis de comunicação dos meios.

Para Nöth (2001, p. 23), a auto-referência é um dos temas dominantes da cultura pós-moderna e comenta que não só os romances e filmes se transformam em meta-romances e metafilmes, como a pintura e a arquitetura tornam-se metapintura e meta-arquitetura. “A imprensa torna-se cada vez mais auto-referencial, pois só fala sobre aquilo que, noutro sítio, já foi escrito na imprensa” (MARCUS, 1997 apud NÖTH, 2001, p. 23)

Retomemos a questão do fenômeno interpretativo tendo a notícia como unidade de análise, considerando as idéias apresentadas.

Como se dá, então, o ato interpretativo que tivesse como alvo, uma notícia? O jornal do interior, que tem como agregados o jornal (um objeto com certas especificidades elaborado por um conjunto de pessoas), os jornalistas e outros funcionários e dirigentes, bem como todos os objetos tecnológicos e as instalações físicas necessárias, seria um sistema.

Considere o leitor como um agregado do ambiente, o local onde o jornal é distribuído, no caso. Quando a notícia, de algum modo, afetar o aparelho sensório-motor do leitor, a partir daí pode se dar o ato interpretativo, que não caracterizamos como transferência de informação do emissor para o receptor, mas multiplicação e transformação de informação. Suponhamos que o significado da informação A seja dado por X. Então, os significados $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n, \dots$, provavelmente, distintos de X, pelo menos de modo parcial, emergem.

Daí, a questão: Mas, então, não há comunicação? Não há no sentido que o que se transmite é o que se entende. Qual a solução para tal impasse? O ser vivo, como parte de “um mundo”, é também por ele especificado, logo, é pouco provável que a estrutura de X não esteja configurada no ser vivo. Assim, $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$, um elenco de possíveis interpretações, pode guardar uma matriz comum, uma certa estrutura compartilhada, com X e com o aparelho cognitivo do ser humano, que envolve o sensório-motor.

Contudo, interpretar é criar algo novo. De fato, se os $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ fossem idênticos a X, não haveria transformação alguma. Assim comentar possíveis

interpretações pode ser um trabalho pouco fértil. Mais fértil seria, portanto, atentar para o que estabelece ou cria os elos, relacionados com o aparelho sensório-motor do ser humano, no caso. Por outro lado, não damos conta da cadeia $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n, \dots$ elaborada por um intérprete e cada intérprete pode elaborar uma seqüência diferenciada. Isto porque o sistema nervoso talvez tenha plasticidade superior ao de outros sistemas do ser vivo, como o imunológico, por exemplo.

Assim, comunicar é possibilitar interpretações, ou seja, criar condições para que um ato interpretativo se instaure.

A partir das idéias mencionadas sobre o ato interpretativo, conjectura-se a possibilidade de tomar o jornalismo como um sistema autopoiético. Considere uma notícia X e as possíveis interpretações que dela emergem. Sejam esses novos elementos denominados $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n, \dots$. Para tornar mais didática a explicação, seja $n=5$.

Por sua vez, X_1, X_2, X_3, X_4 e X_5 , provavelmente, se proliferam. Sim, pois X_1 , por exemplo, sob novas interpretações pode ser resgatada, pelo menos parcialmente, em outros jornais ou em outros meios de comunicação, ou em conversas entre leitores dos jornais. O mesmo ocorre com X_2, X_3, X_4 e X_5 . O movimento acima pode ser vislumbrado no esquema (Figura 2).

A possibilidade de caminhar nas linhas do diagrama exhibe também a possibilidade de que todos esses elementos guardem uma matriz comum. Este aspecto da notícia se assemelha a uma unidade do vivo. Um jornal do interior do Estado de São Paulo, por exemplo, pode adquirir vivacidade ao se enraizar no meio com as proliferações das interpretações das notícias que veiculam. Há outros componentes que entram na constituição desse jornal: funcionários, infra-estrutura, jornalistas. Por outro lado, ele também é agregado de um sistema mais amplo e mais complexo, constituído pelos jornais de todo o Estado de São Paulo, por

exemplo.

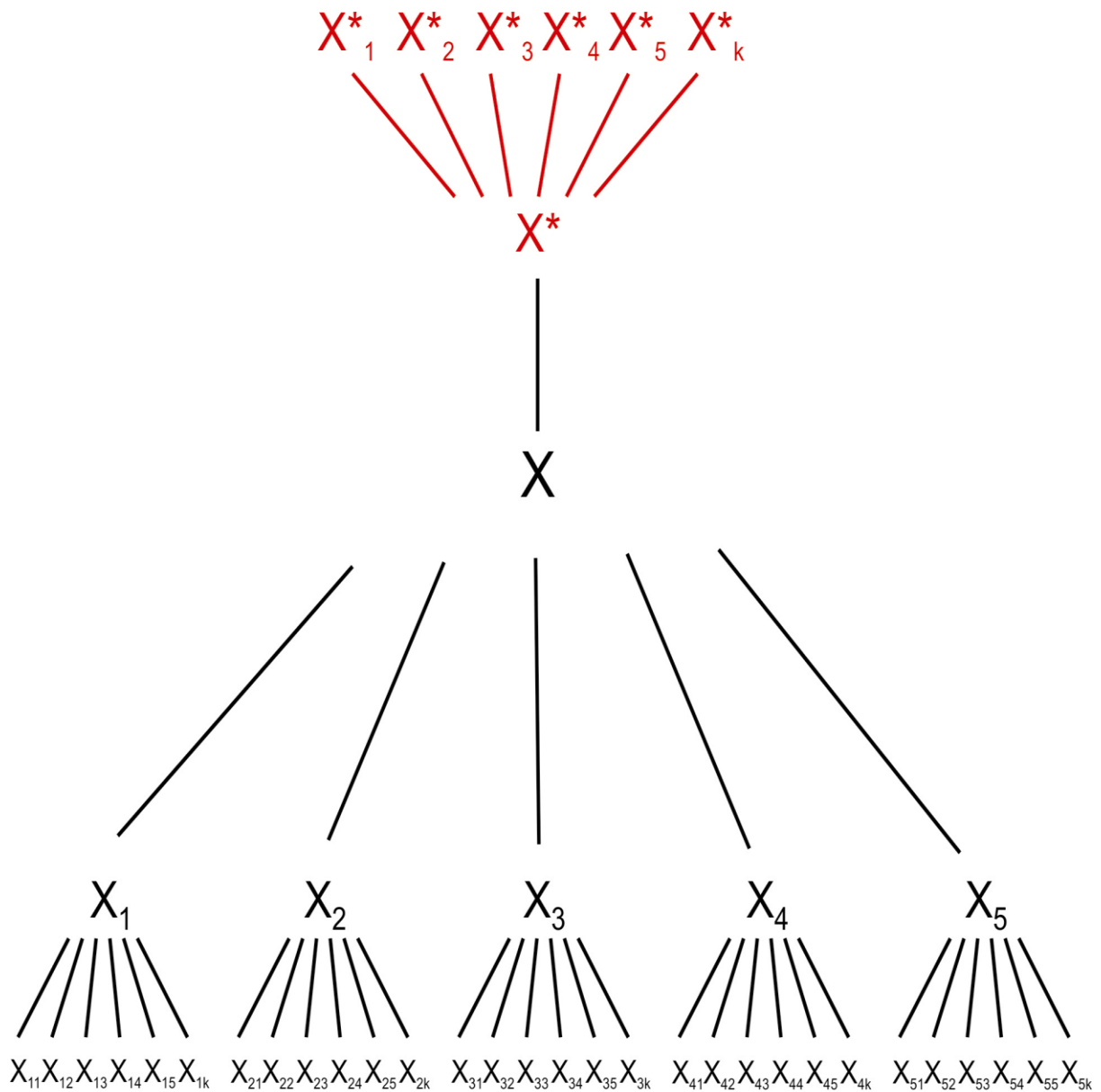


Figura 2 – Esquema diagramático

Mas, lança-se o olhar, agora, somente, para o movimento interpretativo que uma notícia X pode desencadear.

Se a notícia X foi dada por um determinado jornal “A”, provavelmente, nos dias seguintes, outras notícias que guardam resquícios ou partes de X serão publicadas em outros jornais. Outros meios de comunicação exibirão (re)interpretações de X. A rede que se instaura (Figura 2) passa a se sustentar. A estrutura vai se modificando e se adaptando ao meio, há acoplamento estrutural,

uma vez que as interpretações que vêm a partir de X são elaboradas por pessoas (jornalistas) que caminham neste esquema.

Aqui se fala de dias, mas X pode aparecer (re)interpretada anos ou mesmo séculos depois. O esquema que se constrói a partir de X é vicário. Por outro lado, esse esquema guarda vínculos com o real, pois o jornalista guarda nele próprio o esquema mencionado e atua no meio em que o jornal circula.

Mas, ao se admitir que X gere uma notícia X*, que se distancia de X, por exemplo, com uma só palavra em comum, o que ocorre? X* vai gerar uma nova cadeia que pode se proliferar ou não em virtude de seus vínculos com o ambiente. Caso ela permaneça, virá reforçar a anterior. Por outro lado, multiplicação de cadeias que não se entrelaçam às existentes não contribui para a autonomia do jornal. O bom jornalista seria o que colabora para o fortalecimento da cadeia em construção.

Deste modo, o jornalismo não é espelho da realidade (PENA, 2006), nem a realidade depende do fazer jornalístico para existir (TRAQUINA, 1993). O jornal está em diálogo com o ambiente, mas estabelece uma autonomia em relação a ele. Ele se configura e ao se configurar guarda a estrutura do meio, o que torna possível a sua continuidade. No entanto, esta configuração não é estável, assim como as que o meio instaura também não são estáveis. O acoplamento estrutural não é um movimento estático. Ao considerarmos a teia de notícias que o jornal veicula, se o jornalismo fosse o espelho da realidade, uma teia totalmente aderente seria construída; em caso contrário, uma teia em paralelo se entende sem regiões de interseção e, por último, como sistema autopoietico, uma teia entrelaçada com a da realidade, com vínculos pontuais, regiões que se interceptam e que se distanciam, como numa dança.

A seguir, no próximo capítulo, relatamos os resultados da investigação empreendida com leitores da Região Administrativa de Sorocaba. Será que há nesses resultados aspectos que podem auxiliar na compreensão do jornal do interior como um sistema autopoietico?

3 SOBRE OS JORNAIS DA REGIÃO ADMINISTRATIVA DE SOROCABA

3 SOBRE OS JORNAIS DA REGIÃO ADMINISTRATIVA DE SOROCABA

Apresentamos, inicialmente, dados sobre a Região Administrativa de Sorocaba, a partir de dados do sítio da Fundação Sistema Estadual de Análises de Dados (SEADE, 2007), com o propósito de caracterizar o contexto em que os jornais do interior são estudados. Em seguida, a partir de análises dos dados obtidos em questionário aplicado (APÊNDICE B) em uma amostra da população dessa região - 2.209 pessoas -, ouvidas no período de dezembro de 2007 e janeiro de 2008, acrescentamos novos elementos à produção jornalística dessa região, notadamente quanto aos modos como os usuários se valem dessa mídia e, por último, novas informações considerando-se as respostas dos proprietários dos jornais locais dessa região, também a partir da sistematização dos dados coletados em um questionário aplicado para 90 proprietários (APÊNDICE C) desses jornais. Os dados foram tabulados e sistematizados, segundo os procedimentos dados pela Estatística Descritiva.

3.1 Sobre a Região Administrativa de Sorocaba

A nossa investigação tomou uma amostra da população da Região Administrativa de Sorocaba. Com o propósito de contextualizar essa região, apresentamos alguns dados das quinze regiões administrativas do Estado. São dados do ano de 2000, com alguns deles atualizados em 2006 e que constam do sítio da Fundação Sistema Estadual de Análises de Dados (SEADE, 2007). Vamos apresentar dados populacionais, bem como alguns índices que auxiliam na compreensão das especificidades da região contemplada na nossa investigação. Entre os índices disponíveis no endereço mencionado selecionamos os que podem ter mais vínculos com o envolvimento com a mídia impressa – o jornal – e mais especificamente os jornais das diversas cidades dessa região. Quanto à população do Estado de São Paulo, a partir do gráfico (Figura 32 – APÊNDICE D), podemos constatar como está distribuída pelas regiões e que a região Administrativa de Sorocaba é a terceira mais populosa do Estado, seguida da Região Metropolitana e da Região de Campinas.

Quanto aos índices, selecionamos o Índice Paulista de Representatividade Social (IPRS), do ano de 2006, que exhibe a situação dos municípios, regiões de governo, administrativas e metropolitanas, nas dimensões Riqueza, Escolaridade e Longevidade.

A média do IPRS (riqueza) para as regiões administrativas do Estado de São Paulo é de 38, enquanto que o do Estado de São Paulo é 61 e o da Região de Sorocaba é 50. O índice mediano é de 49, sendo assim Sorocaba apresenta um valor muito próximo do mediano. Para outros detalhes ver dados do IPRS - Riqueza, no gráfico (Figura 33 – APÊNDICE D).

Observando o gráfico (Figura 34 – APÊNDICE D) que exhibe a renda per capita por região do Estado de São Paulo, podemos destacar que as quatro regiões de maior renda *per capita* são: a Metropolitana, a de Santos, a de Campinas e a de Ribeirão Preto. A Região de Sorocaba está entre as regiões que apresentam menor renda *per capita*, ao lado das regiões de Presidente Prudente, Marília e Barretos. A Região de Registro apresenta a menor renda *per capita* da região. A renda per capita média do Estado de São Paulo é de 2,43; enquanto a de Sorocaba é de 2,17, está, portanto, entre o montante de 50% das regiões de menores rendas *per capita* do Estado.

Quanto ao índice de urbanização, podemos enfatizar que a Região de Sorocaba apresenta um dos mais baixos do Estado, vindo em seguida da Região de Registro. Para outras informações, observar o gráfico (Figura 35 – APÊNDICE D). A média para o Estado é 93,7% e para a Região de Sorocaba é 85,3%.

Quanto ao IPRS (Escolaridade), observamos que a região de Sorocaba também apresenta um dos menores do Estado, vindo depois da Região de Registro e está entre os 25% das regiões com menor índice. Para outros esclarecimentos, observar o gráfico (Figura 36 – APÊNDICE D).

Quando se trata da média dos anos de estudo na população entre 15 e 64 anos, a Região de Sorocaba, também apresenta a segunda menor média, vindo após a Região de Registro. A média para as regiões do estado é 7,64 anos de estudo, enquanto a da Região de Sorocaba é 6,84 anos. Outras informações constam do gráfico (Figura 37 – APÊNDICE D). Quanto ao percentual de analfabetismo, na população com 15 anos ou mais, a Região de Sorocaba não está

entre as que apresentam as maiores taxas. Em ordem decrescente apresentam-se as seguintes regiões: Registro, Presidente Prudente, Marília, Ribeirão Preto, Araçatuba e Sorocaba. O percentual da região de Sorocaba é 8,1 enquanto a média para o Estado é de 8,16. Outros dados estão no gráfico para a taxa de analfabetismo para a população com 15 anos ou mais (Figura 38 – APÊNDICE D).

A seguir em um gráfico (Figura 3), como um resumo dos dados apresentados, exibimos índices para a Região de Sorocaba e para o Estado de São Paulo. Os índices e taxas apresentados e numerados de 1 a 6 são os seguintes:

1. Condições de Vida - Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS – Dimensão Riqueza.
2. Renda e rendimento - Renda *per Capita* (em salários mínimos).
3. População e Estatísticas Vitais - Grau de Urbanização (em %) - atualizado em 2006.
4. Condições de Vida - Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS – Escolaridade.
5. Educação - Média de Anos de Estudos da População de 15 a 64 anos.
6. Educação - Taxa de Analfabetismo da População de 15 Anos e Mais (em %).

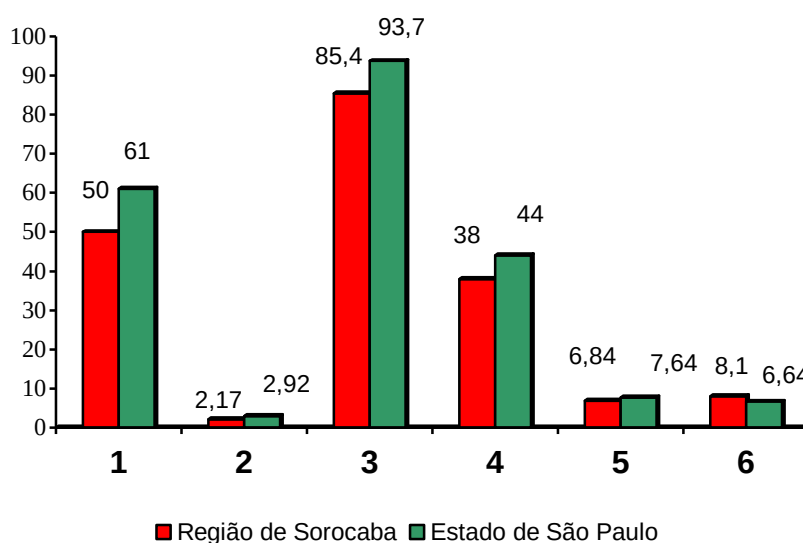


Figura 3 - Índices para a região de Sorocaba e para o Estado de São Paulo

Convém enfatizar que em todos os índices a Região de Sorocaba atinge sempre um valor inferior à média do Estado e é maior para a taxa de analfabetismo. A seguir, um gráfico exibindo a distribuição da população da Região Administrativa de Sorocaba, por cidade, da qual se selecionou uma amostra com 2209 pessoas.

Gráfico exibindo a quantidade de cidades da região de Sorocaba por faixa populacional, segundo dados de 2006

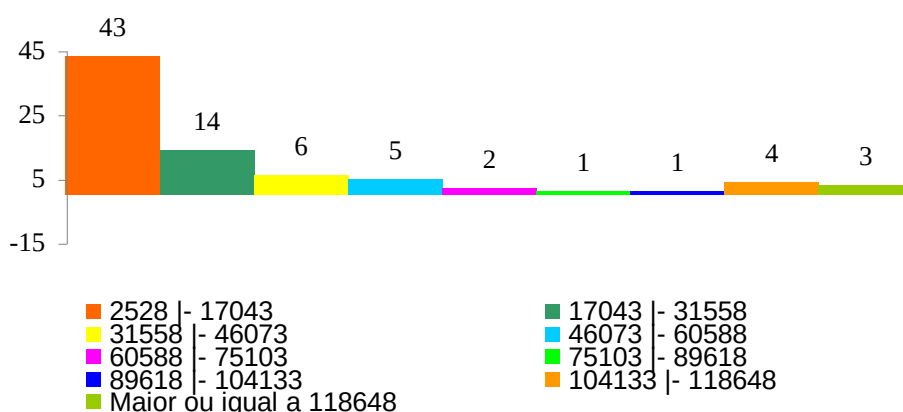


Figura 4 – Gráfico exibindo a quantidade de cidades da Região de Sorocaba por faixa populacional, segundo dados de 2006

De acordo com o gráfico (Figura 4), entre as cidades da Região de Sorocaba, em 43 delas – quantidade esta que corresponde a 54% das cidades -, a população está compreendida entre 2528 e 17043 habitantes; enquanto para 18% delas está entre 17043 e 31558 habitantes. Sorocaba está entre as de maior quantidade de habitantes. No gráfico (Figura 5), exibimos o percentual de cidade por faixa populacional, com as cidades da Região de Sorocaba.

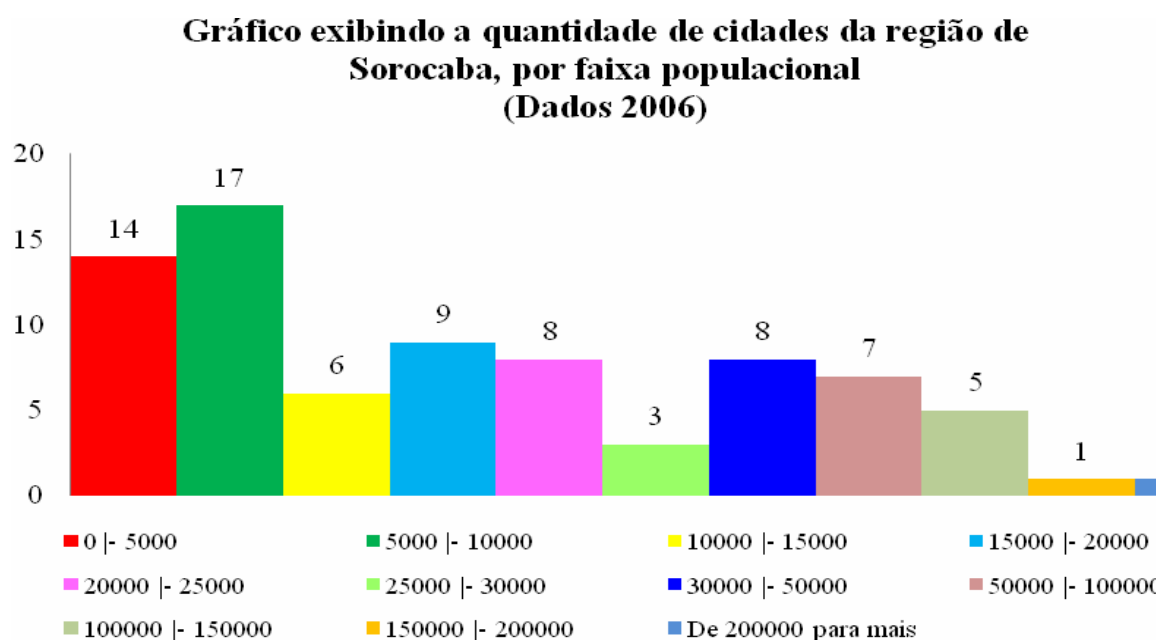


Figura 5 – Gráfico exibindo a quantidade de cidades da região de Sorocaba, por faixa populacional (Dados 2006)

Também, entre as cidades da região, podemos acrescentar que para 18% das cidades a população é menor que ou igual a 5000 habitantes; para 22% delas, a população é maior que 5000 e menor do que ou igual a 10000 habitantes, ou seja para 40 % das cidades a população é menor do que ou igual a 100.000; para 58% das cidades a população varia de 10000 a 15000 habitantes, enquanto para 2% delas, a população é maior do que 150000 habitantes. A população da cidade de Sorocaba é 572 459, enquanto que a de Itu é 154 303.

A mediana para a população das cidades dessa região é de 53.330, o que significa que 50% das cidades têm uma população menor do que ou igual a esse valor.

A amostra envolveu 2209 habitantes dos 79 municípios da Região Administrativa de Sorocaba. Esta quantia corresponde a 8% da população. A amostra tomou 85,6% de habitantes da zona urbana e 14,4% da zona rural, o que corresponde aos percentuais da população da zona rural e urbana. O gráfico (Figura 6) exhibe a quantidade de pessoas consultadas nas cidades da região. Para outros esclarecimentos observar a tabela que consta do Apêndice A.

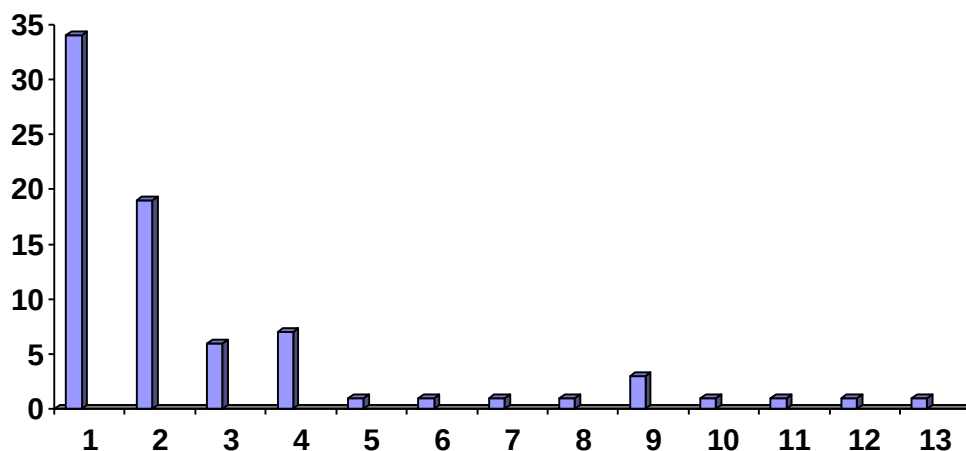


Figura 6 – Gráfico exibindo a quantidade de cidades em função de pessoas entrevistadas.

Legenda

1. de 1 a até 10 pessoas;
2. mais de 10 a até 20 pessoas;
3. mais de 20 a até 30 pessoas;
4. mais de 30 a até 40 pessoas;
5. mais de 40 a até 50 pessoas;
6. mais de 50 a até 60 pessoas;
7. mais de 60 a até 70 pessoas;
8. mais de 70 a até 80 pessoas;
9. mais de 80 a até 90 pessoas;
10. mais de 90 a até 100 pessoas;
11. mais de 110 a até 120 pessoas;
12. mais de 120 a até 130 pessoas;
13. mais de 400 a até 500 pessoas;

O eixo horizontal traz a quantidade de pessoas consultadas, via legenda; no eixo vertical está a quantidade de cidades da região nas quais a quantidade de pessoas consultadas são as estipuladas na legenda.

Observando o gráfico, constatamos que em 34 cidades da região foram consultadas de 1 a 10 pessoas; em 19 cidades, mais de 10 e até 20 pessoas; em 6 cidades, mais de 20 e até 30; em 7 cidades, mais de 30 e até 40 pessoas; em uma cidade para mais de 40 e até 50, mais de 50 e até 60, mais de 60 e até 70, mais de 70 e até 80 pessoas; em 3 cidades, mais de 80 e até 90 pessoas e, por fim uma

cidade para mais de 90 e até 100 pessoas, mais de 110 e até 120, mais de 120 e até 130 e , por fim, para mais de 400 e até 500, mais exatamente 459 pessoas.

Os resultados, que correspondem às respostas do questionário que consta do Apêndice B, são apresentados a seguir.

3.2 Sobre os jornais da Região Administrativa de Sorocaba na perspectiva dos leitores

Na investigação realizada em dezembro de 2007 e janeiro de 2008 aplicou-se um formulário (APÊNDICE B), com 22 questões. A quantidade de pessoas questionadas, por cidade, está apresentada no gráfico (Figura 6).

Entre as pessoas questionadas, 49,66% eram do sexo masculino e 50,34%, do sexo feminino. Ainda, 83,79% das pessoas residiam na zona urbana; 16,12%, na zona rural e 0,09% não responderam a questão sobre a localização da residência. A idade média das pessoas foi de 35 anos, enquanto que a idade mediana foi de 33 anos, ou seja, 50% das pessoas questionadas tinham idade menor do que ou igual a 33 anos. Convém enfatizar que 8,28% das pessoas consultadas tinham mais de 60 anos.

Quando perguntamos para as pessoas se elas têm acesso, leem ou folheiam jornais, em geral, obtivemos 85,83% de respostas afirmativas; 14,08% responderam que não e 0,09% não responderam à questão. Os percentuais não se modificaram significativamente quando se fez a mesma pergunta para os jornais locais, ou seja, 85,06% responderam afirmativamente; 12,45%, negativamente, e 2,49% não responderam à questão.

Mas como essas pessoas leem os jornais? As questões que seguem pretendiam averiguar como as pessoas têm contato e com que frequência leem jornais.

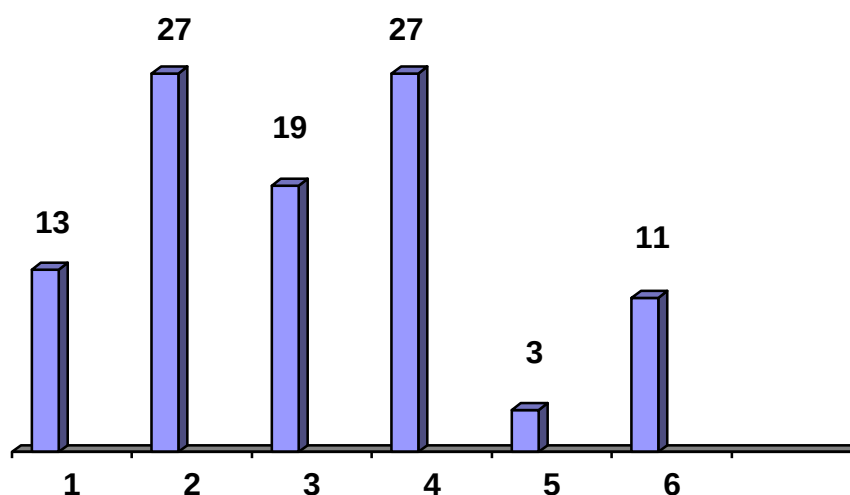


Figura 7 - Gráfico para o “modo como as pessoas que lêem ou folheiam jornais”

Legenda

1. Lê sempre o jornal todo
2. Lê sempre, mas só algumas partes
3. Lê de vez em quando o jornal
4. Lê de vez em quando e apenas algumas partes
5. Não lê
6. Não respondeu

Observando o gráfico (Figura 7) podemos enfatizar que entre as pessoas que responderam que leem jornal, predominam as respostas com destaque para a leitura de algumas partes, ou lêem sempre ou de vez em quando, no entanto, só algumas partes. Quando responderam sobre o que preferem ler, 38% das pessoas responderam “notícias locais”. Em seguida, com 12%, a resposta foi “esportes”. Entre os itens mencionados como manchetes, notícias de diversão, esportes, política, notícias policiais etc., há aspectos locais. Ainda quando se questionou sobre o que eles procuram ver primeiro no jornal, 40% das pessoas responderam “manchetes” e 14 %, esportes. Nessa questão algumas pessoas deram mais de uma resposta. Para outros esclarecimentos observar o gráfico (Figura 8).

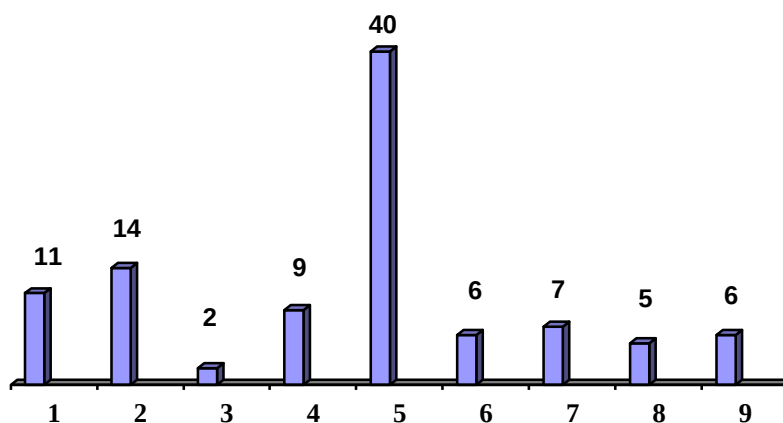


Figura 8 – Gráfico para “o que as pessoas procuram ver primeiro nos jornais” em percentual

Quando questionados sobre o acesso ao jornal obtivemos que 40% comprem na banca; 13% das pessoas são assinantes; 28% ganham (o jornal é distribuído gratuitamente); 14% das pessoas têm acesso aos jornais em locais públicos como salão de beleza, bar, biblioteca etc, enquanto 5% das pessoas deram outras respostas. Questionados sobre a possibilidade de pagar a assinatura de algum jornal da cidade, 73% responderam que não estariam dispostos a pagar; 24% estariam dispostos a pagar e os demais, ou não responderam à pergunta, ou não sabiam se estariam dispostos ou não a pagar. Também 70% das pessoas responderam que utilizam o jornal da sua cidade como fonte de informação. Para outros esclarecimentos, observar o gráfico (Figura 9).

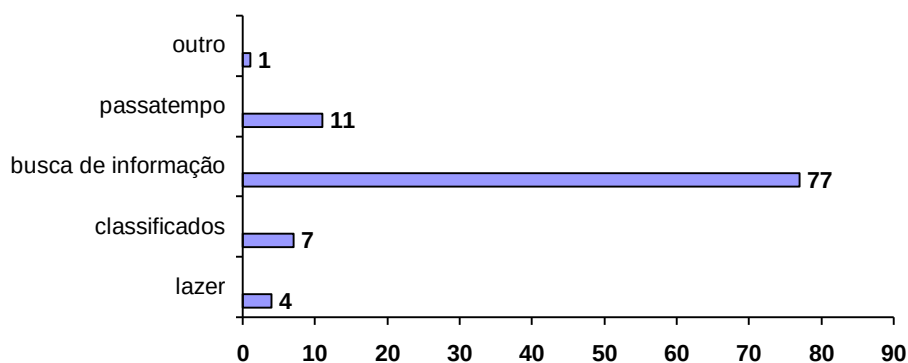


Figura 9 – Gráfico para a utilidade do jornal da cidade para as pessoas, em percentual

Perguntamos também às pessoas por quais meios de comunicação elas costumam se informar com maior frequência.

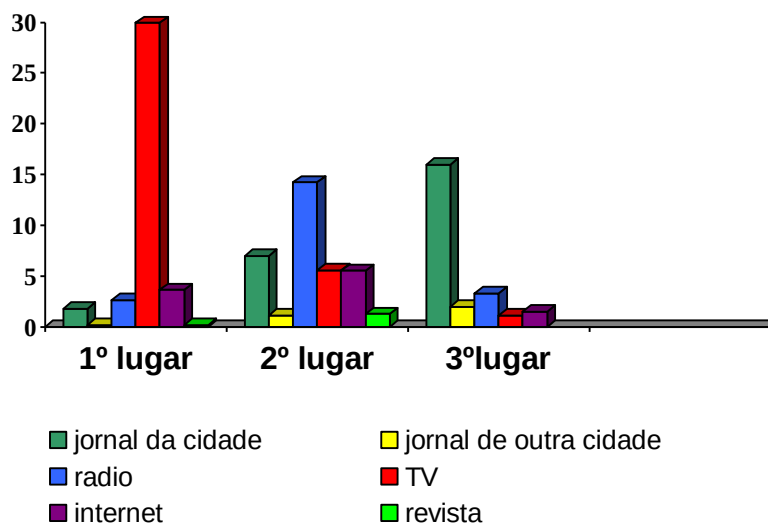


Figura 10 – Gráfico para os meios de comunicação mais citados, do primeiro ao terceiro lugar, em percentual

O meio de comunicação mais citado, em primeiro lugar, foi a TV (Figura 10). Para o primeiro meio citado, o jornal local ocupou a 4ª posição. Em segundo lugar, rádio. O jornal local aparece na 2ª posição. Para o terceiro meio mencionado, o jornal local ocupou a 1ª posição. De modo geral, os meios de comunicação pelos quais as pessoas se informam são, nessa ordem, a TV, o rádio e o jornal local. Ainda, 86% das pessoas mencionaram três meios de comunicação.

Também para os três meios em que as pessoas mais confiam, obtivemos os resultados que constam do gráfico (Figura 11), que não diferem significativamente dos resultados da questão anterior. De modo geral, podemos dizer que os meios mais utilizados são também os que as pessoas mais confiam. Em primeiro lugar, para o mais confiável, está a TV; em segundo, o rádio em primeiro lugar e, em terceiro, o primeiro lugar é para o jornal local.

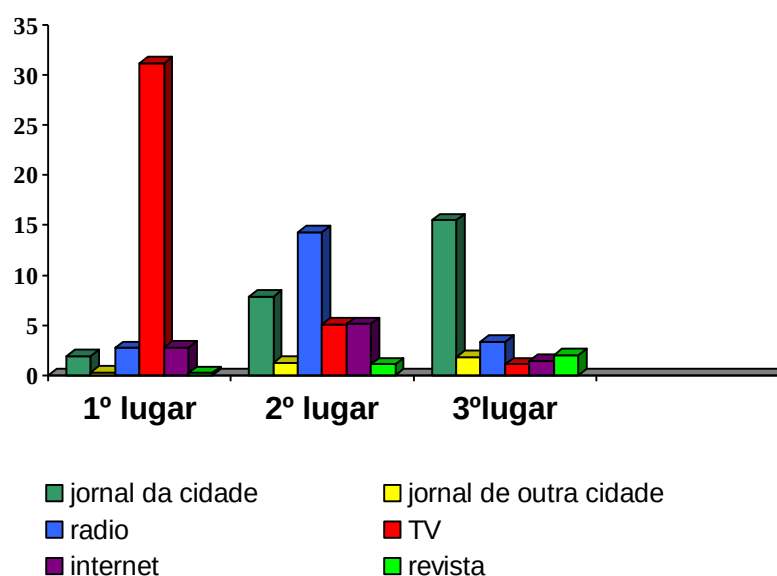


Figura 11 – Gráfico para os meios de comunicação nos quais as pessoas mais confiam, do primeiro ao terceiro lugar, em percentual

Ainda sobre as pessoas que integram a amostra, podemos enfatizar que 65% das pessoas estão na faixa salarial de um a três salários mínimos. A média é de 2,95 salários mínimos. O nível de escolaridade predominante foi o médio e 90% das pessoas têm nível de escolaridade menor do que ou igual ao médio, sendo 32,64% com nível equivalente ao fundamental completo. Para a profissão dos consultados podemos observar o gráfico (Figura 12).

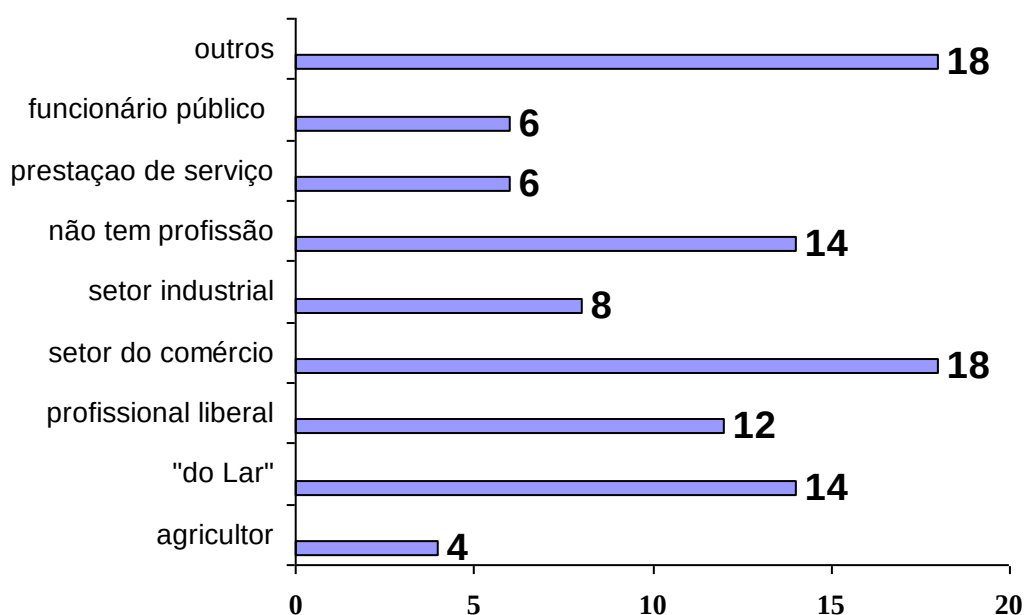


Figura 12 – Gráfico para a profissão das pessoas da amostra, em percentual

Os jornais foram classificados como “ótimo”(11%) ou “bom”(56%) por 67% das pessoas que responderam ao questionário. As demais responderam que o jornal era regular, ruim ou péssimo ou não responderam a questão. Também 75% delas responderam que gostam do “visual” dos jornais que circulam pelas suas cidades e quando questionados sobre o que faria o jornal que costuma ler ser melhor, elas responderam, 32% delas, que o jornal deveria ter mais notícias locais. Ainda 9% das pessoas responderam que o jornal deveria ter mais notícias. Para outras informações ver o gráfico (Figura 13).

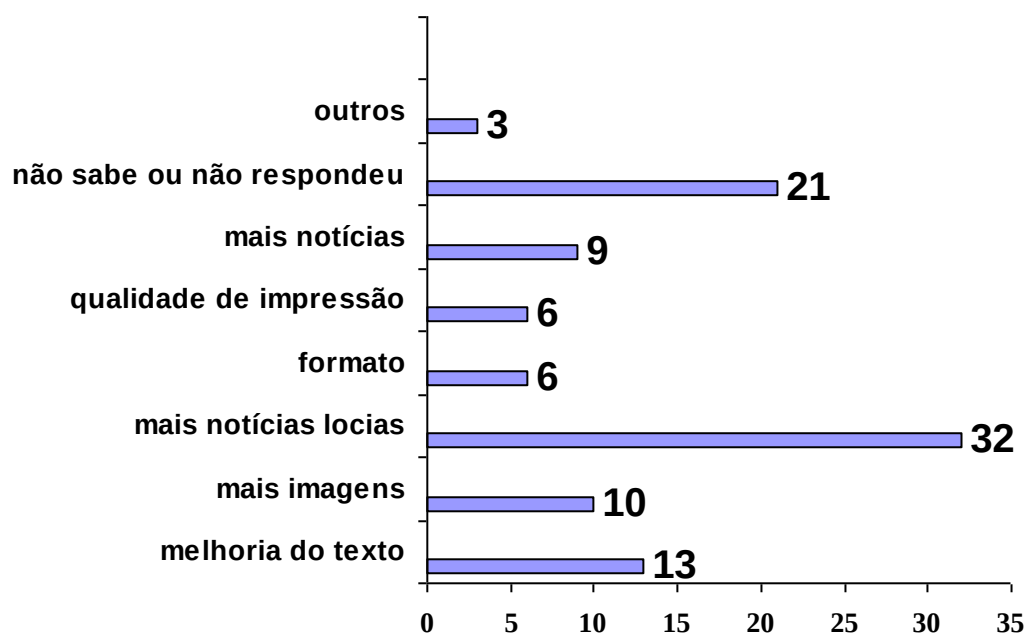


Figura 13 – Gráfico para os aspectos em que o jornal pode melhorar

A seguir, outros resultados obtidos sobre os jornais da Região Administrativa de Sorocaba, segundo os proprietários desses jornais.

3.3 Sobre os jornais da Região Administrativa de Sorocaba na perspectiva dos proprietários

Os resultados que apresentamos a seguir vêm dos dados obtidos de questionários respondidos por 90 proprietários ou responsáveis por jornais nas cidades da Região de Sorocaba (APÊNDICE C). Dois jornais foi a quantidade de jornais que predomina para as cidades da Região de Sorocaba e o número médio de jornais também. Observando o gráfico (Figura 14) podemos constatar que em 43% das cidades há dois jornais; em 39%, um; três é a quantidade para 7% delas; quatro para outros 5% delas e cinco para 7% também. As cidades em que circulam cinco jornais são: Avaré, Tietê e Sorocaba.

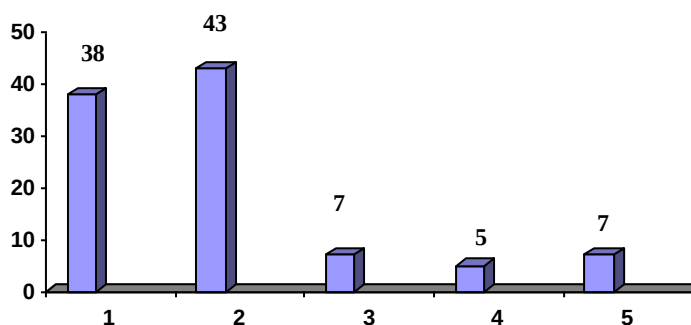


Figura 14²⁰ - Gráfico para a quantidade de jornais para as cidades da Região de Sorocaba, em percentual

Quanto ao número de jornais locais que circulam por essas cidades, os proprietários mencionaram, de modo mais significativo, “dois”. A média do número de jornais locais que circulam foi de 3 jornais. Para outras informações, observar o gráfico (Figura 15).

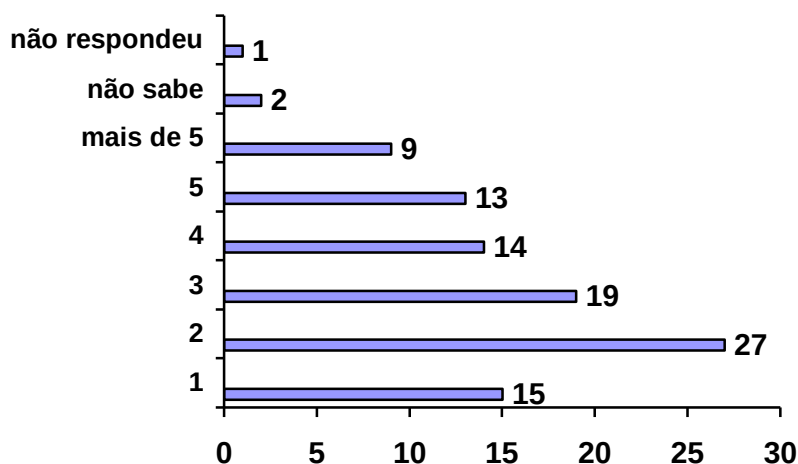


Figura 15 - Gráfico para a quantidade de jornais locais que circula pelas cidades, segundo os proprietários desses jornais

Quanto à periodicidade dos jornais locais podemos enfatizar que 57% deles são semanais e 17%, quinzenal. Apenas 8% são editados diariamente. Para outros esclarecimentos, ver o gráfico (Figura 16).

²⁰ Os números 1, 2, 3, 4 e 5 no eixo horizontal representam a quantidade de jornais.

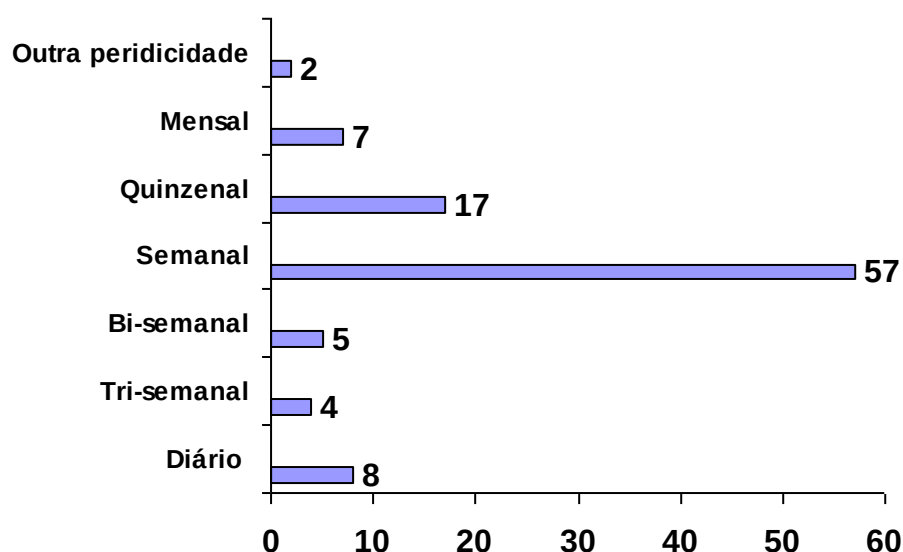


Figura 16 - Gráfico para a periodicidade dos jornais da Região de Sorocaba, em percentual

Quanto à quantidade de exemplares, para as periodicidades indicadas, obtivemos que 67% dos jornais editam de 1000 a 5000 exemplares e 20%, de 5000 a 10 000 exemplares. Ainda, 89% dos jornais editam uma quantidade menor do que ou igual a 10 000 exemplares. Para 11% dos jornais, são editados mais de 10.000 exemplares não superando, nenhum deles, a marca de 30 000 exemplares. Os proprietários ou responsáveis pelos jornais informaram que 34% desses jornais circulam em mais de quatro cidades da região; 34% deles circulam em três ou quatro cidades e 42% dos jornais circulam em uma ou duas cidades.

Quanto à quantidade de proprietários, obtivemos que 53% dos jornais tiveram apenas um proprietário desde a sua fundação; 36% tiveram dois ou três proprietários; 8%, mais de quatro, enquanto 2% dos proprietários responderam que não têm essa informação.

Entre os proprietários, sendo que 80% deles residem na cidade onde os jornais são editados, podemos ressaltar que 28% deles conduzem os jornais por um período menor do que ou igual a 5 anos; 21% por um período de 5 a 10 anos; 24%, de 10 a 15 anos; 21% , de 20 a 50 anos e 1% há mais de 50 anos, sendo que 5% deles não responderam a questão que perguntava há quantos anos eles estavam à frente do jornal. Assim, para essa variável, a moda ou o período que predomina é de no máximo 5 anos, enquanto que o tempo médio é de 14 anos.

Quanto ao número de pessoas envolvidas com a redação do jornal, segundo as informações dos proprietários ou responsáveis pelos jornais, obtivemos que

predomina – para 53% -, de uma a, no máximo, três pessoas; para 40% dos jornais o número de pessoas envolvidas é de 4 a 10 e para 7% dos jornais, mais de 10. Assim, o número médio de pessoas envolvidas na redação dos jornais da Região de Sorocaba é de 4 pessoas. Segundo os proprietários - 86% deles responderam afirmativamente - quando questionados sobre a existência de pessoas com formação superior em Jornalismo entre os envolvidos com a redação do jornal. Considerando que 1% deles não responderam à questão, então, para 13% dos jornais não há pessoas envolvidas com a redação do jornal e que tenham formação superior em jornalismo.

Apresentamos alguns resultados referentes aos aspectos qualitativos dos jornais, segundo os proprietários. Dos resultados, destacamos os seguintes: 76% dos jornais terceirizam a impressão (enquanto 23% não e 1% não respondeu à questão); 83% trazem anúncios publicitários na primeira página (16% não e 1% não respondeu à questão); 80% utilizam infográficos (19% não e 1% não respondeu à questão); a impressão é colorida para 73% dos jornais (26% não e 1% não respondeu à questão) e 94% têm diagramação própria (5% não e 1% não respondeu à questão). Sobre o número de estampas utilizadas na primeira página do jornal, os resultados estão apresentados no gráfico (Figura 17).

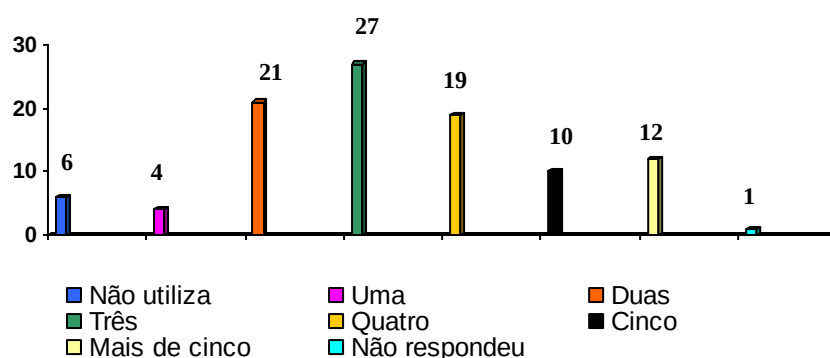


Figura 17 - Gráfico para o número de estampas, em média, para a primeira página dos jornais da Região de Sorocaba

Observando o gráfico (Figura 17), podemos constatar que predomina a utilização de três figuras (fotos de pessoas, paisagens ou outras) na primeira página. Ainda, apenas 6% não utilizam e 12% dos jornais se valem de mais de cinco figuras na primeira página. O número médio é de 3,5 figuras.

Quanto ao formato dos jornais, os resultados podem ser observados no gráfico (Figura 18). Predomina o formato *standard*, ou seja, 69% dos proprietários mencionaram esse formato, enquanto 19% mencionaram tablóide.

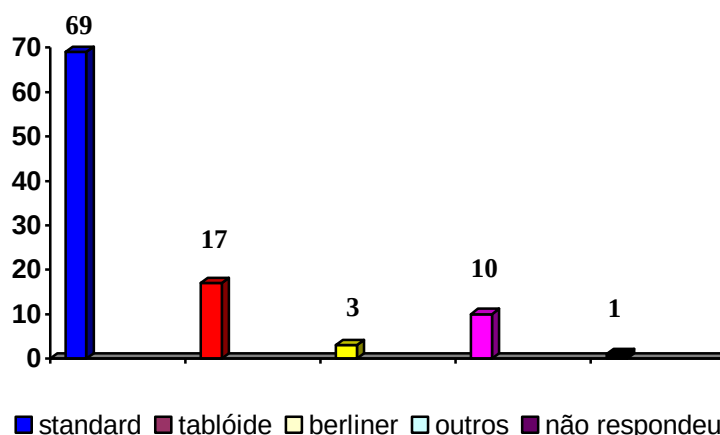


Figura 18 - Gráfico para o formato dos jornais da Região de Sorocaba

Sobre os modos de distribuição, obtivemos que o percentual para distribuição gratuita é significativo, ou seja, 27% dos jornais mantêm tal tipo de distribuição, enquanto 32% de assinaturas e 34% distribuídos em bancas (não gratuitamente) e 7% indicaram outra modalidade.

Quando questionados sobre a realização de pesquisas junto aos leitores do jornal ou assinantes, 66% dos proprietários responderam que nunca realizaram nenhuma pesquisa deste tipo, enquanto que 29% responderam que já fizeram algum tipo de pesquisa junto ao leitor; 4% responderam que não sabiam e 1% deles não respondeu à questão.

Em relação ao jornal ter alguma mídia parceira ou paralela, obtivemos resposta afirmativa entre 69% dos proprietários; negativa para 23% e os demais não responderam à questão. As mídias indicadas como parceiras ou paralelas, de 204 citações, obtivemos os resultados que constam do gráfico (Figura 19).

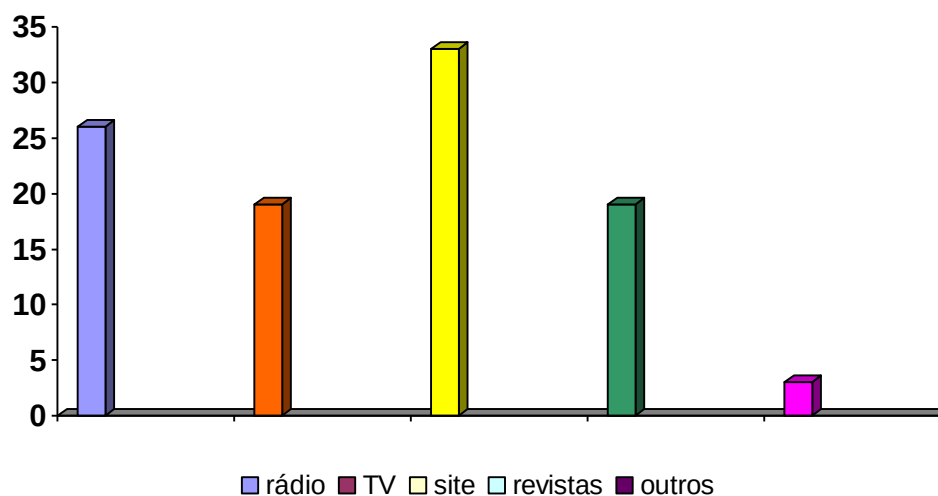


Figura 19 - Gráfico para as mídias apontadas como parceiras ou paralelas pelos proprietários de jornais

Quando questionados sobre a existência de mídias concorrentes, os proprietários indicam, de modo significativo, a presença do rádio, ou seja, 51% deles indicam o rádio, enquanto 10% indicam a TV. Outros esclarecimentos no gráfico (Figura 19).

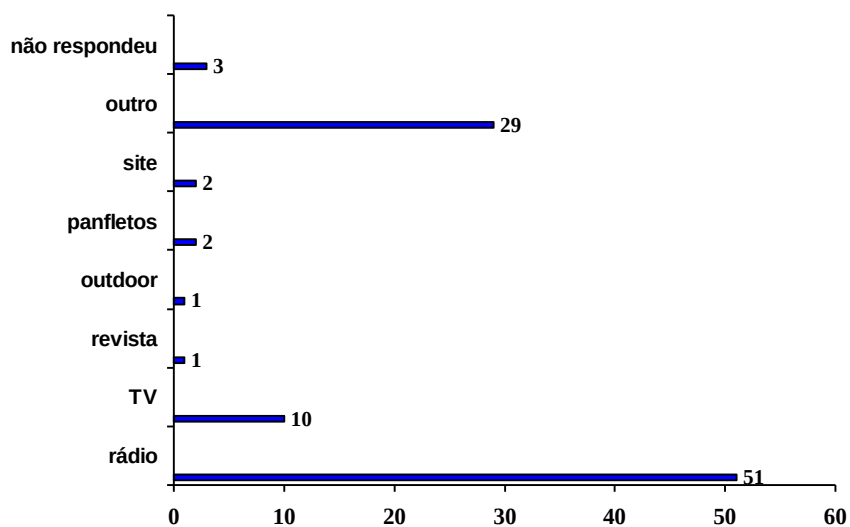


Figura 20 - Gráfico para a mídia concorrente, segundo os proprietários de jornais do interior, da Região de Sorocaba

Quando questionados sobre a possibilidade de melhoria da qualidade do jornal, os proprietários indicaram, de modo mais significativo, o aspecto financeiro (20%) e, em seguida, a melhoria do quadro de funcionários, com profissionais atualizados (14%). Outras informações contam do gráfico (Figura 21).

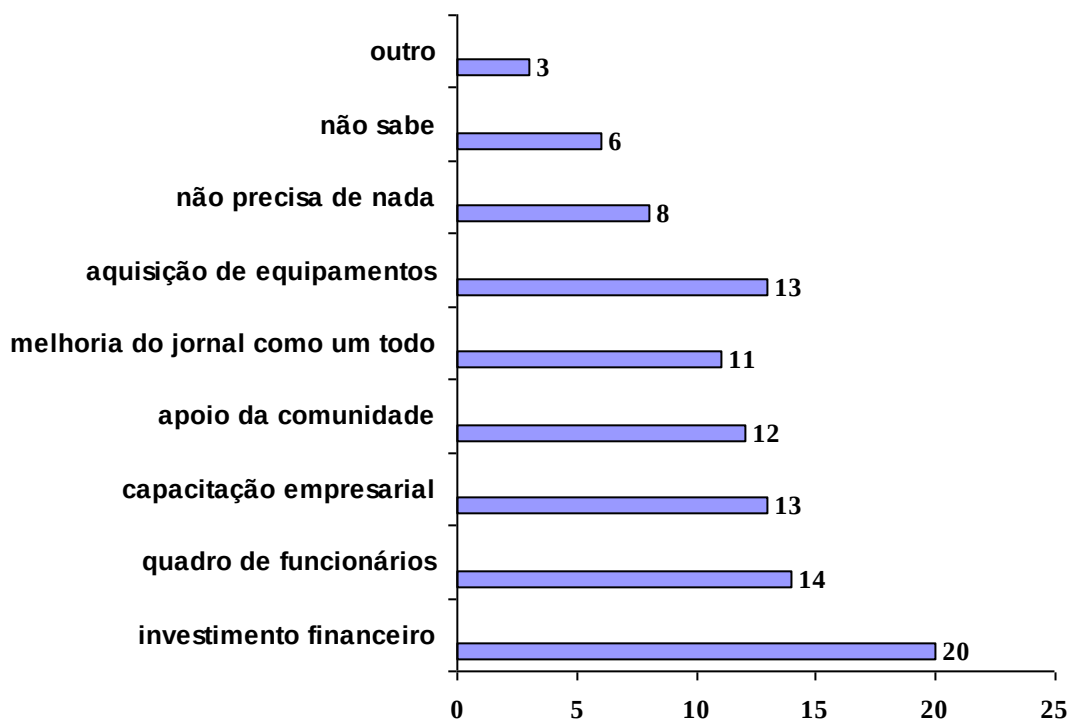


Figura 21 - Gráfico para as opiniões dos proprietários sobre aspectos que precisam melhorar no jornal

Vamos retomar esses resultados em meio às reflexões teóricas que empreenderemos no próximo capítulo, bem como para explicitarmos as especificidades da produção de jornal do interior da Região Administrativa de Sorocaba.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornal do interior permanece...

Segundo os proprietários dos jornais da Região Administrativa de Sorocaba, em linhas gerais, podemos enfatizar que há, em média, dois jornais diferentes circulando pelas cidades com periodicidade semanal, sendo que predomina a tiragem de 1000 a 5000 exemplares; há, em média, quatro pessoas envolvidas com a produção dos jornais. Embora predomine a adoção de formato próprio, *standard*, a maior parte terceiriza a impressão. A mídia paralela, segundo os proprietários, é a internet, enquanto o rádio é a maior concorrente. As dificuldades predominantes são as que se referem às finanças e à carência de profissionais atualizados.

Se considerarmos as médias da quantidade de jornais, da periodicidade e da tiragem, há, portanto, 6000 jornais por semana espalhados para uma população de aproximadamente 2.700.000 habitantes, o que corresponde à média de um exemplar para cada 450 pessoas, por semana. Se tomarmos a cidade de Sorocaba, a de maior população da região, a relação é de um exemplar para cada 100 pessoas, por semana.

Mas como as pessoas dessa região leem os jornais que por lá circulam? Entre as pessoas que leem jornais, a maior parte delas, somente lê algumas partes ou todo o jornal, mas não sempre, ou seja, vez ou outra por semana. Quanto aos que mais gostam de ler, predomina “notícia local” e também a busca por manchetes. A maioria das pessoas tem acesso ao jornal porque o recebem gratuitamente e, de modo geral, não está disposta a ser assinante. A maior parte dos “leitores” menciona que o jornal é útil porque nele pode-se buscar informações, no entanto, não foi citado como a mídia mais confiável. A TV e o rádio, além de serem as mídias preferidas para se buscar informações, também são considerados mais confiáveis.

O nível de escolaridade predominante entre as pessoas consultadas era o médio, e a faixa salarial média era de 2,9 salários mínimos, enquanto que as profissões predominantes foram as do setor do comércio e “do lar”.

Os jornais foram considerados “bons” pela maior parte das pessoas, sendo que 75% delas responderam gostar do “visual” dos jornais. Os “leitores” disseram que os jornais para melhorar deveriam trazer mais notícias locais – foi a resposta

que atingiu o maior percentual. Interessante observar que um percentual significativo respondeu que os jornais deveriam ter mais notícias.

Seria necessário aumentar a tiragem, rever os formatos, atentar para o envolvimento das pessoas com o jornal?

Vamos atentar para um fator significativo e que permite retomarmos as teorias apresentadas. Os “leitores” responderam que os jornais poderiam melhorar se trouxessem mais notícias locais e ainda responderam também que se interessam mais por notícias locais. Portanto, predomina o interesse pela temática local. Assim, a continuidade desse tema faz com que as pessoas continuem a se interessar pelos jornais, ou seja, deste modo a permanência do jornal está assegurada. Não há como negar que outras mídias, como a internet – mídia paralela – e a TV e o rádio – como concorrentes, no sentido que também cumprem parte da função do jornal – podem gerar problemas para a permanência da mídia jornal do interior.

Deste modo, os proprietários devem repensar sobre o envolvimento de uma maior quantidade de pessoas do ambiente, ou seja, talvez rever a tiragem e repensar os formatos. Por outro lado, há a questão da credibilidade que talvez precise ser resgatada. Esse é um diferencial dessa mídia e já enfatizada nos resultados das pesquisas apresentadas no capítulo um. A proximidade das pessoas aos fatos viabiliza inúmeras checagens por parte dos leitores. Há um tecido de “boatos”, “conversas” que permeiam as “versões” dadas pelos jornais.

Aí reside talvez a questão mais emblemática da permanência desse tipo de mídia. Ela se apresenta como balizadora das “fofocas”, das “conversas”, dos “boatos” que aquecem as pequenas cidades. Nesse caso, a credibilidade não é algo que depende de aspectos da construção das notícias, mas pelo fato de que as notícias veiculadas nessas mídias se mesclam com os “boatos”, digamos assim, então, a credibilidade delas é equivalente a dos “boatos”. Não se sabe o que o “jornal diz” ou o que o “povo diz” sobre...

Vamos agora, como ilustração e para nortear nossas reflexões, apresentar algumas notícias veiculadas nos jornais da região. Na Figura 22, em “Jandha, essa mulher”, junto à foto da mulher, o texto enaltece a mulher cerquilhense. “Graças ao desempenho da mulher, o homem cerquilhense muda sua maneira de julgar o comportamento feminino na religião, política, esporte, educação, saúde e segurança. A mulher cerquilhense merece todo nosso respeito e admiração. Jandha Thibes faz parte do time das mulheres vitoriosas e exemplares.”

6 CIDADE DAS ROSAS **Geral**

13º Ato

RAUL, PARA SEMPRE!

Raul Varella Seixas era engenheiro e chefe das Telecomunicações da Viação Férrea Federal da Bahia. Era casado com Maria Eugênia Seixas, dona-de-casa e senhora da sociedade baiana. Morava na casa de número 108, da Avenida Sete de Setembro, em Salvador, quando, em 28 de junho de 1944, ano em que explodiu a primeira bomba atômica, nasceu o primogênito do casal, Raul Santos Seixas.



Magro e míope, Raul criou-se em ambiente austero. Quando pequeno, a mãe não o deixava sair à rua para não aprender palavrão. O pai gostava de ler e toda noite lá ia o pequeno Raul passear nas paisagens de Cervantes, explorando a história de Dom Quixote ou ensaios sobre astronomia e o universo. O hábito adquirido por intermédio do pai fez com que Raul Seixas passasse a infância trancado no quarto lendo o Livro Português, e inventando histórias fantásticas.

Era 21 de agosto de 1989. A moça abre a porta, como fazia todos os dias, chegando para o trabalho. Entra no apartamento, e caminha pelo corredor em busca do patrão. Ele não estava na sala, nem na cozinha, nem no banheiro. Decide ir chamá-lo no quarto. Ele está dormindo, a seu lado, uma foto do ídolo de sempre, Elvis Presley. A empregada o chama, mas ele não responde - não responderia nunca mais. Sua voz, porém, continuará sendo ouvida nas ruas, nos rádios, nos aparelhos de som, nas televisões e nas casas onde morarão futuras gerações.

Quando Raul Seixas morreu, concretizou-se um fenômeno



JANDHA, ESSA MULHER

Grças ao desempenho da mulher, o homem cerquilhense mudou sua maneira de julgar o comportamento feminino na religião, política, esporte, educação, saúde e segurança. A mulher cerquilhense merece todo o nosso respeito e admiração. Jandha Thibes faz parte do time das mulheres vitoriosas e exemplares.

Figura 22 – Jandha, essa mulher

A mulher cerquilhense, representada por Jandha Thibes, revitaliza o orgulho das mulheres da cidade, capazes de fazer com que os homens dali repensem o papel da mulher na sociedade. Sem avaliar o valor desse papel, que não importa para nossas reflexões, o interessante é enfatizar que a mulher, a mulher cerquilhense, está em destaque. A Jandha está entre outras celebridades que essa mídia apresenta. Quem é mais importante? O presidente da república, o artista de cinema ou o artista da TV Globo? Nesse exemplar do jornal, de modo geral, a presença da Jandha é mais significativa, uma vez que o presidente está em todos os noticiários da TV, nos grandes jornais... o mesmo se dá com o artista global. Ela está muito próxima às pessoas. E isto se dá há muito tempo. Ela não se apresenta na tela da TV, nas fotos dos jornais impressos somente... ela está entre as pessoas no seu dia-a-dia.

As pessoas que projetam a cidade no contexto regional ou até nacional e internacional também merecem destaque. Em “Pilarense se consagra no Jaguariúna Rodeio Festival”, há comentários sobre a vitória de um cidadão de Pilar do Sul no famoso evento. Observar figura 23.



Figura 23 – Pilarense se consagra no Jaguariúna Rodeio Festival

Nesse caso, o jornal desperta o interesse do leitor, o morador da cidade em questão, para o fato de que a sua cidade expande suas fronteiras ao destacar os voos dos seus cidadãos. Assim o jornal se mostra importante instrumento de divulgação dos feitos dos seus cidadãos, portanto, da própria cidade, que passa a ser notada entre outras da região. Independente do impacto de um ataque terrorista ou da visita do papa também noticiados, como exemplos, a vitória de um cidadão pilarense no Rodeio de Jaguariúna continua sendo relevante, faz a diferença.

Essas notícias que envolvem as pessoas da cidade podem ser inseridas na temática local, mobilizam os cidadãos, despertam o olhar deles para especificidades dos seus moradores e da sua própria cidade. Assim instauram um clima de diferenciação para a cidade, que pode ser associado ao jornal que veicula tais notícias. Por analogia, como meio responsável por esta projeção da cidade, o jornal adquire importância, co-produtor dessa projeção da cidade.

Os sentimentos despertados por essa divulgação revitalizam as trocas entre as pessoas, demandam a divulgação de outros feitos... fazem crescer as fronteiras da cidade, levam os jornais a fincar suas raízes. Quanto maior a divulgação, maior o desejo do morador da cidade de lá se encontrar.

2 Social & Avaré, 1 a 7 de agosto

AVARÉ

Lourdes e Zezinho Barreto reúnem família e amigos para celebrar Bodas de Ouro

Evento ocorreu no Centro de Convenções do Villa Verde Hotel; clima de confraternização durou do começo ao fim da festa

Da Redação

Momentos de pura emoção. Assim foi a celebração das Bodas de Ouro do casal José Geraldo Dias Barreto, o 'seu' Zezinho, e Maria Queiroz Barreto, realizada no sábado, 26.

Promovida no complexo do Villa Verde Hotel, a cerimônia chamou a atenção dos cerca de 250 convidados pela organização impecável e animação dos presentes. Logo no início do evento, foi servido um coquetel aos presentes, no foyer do Salão de Convenções. Em seguida, os amigos e familiares se dirigiram à Capela Ecumênica que integra o hotel, para a realização de uma Missa em Ação de Graças, celebrada pelo padre Milton José Perretti. Destaque para a homenagem especial de seu Zezinho, que surpreendeu a esposa com uma emocionante declaração de amor.

O casal recebeu com grande alegria os votos de felicidade desejados pelos amigos e convidados. Foi notável a emoção dos familiares mais próximos aos dois, como os filhos Barreto, Bethy, Cacilda, Cristina e Eliana, os genros Aristeu, Sérgio e Karl, a nora Márcia, os netos Shelygan, Sheyla, Sharon, Zarah, Lucas e Mayara, e até mesmo do recém-chegado bisneto Enrico.

ANIMAÇÃO – A comemoração dos 50 anos de casamento também contou com movimentado jantar seguido de festa, realizada logo após a missa, no Centro de Convenções – delicadamente decorado para a comemoração. Destaque para o serviço do Buffet Villa Verde by Dagoberto, especialmente elaborado para a data, que surpreendeu pela qualidade dos pratos. O baile foi animado

CELEBRAÇÃO DAS BODAS DE OURO de José Geraldo Dias Barreto, o 'seu' Zezinho, e Maria Barreto foi repleta de homenagens amorosas e momentos emocionantes

cionaram o presente gada inesperada dos dres de Avaré, que ram diversas canções; e a apresento genro Aristeu Isai brindou aos sogros sucesso interna "Champanhe" imos



Figura 24 – Lourdes e Zezinho Barreto reúnem família e amigos para celebrar bodas de ouro

Em “Lourdes e Zezinho Barreto reúnem família e amigos para celebrar Bodas de Ouro”, o texto traz as seguintes palavras: “Momentos de pura emoção” e enfatiza a homenagem especial de seu Zezinho para a sua esposa, “ele a surpreendeu com uma emocionante declaração de amor.” (Figura 24).

Nesta notícia não só o casal está em cena, mas os parentes e amigos. O jornal testemunha uma união de 50 anos. As Bodas de Ouro também sugerem uma união entre o leitor e o jornal. Essa notícia fortifica relações existentes entre as pessoas ou sugere outras. Tornar-se “celebridade” pela mídia impressa interiorana tem significados especiais e, no caso, os amigos do casal são presenteados, agraciados, pois durante dias as pessoas que foram à festa, sendo fotografadas ou não, se tornam “notícia”, pelo fato de que o que veio no jornal será estendido e revisitado nas conversas, nas “fofocas” e assim por diante. Assim o jornal pode reavivar as relações entre as pessoas.

Nossa Folha - 49 anos

gente sociedade

ANIVERSARIANTES



Edson Ribeiro Junior,
filho do casal Maria
Helena e Edson, reúne
os amigos para festejar
sua nova idade, hoje



Marcela Giovana Millas
completa 4 aninhos na
companhia especial dos
pais Marcelo e Devani
neste sábado, dia 27



Luana Simon Mendes faz
um aninho, dia 28, ao
lado dos pais Dener e
Cibele, do irmão Lucas e
dos avós Moisés e Maria



Ana Carolina Fabri
Olyntho faz aniversário
no dia 2, ao lado dos



O popular Ricardo Pupato
rasga folhinha no dia 2,
na companhia especial

Figura 25 – Nossa Folha 49 anos: Gente sociedade

Mas o jornal também acompanha os filhos dos filhos da cidade... e assim por diante. As fotos de aniversariantes reforçam os vínculos do jornal com os “filhos da terra”. Em “Nossa Folha” os aniversariantes estão presentes (Figura 25)

Os moradores da região que investigamos, de modo geral, solicitavam que os jornais se dedicassem mais às notícias locais. O aumento da publicação de notícias locais também era um dos quesitos mencionados pelos leitores consultados para a melhoria da qualidade do jornal.

Os resultados de pesquisas apresentadas no capítulo um, como a de Dornelles, por exemplo, atestam que no interior do Rio Grande do Sul, em pesquisa envolvendo 30 jornais comunitários, 65,5% dos assinantes dizem que o seu

interesse pelo jornal se dá pelo fato de que desejam saber o que acontece na cidade.

Este resultado também vai ao encontro de outros obtidos em uma pesquisa relatada em “Identidade da Imprensa Brasileira no final de século: das estratégias culturais aos enraizamentos e às ancoras culturais”, obra organizada por José Marques de Melo e Adolpho Queiroz, que mencionamos no capítulo um. Como relatamos, esses jornais privilegiam o noticiário local e os cidadãos comuns.

Assim, como sistema, o jornal do interior elabora internamente um modelo do seu meio e uma identidade própria - por meio da temática local -, estabelece internamente o que é sentido, o que contribui, portanto, para a sua permanência.

O jornal do interior via notícias locais, passa a se referir a si próprio, garantindo a sua autonomia perante um ambiente do qual se desligou, o que faz dele um sistema autopoietico. A regulação autopoietica se dá por meio das “notícias locais”. O jornal seria independente do seu meio no que se refere ao caminhar das interpretações dessas notícias - que teriam potencialmente a capacidade de gerar tais interpretações -, mas são dependentes no sentido que essas notícias vêm do meio externo.

Como já mencionamos, os sistemas autopoieticos têm a capacidade de se diferenciar do meio de forma autofortificada e se valem disso para a estruturação das suas operações. No caso, a temática local leva os jornais do interior a se diferenciar dos demais, garantindo a sua permanência, mesmo com a presença de outros meios de comunicação, impressos ou não.

O potencial para gerar interpretações das notícias locais deve-se à proximidade dos leitores às pessoas apresentadas nos jornais, à convivência deles com fatos e acontecimentos noticiados, enfim a sua co-participação direta ou indireta nos fatos e acontecimentos. Por outro lado, os leitores, de modo geral, conhecem os jornalistas, os proprietários dos jornais, fator que contribui para que o leitor sinta-se como co-produtor da notícia. Inúmeros leitores, por exemplo, foram ao casamento do casal mencionado na notícia, viram os seus filhos crescerem, testemunharam seu sucesso profissional, suas vitórias e fracassos... enfim, ao ler a notícia, o leitor resgata também a sua trajetória de vida...que se entrelaça com a do casal.

Pode-se alegar que isto acontece com o leitor diante de qualquer ficção ou notícia, em geral. De fato, mas o envolvimento é mais significativo nesse caso, pois a sua participação se deu diretamente, suas ações envolviam esse contexto.

Como já explicitamos no capítulo dois, ao tratar das teorias de Luhmann (2005), os temas se fazem necessários para o acoplamento estrutural dos meios de comunicação. Eles garantem o sucesso dos meios, independente das posições tomadas em relação às informações, às proposições de sentido ou das valorizações explicitadas, direta ou indiretamente. Logo, deve-se priorizar “notícias locais” nos jornais do interior, sem contar que isto foi o solicitado pelos próprios leitores e aqui essa necessidade pode não ser criada por simples imposição, uma vez que essa também faz-se pertinente, de modo geral.

Em pesquisa mencionada no capítulo um, com jornais interioranos, os autores, Melo e Queiroz (1998), mencionam que há uma tendência para o cultivo de valores típicos dos regionalismos e, por outro lado, o processo de globalização também pode levar ao resgate das identidades regionais. De certo modo, essas notícias também contemplam a temática local, uma vez que se reportam ao padroeiro da cidade ou às origens históricas de cidades da região (Figuras 26 e 27).

“A hora”, jornal da cidade de São Miguel Arcanjo anuncia: “Igreja Católica festeja nosso Padroeiro” (Figura 26). Do texto destacamos: “Amanhã, domingo, véspera da festa, haverá Leilão de Gado com muitas prendas diversas a partir das 13 horas. Na segunda, dia da festa, haverá missas [...] e após procissão em louvor ao padroeiro São Miguel Arcanjo pelas principais ruas das cidades.”

A HORA Sábado, 27 de setembro de 2008

Igreja Católica festeja nosso Padroeiro



do comemora o Dia consagrado ao santo protetor da Igreja, São Miguel Arcanjo.

Foi São Miguel Arcanjo quem, segundo as Escrituras Sagradas, chefiou a milícia celeste contra Lúcifer e os anjos maus que se revoltaram contra Deus.

O nome do Arcanjo Miguel significa "Quem é como Deus?" Na verdade um brado de luta com que reuniu em torno de si os Anjos fiéis, e um alerta aos que se voltam contra Deus.

São Miguel apareceu em 8 de Maio do ano 492, no Monte Gargano no antigo Reino de Nápoles na Itália. No local da aparição foi erigida uma Igreja e dedicada em honra à São Miguel Arcanjo, no dia 29 de Setembro.

São Miguel Arcanjo dirigiu a Arca de Noé em meio ao Dilúvio. Entregou as Tábuas da Lei no Monte Sinal para Moisés.

Susteve a espada de Abraão, prestes a imolar seu filho Isaac. Lutou contra Jacó e depois o abençoou. No cerco de Jericó, apareceu a Josué e entregou-lhe a cidade.

"A Festa é uma maneira de as pessoas expressarem alegremente aquele aspecto do ser humano que é o louvor ao seu criador. Não deixemos de elevar em forma de eucaristia, nossa gratidão a muitos homens e mulheres que no passado, com fé, amor e dedicação contribuíram com esta Igreja viva cuja cabeça é o Cristo. Também manifestemos nossa gratidão aos muitos irmãos e irmãs que hoje continuam a edificar com as mãos e o coração em preces e dedicadas ações à esta Igreja de Jesus Cristo presente em São Miguel Arcanjo. Que Deus recompense os apóstolos do passado e os apóstolos de hoje".

Amanhã, domingo, véspera da festa, haverá Leilão de Gado com muitas prendas diversas a partir das 13 horas. Na segunda, dia da festa, Missas às 9 e às 18 horas, esta, celebrada por Dom Gorgônio Alves da Encarnação Neto, Bispo Diocesano e após haverá Procissão em

louvor ao Padroeiro São Miguel Arcanjo pelas principais ruas da cidade.

Na parte recreativa haverá Bingo, com distribuições de muitos prêmios, às 14 horas, ao lado da Igreja Matriz, além de show de encerramento às 21 horas com a Banda Som Brasil.

O nosso Pároco Padre Reinaldo Machado Ramos e os festeiros agradecem aos participantes.

Texto de Miguel França de Mattos



Esta segunda-feira, dia 29 de setembro, a Igreja Matriz celebra em festas o dia de nosso padroeiro São Miguel Arcanjo. Nesta sábado, continuação da festa, a Igreja Matriz inicia o dia 20 e que prossegue no domingo, acontecendo a festa na segunda-feira, consagrado ao nosso Santo padroeiro.

A cidade está em festas, a Igreja comemora os 122 anos da Festa do Padroeiro. O católico em todo o mundo

Figura 26 – Igreja católica festeja nosso padroeiro

Ao anunciar, por exemplo, o leilão de gado, nos próximos dias o jornal publicará notícias com comentários sobre o leilão, garantindo a continuidade de uma posição já ocupada por pessoas da cidade, bem como a continuidade do jornal, uma vez que privilegia quem mantém vivos os costumes do local e, indiretamente, se reporta a si próprio.

O jornal traz à tona e confere a quem pratica os ritos religiosos uma posição adequada aos dias atuais, afinal isto merece um espaço no jornal. Da mesma maneira que alguns participam da "Noite luxo". No jornal "Folha de Mayrink", noticiase "Noite luxo" (Figura 27), com fotos das pessoas da cidade, em destaque - como celebridades. As pessoas presentes sacramentam suas relações, se diferenciam pela "presença" no jornal. As fotos atestam a singularidade dessas pessoas. À medida que o jornal se apresenta com pessoas diferenciadas, ele também adquire um diferencial. Torna-se um espaço privilegiado... tomado por componentes importantes do sistema.



Figura 27 – Noite luxo...

Retomando as questões regionais, como outro exemplo, o jornal “A Gazeta de Botucatu”, comenta o lançamento de um livro sobre tropeirismo, financiado por um programa de incentivo cultural da Secretaria Municipal da Cultura. A notícia com o título “O tropeirismo mostrado em livro” (Figura 28) é finalizada com a seguinte frase: “A obra será vendida em bancas e livrarias de Botucatu, e estará à disposição nas bibliotecas da cidade” e destaca que o livro relata também “causos” contados por personagens ilustres do tropeirismo. Assim a história do tropeirismo que envolve toda a região, também contemplada nessa investigação, é reavivada pelo jornal. Vêm à tona as pessoas da cidade que se dedicam ao resgate dessa história. O jornal celebra a memória da cidade e se torna memória à medida que registra as realizações das pessoas, os fatos, os acontecimentos locais.

8 A GAZETA DE BOTUCATU

O tropeirismo mostrado em livro

David José Devidé



No dia 29 de agosto será lançado no CCB – Centro Cultural de Botucatu, o livro “História do Tropeirismo”, de autoria de David Devidé.

A obra recebeu incentivo do Pipa - Programa de Incentivo à Produção Artística e Cultural, promovido pela Secretaria Municipal de Cultura em 2007.

A obra já está em processo de impressão e a expectativa que os exemplares sejam apresentados na Semana do Folclore de Bau-

ru.

David Devidé é presidente da Associação Nacional de Tropeirismo e apresentará domingo, dia 10, no Sambódromo de Bauru, junto com a comitiva botucatuense, o famoso café tropeiro e farofa de pilão aos participantes do evento. O responsável do extinto Museu Caboclo de Botucatu, Fernando Dias, será homenageado pelo seu trabalho de valorização às tradições tropeiras.

A obra que será lançada tem como proposta narrar as aventuras dos homens que cortaram o país guiando o gado e desafiando os perigos das estradas, levando o progresso para todos os quadrantes do Brasil.

No livro, é resgatada a história dos tropeiros através de relatos e causos de personagens ilustres do tropeirismo, como Lauro Branco, Quinto Jó, Joaquim Galerani, dentre outros.

Na obra, são apresentadas informações sobre mulas, comida tropeira, acampamento, cidades e vilas que surgiram pela rota percorrida pelos tropeiros, travessias de rio, missões, dentre outros temas.

Contou com a colaboração dos professores Sérgio Marques (diagramação e revisão) e Benedito Vinício Aloise (ilustrações).

A obra será vendida em bancas e livrarias de Botucatu, e estará à disposição nas bibliotecas da cidade.



David Devidé autor da obra

Figura 28 – O tropeirismo mostrado em livro

Esse arsenal de informações, esse depósito de fatos, de acontecimentos, de momentos importantes para as pessoas da cidade, uma vez registrados ganham uma força diferenciada, conferem ao jornal maior potencial, que o faz funcionar como testemunho. Independentemente do tempo de duração da folha, do papel; ganham tempo, marcas, conquistam a memória das pessoas, sem contar que

podem ser recortadas, coladas em álbuns, conquistar arquivos públicos ou pessoais... sem dúvida o tempo de duração deles se modifica. Isto garante a permanência por um tempo maior para as pessoas, para os fatos... para o jornal... que testemunha.

Isto gera um tecido forte, denso que permeia o meio.... que dá sustentação para conversas, para novos “causos”, para novos “boatos”, no que se refere aos leitores, enquanto que para o jornal, auxilia na autorreferência, direta ou indiretamente.

Mas os jornais também tratam da memória da cidade. No Segundo Caderno do Jornal “O Expresso”, em “Cinco décadas formando cidadãos”, fotos antigas são apresentadas em meio ao relato do percurso da entidade “Defesa do Menor de Capão Bonito”, mencionando inclusive os nomes das pessoas que se dedicaram à entidade no transcorrer desses anos. Observar Figura 29.



Cinco décadas formando cidadãos

Wagner Santos e Rivaldo S. Pereira
CINCO DIÁRIOS

Em 1958 pessoas da sociedade capão-bonitense, lideradas pelo monsenhor Pedro José e sensibilizadas com a situação crítica em que viviam muitas crianças na rua, uniram forças e fundaram a entidade Legionários na Defesa do Menor de Capão Bonito, conhecida popularmente como “Casa do Menor”.

Formaram um pelotão de guerreiros, com a missão especial de oferecer proteção, alimentação, saúde, educação, formação profissional e respeito à dignidade.

No início os trabalhos eram feitos para crianças órfãs e abandonadas. Com a preocupação de desenvolver a formação do humano por completo, a entidade oferecia cursos profissionais, proporcionando aos infantes total independência ao atingir a idade adulta.

Com o tempo a população viveu-se de tal forma com a entidade que logo já não era um orfanato e sim um conjunto de atividades que atendia filhos de toda a população.

No ano de 1993, a entidade passou por séria crise financeira devido ao encerramento de algumas atividades. Em 1994, a direção da Legionários foi assumida por integrantes da Loja Cívica União e Firmeza, que deu a O Expresso que a cada ano se orgulha por dar continuidade aos trabalhos iniciados pelo Monsenhor Pedro José Vieira há 14 anos de parceria.

Hoje, graças à contribuição de muitas pessoas, a entidade possui sua capacidade de atendimento. São 400 crianças e jovens de 0 a 18 anos que encontram apoio na Legionários. Todas elas contam com atendimento profissional especializado por trabalhos voluntários, recebem assistência social, atendimento médico, odontológico e psicológico. No berçário, recebem alimentação, cuidados com a higiene, carinho e dedicação dos monitores. Na idade pré-escolar já tem início a alfabetização, contato com artes, cultura e recreação acompanhada pelos professores. Na idade escolar recebem aulas de Ensino Fundamental num período e em outro, participam de atividades socioeducativas (trabalhos manuais, oficinas recreativas, passeios, aulas de dança, etc...). A entidade mantém ainda os projetos:

PROAZA (Zona Azul)
Focado no mercado de trabalho, oferece a oportunidade do primeiro emprego para jovens de 16 a 18 anos, tendo carteira assinada e todos os benefícios trabalhistas, salário mínimo/hora, meio período de expediente e o compromisso de se dedicar ao máximo nas atividades escolares. O projeto oferece ainda treinamento de vendas, palestras educativas, passeios e recreações.

“Me lembro de relatos dos primeiros adolescentes do Projeto Zona Azul. Alguns informaram que utilizaram os primeiros salários para ajudar a família a quitar prestações da casa própria (CDHU) e ajudar na manutenção da casa. Eles se sentiam gratificados e com a auto-estima elevada por isso. Vários adolescentes que participaram do projeto estão hoje em outros empregos e estão evoluindo muito profissionalmente. Trabalhar e participar da história dessa entidade com outros funcionários tem sido gratificante”, destacou o gerente administrativo da entidade Rivaldo da Silva Pereira, que trabalha há 25 anos na Legionários.

Inclusão Digital
Através da parceria com a VCP, Embratel, Prolan, Kasolution e Voluntários, o projeto beneficia crianças e jovens de toda a comunidade capão-bonitense, oferecendo curso básico de informática através do e-learning com certificação pela Microsoft.

Música e Lutheria
As crianças têm aulas de canto e oportunidade de aprender a tocar instrumentos musicais de corda e sopro. Na lutheria dedica-se a confecção artesanal de instrumentos musicais de corda.

Redescobrimo a infância
Com patrocínio da Petróbras, através de parceria de outras entidades (CAS “Creche Padre Henrique”, Creche CREAR, Creche Metodista) o projeto investe na capacitação dos profissionais que trabalham com crianças e jovens, lutando e preservando o direito da infância.

Para manter toda essa estrutura de atividades, a entidade sempre contou com a dedicação especial de muitos colaboradores e amigos que não medem esforços para fazer com que a Legionários alcance a posição de referência em inclusão social.

Todos os presidentes da Legionários

1958 - Dr. Sérgio Osse (falecido); 1959 a 1972 - Pedro Damas de Carvalho; 1974 a 1975 - Carlos Pereira (falecido); 1976 - José Aires Medeiros; 1977 a 1988 - Monsenhor Pedro José Vieira (falecido); 1989 - Hercule Francatto; 1990 - Ana Gláucia A. Queiroz Assis; 1990 - Alcindo de Oliveira Afonso; 1991-1992 - Joaquim Antunes de Moraes (falecido); 1992-1993 - João Luis de Salles; 1994 - João Antonio A. Ramires; 1995-1996 - Luiz Carlos Varela; 1997 - João Carlos Alves; 1998 - Carlos Alberto Bertoni; 1999-2000 - Marco Henry Cacciariro; 2001-2002 - José Carlos Bonadia; 2003-2004 - Pedro Antonio Gonçalves de Almeida; 2005 - Antonio Jackson Thomazella de Almeida; 2006-2007 - Carlos Eduardo Garcia; 2008 - Alberto de Carvalho Neto.

Figura 29 – Cinco décadas formando cidadãos

Essas notícias propiciam “trocas energéticas e entrópicas” entre o sistema e o meio (os jornais – como sistema – e o meio, as localidades que o jornal alcança), o que leva o sistema a internalizar informações, gerando uma espécie de “estoque”, que permite ao jornal continuar produzindo sentido. Trata-se da sua autonomia.

Há notícias que também despertam a atenção do cidadão, como as que apresentam os problemas por eles enfrentados no seu cotidiano. “Mais de 600 crianças estão sem creche”, manchete que anuncia um problema da cidade de Avaré (Figura 30). Em destaque, na notícia, a ação de um vereador da cidade. De modo geral, essas notícias instigam as pessoas a tomar partido de um ou outro dirigente da cidade, como prefeitos, vereadores e outros.



Figura 30 – Mais de 600 crianças estão sem creche

Na capa do jornal “O expresso”, de Capão Bonito”, podemos ler: “Câmara de Capão Bonito aprova aumento de salários”; “Cidade não tem projeto para transporte coletivo”, uma foto exibindo um depósito de entulhos, e “Abandono gera reclamações no Bairro Boa Vista” (Figura 31).

RIBEIRÃO GRANDE

Abandono gera reclamações no bairro Boa Vista



O presidente do PTB, Luiz Paiva, visitou recentemente o bairro Boa Vista/Intervales, uns dos maiores do município de Ribeirão Grande.

Segundo Paiva, o bairro se encontra abandonado pela atual administração e os moradores estão revoltados com a situação

e as promessas não cumpridas pela prefeita Eliana dos Santos Silva (PSDB).

O local adquirido pela administração anterior para ser construída uma quadra de esportes virou pasto e crateras dividem o terreno (*foto acima*).

Região A/7

Mestrado em Comunicação



A prof^a. Alice Olivati foi muito elogiada ao efetuar a primeira defesa de dissertação do curso de Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba. *Região A/6*

Figura 31 - Abandono gera reclamações no Bairro Boa Vista

Deste modo, o jornal tenta sensibilizar a população quanto aos problemas, de modo geral, instaurados devido à administração não adequada de um ou outro dirigente. Em períodos que se aproximam de eleições municipais, há jornais que vêm para denunciar, para trazer à tona as consequências de uma possível administração não-responsável em andamento.

Esses problemas, ao se tornarem notícias, com certeza, crescem e podem prejudicar a imagem dos dirigentes da cidade - prefeitos, vereadores -, uma vez que ganham corpo em boatos, fofocas, conversas do dia-a-dia dos moradores da cidade. Cientes disso, os políticos ou proprietários de jornais intensificam esse trabalho e, de certo modo, podem interferir na decisão dos moradores. Não há pesquisas que comprovem essa nossa afirmação, envolvendo os jornais da região, no entanto, considerando as nossas idéias sobre o potencial interpretativo das notícias, não há

como negar que o crescimento de cada um dos problemas apresentados nas notícias pode fazer com que as idéias dos moradores se espalhem em meio ao caos – muitos problemas, muitos responsáveis e muitas “opiniões”-, atrapalhando a tomada de decisão. Em meio a esse caos, talvez seja mais difícil para o morador da cidade averiguar a credibilidade de tudo o que emergiu a partir da notícia.

Se retomarmos o contexto descrito, lembrando o nível de escolaridade médio dos leitores, a quantidade de jornais que circula pela região, bem como a sua “força”, podemos enfatizar que as entidades responsáveis por esses jornais deveriam repensar o papel dessa mídia na região. Isto reforçaria a regulação autopoiética, à medida que o leitor encontra nas notícias mais elementos para a construção de sentido. O potencial interpretativo da notícia aumenta e, conseqüentemente, a rede de significados que ela instaura se torna mais densa, mais intensa. Maior a autonomia do jornal, maior a possibilidade da sua permanência.

Para concluir seguem sugestões para a provável melhoria dessa mídia. Em primeiro lugar, ressaltamos que o nível de exigência quanto ao formato, a qualidade da impressão, os modos de utilização das fotos, passa despercebido pelos leitores, em geral, até porque ainda não são sensíveis a esses aspectos qualitativos. De fato, uma vez que 75% dos leitores mencionaram que gostam do “visual” dos jornais que circulam pelas suas cidades.

A maior parte dos leitores tem pouco contato com os jornais e quando os leem, não o observam na íntegra. No entanto, isto não é motivo para não se preocupar com esses aspectos. Uma disposição adequada das notícias, fotos de qualidade, dosagem pertinente de publicidade, aumento de notícias locais... tudo isto pode ser repensado, uma vez que os leitores pensam que os jornais do interior podem melhorar. Cabe aos jornalistas e proprietários repensar esses aspectos, para talvez no futuro, ter assinantes. Maior autonomia viria como consequência da capacidade de se fazer com assinantes. Deste modo a publicidade teria um peso menor na manutenção dos jornais. Interessante mencionar que os resultados da nossa investigação em campo mostraram que 9% dos leitores mencionaram que os jornais deveriam ter mais notícias. Assim pode-se inferir que há muitos anúncios ou notícias que não merecem ser assim denominadas.

Em relação a isto, em “Você sabia”, do jornal “A hora”, de São Miguel Arcanjo” encontramos o seguinte: “Você sabia?...Que as mulheres brasileiras passam 13 dias

do ano fofocando. A fofoca consiste no ato de fazer afirmações não baseadas em fatos concretos, especulando em relação à vida alheia. Presente ao longo de toda história, tal ato é frequentemente ligado à imagem das mulheres.”

Considerando tal “notícia” podemos dizer que as mulheres das cidades do interior devem ajudar a construir a teia noticiosa para permear a cidade e sustentar as reflexões dos seus moradores, notadamente, no que se refere aos assuntos envolvendo a cidade. São grandes colaboradoras do jornal.

Mas como poderiam ser essas notícias, para merecer tal denominação? Os jornalistas deveriam primar pela objetividade. Mas isto deve ser entendido como a notícia, que além de fornecer dados sobre um fato ou um acontecimento, deveria também trabalhar reflexões envolvendo-os. Inúmeros *links* poderiam ser elaborados, sendo que as reflexões dos moradores das cidades deveriam se juntar às notícias. A própria notícia exibiria, de modo direto, saídas para a construção de uma rede de significados. O leitor, certamente, encontraria nessa rede um fio condutor para suas reflexões.

A utilização das imagens também deve ser repensada, uma vez que a foto pode ir além do testemunho. Ao se valer da foto como testemunho - ao que ela se presta de forma adequada -, a notícia ganha credibilidade. No entanto, se a foto trazer em si o poder de sugerir, de incitar novos sentimentos no leitor, maior a possibilidade de que este busque o texto, o relato do fato ou do acontecimento, outras idéias sobre isto e, deste modo, o jornal cumpriria funções importantes – que não importa se lhes cabem ou não, - mas leva o usuário do jornal a ler de fato, a interpretar e refletir sobre os acontecimentos que os cercam.

Os resultados já mencionados também mostraram a pouca predisposição dos moradores da região para se tornarem assinantes. Há de se considerar o poder aquisitivo das pessoas, no entanto, a possibilidade de que essas pessoas se tornem assinantes pode ser trabalhada. Será que os jornais devem ser apenas deixados nas portas das casas ou devem se mostrar e ser distribuídos a quem se interessar? Por que não criar pontos de distribuição? A presença semanal em feiras livres, nas escolas, em pontos de concentração de pessoas (como praças, supermercados etc). Afinal, segundo os proprietários dos jornais, o aspecto financeiro foi o mais mencionado (20%) entre os que precisam melhorar seguido do quadro de funcionários e aquisição de equipamentos.

O jornal deve se colocar em evidência para criar o interesse nos leitores. Outro aspecto que pode fomentar o interesse do leitor, além dos modos de divulgação, é o trabalho com a memória da cidade. Vamos esclarecer como tratamos a questão da memória.

Suponhamos que a cidade seja referência nacional e internacional em uma certa modalidade de esporte. Isto deve ser explorado amplamente pelo jornal. As notícias que envolvem esse esporte devem figurar em muitas edições, logo, em muitas delas, aspectos de um amplo panorama – com o movimento do esporte envolvendo os moradores, fatos que ocorreram desde a sua implantação, ações promovidas para o seu enraizamento na região, até aspectos históricos vinculados à origem e à prática do esporte no mundo, fornecendo *links* com outros meios de comunicação -, devem ser contemplados nas notícias, continuamente.

A história de vida das pessoas das cidades também deve ser explorada para que se fortaleça a memória das pessoas, em geral, e consequentemente da cidade.

Os profissionais envolvidos com o jornal – desde os proprietários até os que trabalham com a distribuição, considerando principalmente os jornalistas -, devem primar pela qualidade desses, o que demanda que suas ações sejam pautadas em uma ética coletiva, colocando o interesse da comunidade em primeiro lugar. Assim os proprietários devem refletir sobre a importância dessa mídia e constatar o quão significativa é a presença dela para os moradores da região em questão. A sua reflexão deve incluir a formação de uma equipe competente, com a contratação de jornalistas, que por sua vez devem primar por fazer do receptor, o leitor do jornal, um co-participante da notícia. Quando os proprietários foram questionados sobre as pessoas envolvidas com o jornal, das suas respostas obtivemos que em 13% dos jornais não há jornalistas (com formação superior) na equipe.

Ainda podemos mencionar que, de modo geral, não se consultam os leitores dos jornais, uma vez, que segundo os proprietários, 66% deles nunca realizaram nenhum tipo de pesquisa junto ao leitor. Por que não consultar o provável leitor sobre os aspectos qualitativos do jornal, sobre os assuntos que gostariam que fossem abordados... enfim por que não tomar conhecimento do leitor?

Para finalizar essas considerações, bem como o relato da nossa investigação, enfatizamos que apresentamos especificidades da mídia “jornal do interior”, da Região Administrativa de Sorocaba, do Estado de São Paulo, cumprindo, assim, os objetivos propostos. As reflexões envolvendo as teorias do jornalismo, nos levam a

considerar que a mídia contemplada, por meio das notícias locais, constrói sua autonomia. Assim, por tratar das pessoas da região, dos seus valores, dos seus relacionamentos, do seu cotidiano, ou seja, por registrar, testemunhar... mescla a memória das cidades e das pessoas de modo intenso, em detrimento de outras mídias impressas que lá circulam, pela proximidade das pessoas. Assim agrega valor em relação às outras. Ainda elaborando as sugestões, que podem ser pertinentes ou não para outras regiões do Estado de São Paulo ou outras do país, ressaltamos o quanto elas precisam ser tratadas com maior rigor, atendo-se ao leitor, principalmente.

Sabemos que ainda há o que fazer para a melhoria do jornal do interior e os estudos acadêmicos muito poderão contribuir. Esperamos que essas nossas reflexões possam também, como os outros já mencionados, fazer parte desses estudos que agregam contribuições.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

- BAHIA, J. **Jornal, história e técnica**. Rio de Janeiro: Ática, 1990. v. 1.
- BRUN, E. **36 mil dias de jornalismo: a história nas páginas de A Tribuna**. Santos: A Tribuna, 1994.
- BUENO, W. da C. **Caracterização de um objeto: modelo conceitual para a análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal**. 1977. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 1977.
- BURKE, P. **Hibridismo cultural**. São Leopoldo, RS : Ed. UNISINOS, 2006.
- BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.
- BUSSAB, W. de O.; MORETTIN, P. A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- CICILLINI, F. M. **Os jornais como meios de difusão da informação local: estudos sobre o jornalismo impresso no centro do Estado de São Paulo**. In: SIMPÓSIO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 11., 2006, Ribeirão Preto, SP. **Caderno de resumos**. Ribeirão Preto, SP: Intercom, 2006. p. 6.
- COELHO, G. V. V. Comunicação paulista: guia de fontes historiográficas. In: MELO, J. M. (Org.) **Os bandeirantes da idade média**. São Paulo: Angellara, 2007. p. 195-205.
- COSTA NETO, P. L. de O. **Estatística**. São Paulo: Edgard Blücher, 1977.
- DAYRELL, S.; MOUILLAUD, M. **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2002.
- DINES, A. **O papel do jornal: uma releitura**. 4. ed. ampl. e atual. São Paulo: Summus, 1986.
- DORNELLES, B. **Jornalismo "comunitário" em cidades do interior: uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.
- _____. **A prática do Jornalismo interiorano no Rio Grande do Sul: potencial mercado de trabalho para o próximo milênio**. 1999. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.
- FERNANDES, B. **A força do jornal do interior**. Itajaí: Editora da Universidade do Vale do Itajaí, 2003.
- FERNANDES, M. L. **Perfil da pequena imprensa de Santa Catarina**. 2000. 270 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2000.

FERREIRA, F. de P. **Teoria social da comunidade**. São Paulo: Herber, 1968.

FRANCO, C. Turbulências de uma empresa jornalística regional. In: MELO, J. M. (Org.) **Os bandeirantes da idade média**. São Paulo: Angellara, 2007. p. 101-112.

IBGE. Contagem Populacional de 2007. Disponível em :
<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/default.shtm>>.
Acesso em: 01 jul. 2007.

LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

LIMA SOBRINHO, A. J. B. de. **O problema da imprensa**. São Paulo: EDUSP: COM-ARTE, 1997.

LOCK, M. V. C. **A notícia participativa e o reposicionamento das fontes**: estudo de caso: São José do Rio Preto. 2005. 231 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2005.

LOPES, D. F.; COELHO SOBRINHO, J.; PROENÇA, J. L. (Orgs.). **A evolução do jornalismo em São Paulo**. São Paulo: Edicon: ECA/USP, 1998.

LUHMANN, N. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MATHIS, A. Disponível em: <http://simaocc.home.sapo.pt/e-biblioteca/index.html>.
Acesso em: ago. 2008.

MARIANO, J. **História da imprensa em Campinas**. Campinas, SP: Gráfica Massioli, 1972.

MATURANA, H. R.; VARELA, F. J. **A árvore do conhecimento**: as bases da compreensão humana. São Paulo: Palas Athena, 1997.

MELO, I. A. **Jornalismo no interior**: as singularidades da produção jornalística em cidades do interior de Minas Gerais. 2006. 125 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2006.

MELO, J. M. de. **Mutações na imprensa paulista**: da informação cotidiana ao serviço público. São Bernardo do Campo, SP: Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Metodista de São Paulo, 1996.

_____. **Teoria do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

_____ (Org.) **Os bandeirantes da idade média**. São Paulo: Angellara, 2007.

_____ ; ADAMI, A. (Orgs.). **São Paulo na idade média**. São Paulo: Arte & Ciência, 2004.

MELO, J. M. de; QUEIROZ, A. (Orgs.). **Identidade da imprensa brasileira no final de século**: das estratégias culturais aos enraizamentos e às ancoras culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

NEVES, C. E. B.; NEVES, F. M. **O que há de complexo no mundo complexo?** Niklas Luhmann e o pensamento complexo. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S15175222006000100007&script=sci_arttext&lng=pt%23nt23 >. Acesso em: 10 ago. 2008.

NOBRE, J. F. **História da imprensa paulista**. São Paulo: Edições Leia, 1950.

NÖTH, W. A auto-referência na perspectiva da teoria dos sistemas e da semiótica. **Revista de Comunicação e Linguagens**, Lisboa, p. 13-27, 2001.

ORTET, F. A realidade do jornalismo do interior é desconhecida. In: LOPES, D. F.; COELHO SOBRINHO, J.; PROENÇA, J. L. (Orgs.). **A evolução do jornalismo em São Paulo**. 2. ed. São Paulo: EDICON, 1998. p. 119-134.

PENA, F. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

PEREIRA, M. **Imprensa & poder**: a comunicação em Santa Catarina. Florianópolis: Lunardelli, 1992.

ROMESÍN, H. M. **Da biologia à psicologia**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

_____; GARCÍA, F. J. V. **De máquinas e seres vivos**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

SANTAELLA, L.; VIEIRA, J. A. **Metaciência – como guia da pesquisa**: uma proposta e semiótica. São Paulo: Mérito, 2008.

SEADE - Fundação Sistema Estadual de Análises de Dados (2007). <http://www.seade.sp.gov.br/produtos/imp/index.pht> <Acesso em 07 de nov. d/11/2007>.

SILVA, M. P. da. **A representação da Segunda Guerra Mundial em um semanário do interior paulista**: O ECO (1939-1944). 2007. 219 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP, 2007.

SODRÉ, M. **Reinventado a cultura**: a comunicação e seus produtos. Petrópolis/RJ: Vozes, 1996.

TRAQUINA, N. **Jornalismo**: questões, teorias e histórias. Lisboa: Veja, 1993.

_____. TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. 3. reimpr. São Leopoldo: Unisinos, 2005a.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005b. v.1.

VARELA, F. **Principles of biological autonomy**. New York: North-Holland, 1979.

VIEIRA, T. A. S. Jornalismo no interior: potencialidades éticas e técnicas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25. , 2002, Salvador, BA. **Caderno de resumos**. Salvador, BA: Intercom, 2002.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Cidades da Região Administrativa de Sorocaba

APÊNDICE A – Cidades da Região Administrativa de Sorocaba

	Cidades da Região Administrativa de Sorocaba	Amostra Executada	Zona urbana	Zona rural
1	Águas de Santa Bárbara	5	4	1
2	Alambari	3	2	1
3	Alumínio	13	12	1
4	Angatuba	16	11	5
5	Anhembi	4	3	1
6	Apiáí	23	15	8
7	Araçariguama	11	8	3
8	Araçoiaba da Serra	19	14	5
9	Arandu	5	3	2
10	Areiópolis	8	7	1
11	Avaré	69	66	3
12	Barão de Antonina	2	1	1
13	Barra do Chapéu	4	1	3
14	Bofete	7	5	2
15	Boituva	34	33	1
16	Bom Sucesso de Itararé	3	2	1
17	Botucatu	95	92	3
18	Buri	16	13	3
19	Campina do Monte Alegre	5	4	1
20	Capão Bonito	38	30	8
21	Capela do Alto	13	11	2
22	Cerqueira César	7	6	1
23	Cerquilha	29	28	1
25	Conchas	13	10	3
26	Coronel Macedo	4	3	1
27	Fartura	12	9	3
28	Guapiara	17	7	10
29	Guareí	9	6	3
30	Iaras	3	2	1
31	Ibiúna	60	19	41
32	Iperó	18	11	7
33	Iporanga	4	2	2
34	Itaberá	16	10	6
35	Itaí	18	15	3
36	Itaóca	2	1	1
37	Itapetininga	113	112	1
38	Itapeva	73	56	17
39	Itapirapuã Paulista	3	1	2
40	Itaporanga	12	8	4
41	Itararé	40	37	3
42	Itatinga	13	12	1
43	Itu	123	114	9
48	Nova Campina	7	4	3
49	Paranapanema	14	11	3
50	Pardinho	5	3	2
51	Pereiras	6	4	2
52	Piedade	43	21	22
59	Ribeira	3	1	2

60	Ribeirão Branco	18	9	9
61	Ribeirão Grande	7	3	4
62	Riversul	5	4	1
63	Salto	85	84	1
64	Salto de Pirapora	34	28	6
65	São Manuel	32	30	2
66	São Miguel Arcanjo	27	17	10
67	São Roque	58	44	14
68	Sarapuí	7	5	2
69	Sarutaiá	3	2	1
70	Sorocaba	458	453	5
71	Taguaí	7	6	1
72	Tapiraí	8	6	2
73	Taquarituba	19	16	3
74	Taquarivaí	4	3	1
75	Tatuí	84	78	6
76	Tejupá	5	3	2
77	Tietê	29	27	2
78	Torre de Pedra	2	1	1
79	Votorantim	84	82	2
TOTAL:		2.209	1.892	317

APÊNDICE B

Questionário para o Público Geral

APÊNDICE B - Questionário para o Público Geral

1. Idade: _____

2. Sexo: () masculino () feminino

3. Qual a localização da sua residência?

() urbana () rural

4. Você tem acesso, lê ou folheia jornais?

() sim () não

5. Você costuma ler ou folhar jornais da sua cidade?

() sim () não

6. Você ...

- () lê sempre o jornal todo
- () lê sempre, mas só algumas partes
- () lê de vez em quando o jornal todo
- () lê de vez em quando e apenas algumas partes
- () não lê

7. Qual a renda mensal da família?

- () Menos de um salário mínimo
- () De um até três salários mínimos
- () De quatro até seis salários mínimos
- () De sete até nove salários mínimos
- () Dez ou mais salários mínimos

8. Qual a sua escolaridade?

- () Sem escolaridade / () Nível Fundamental / () Nível Médio / () Nível Superior
- () Pós-graduação

9. Qual a sua profissão?

- () Agricultor/lavrador / () Artes/artesanato / () Do lar / () Funcionário Público
- () Prestação de serviços / () Profissional liberal / () Setor Administrativo
- () Setor de Comércio / () Setor de Educação / () Setor de Saúde
- () Setor industrial / () Trabalhador braçal / () Não tem profissão

() Outros: _____

10. O que você mais gosta de ler no(s) jornal(is) de sua cidade? (Espontânea de múltipla escolha)

- () charge / () classificados & anúncios / () economia / () editorial / () esporte
- () horóscopo / () manchetes / () necrologia
- () notícias de diversão (festas, bailes, encontros de pessoas) / () notícias locais
- () polícia / () política / () sociedade & pessoas

() outros: _____

11. Por quais meios de comunicação você costuma se informar com mais frequência? Liste 3 meios. (Espontânea de múltipla escolha – numerar abaixo conforme a ordem de escolha)

- () jornal da cidade
- () jornal que não seja de sua cidade
- () rádio
- () TV
- () site da internet
- () revista
- () outros: _____

12. Em quais meios de comunicação você confia mais? Liste 3 meios. (Espontânea de múltipla escolha – numerar abaixo conforme a ordem de escolha)

- () jornal da cidade
- () jornal que não seja de sua cidade
- () rádio
- () TV
- () site da internet
- () revista
- () outros: _____

13. Como você tem acesso ao jornal da sua cidade? (Espontânea)

- () compra/banca
- () assina
- () ganha/grátis
- () lê em locais públicos (salão de beleza, bar, biblioteca, etc)

() outros: _____

14. Apenas para quem não assina: Você estaria disposto a pagar a assinatura de algum jornal da sua cidade?

- () sim
() não
() não sabe ou não respondeu

15. Para que você mais utiliza o jornal da sua cidade? (Espontânea de múltipla escolha)

- () escolha de lazer
() negociação de bens e serviços - móveis/imóveis/classificados
() busca de informação
() passatempo
() outros: _____

16. O que você procura ver primeiro no(s) jornal(is) de sua cidade? (Espontânea de múltipla escolha)

- () Charge
() Classificados
() Economia
() Editorial
() Esporte
() Fotografias
() Horóscopo
() Legendas
() Manchetes
() Necrologia
() Polícia
() Política
() Sociedade
() Outros: _____

17. As notícias publicadas no(s) jornal(is) de sua cidade são:

- () muito confiáveis
() mais ou menos confiáveis
() pouco confiáveis
() não são confiáveis
() não sabe ou não quis responder

18. Como você classifica o(s) jornal(is) de sua cidade?

- () ótimo
() bom
() regular
() ruim
() péssimo
() não sabe ou não quis responder

19. Você gosta do visual do jornal que costuma ler?

- () sim
() não
() não sabe ou não respondeu

20. O que faria ser melhor o jornal que costuma ler? (Espontânea de múltipla escolha)

- () melhoria do texto
() mais imagens/fotografias
() mais notícias locais
() formato
() qualidade de impressão
() mais notícias nacionais/internacionais
() não sabe ou não respondeu

() outros: _____

21. Você acha que o(s) jornal(is) de sua cidade são imparciais/independentes quanto a partidos políticos, agremiações sociais, entidades religiosas ou grupos econômicos/empresariais?

- () sim
() não
() não sabe

22. Você achou que esta pesquisa foi difícil e/ou demorada?

- () sim, difícil e demorada
() sim, difícil
() sim, demorada
() não foi difícil nem demorada
() não sabe ou não respondeu

Cidade: _____ Questionário n.º: _____ Entrevistador: _____

APÊNDICE C

Questionário para Diretores de Jornais

APÊNDICE C - Questionário para Diretores de Jornais

1. Denominação do jornal:

2. Ano de fundação do jornal:

3. Qual a cidade sede do jornal?

4. Tipo de periodicidade do jornal: Diário

5. Quantos exemplares são produzidos na periodicidade indicada?

Tiragem:

6. O jornal circula em quantas cidades? Uma

7. Quantos proprietários o jornal teve desde a sua fundação? Um

8. O proprietário atual está à frente do jornal há quantos anos?

Está há anos na direção.

9. O proprietário reside na cidade sede de circulação do jornal? Sim

10. Quantas pessoas estão diretamente envolvidas com a redação do jornal?

Até 3 pessoas

11. Existem pessoas na redação do jornal com curso superior de Jornalismo completo? Sim

12. O jornal tem impressão: Própria

13. O jornal estampa publicidade/propaganda na primeira página? Sim

14. O jornal utiliza infográficos em sua edição? Sim

15. Quantas fotos em média são utilizadas na primeira página das edições do jornal? Não usa

16. A impressão do jornal é: Preto e branco

17. O jornal apresenta que formato? Standard

18. O jornal tem diagramação: Própria

19. O jornal mantém distribuição:

Gratuita Sim

Assinaturas Sim

Banca/Paga Sim

Outras Não

20. Foi realizada alguma pesquisa pelo jornal para saber perfil dos assinantes?

Sim

Se a resposta foi afirmativa, por gentileza cite algumas características do perfil dos assinantes:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

21. O jornal dispõe de mídias parceiras/paralelas? Sim

22. Se afirmativo na pergunta anterior, qual tipo de mídia parceira/paralela dispõe?

Rádio Sim

TV Sim

Site Sim

Revista Sim

Outro. Especificar:

23. Qual o grau de dificuldade de manutenção do jornal? Alta

24. Qual a maior dificuldade para manutenção do jornal? Financeira

Caso a resposta seja outro, favor especificar:

25. Qual a mídia maior concorrente? Rádio

26. Qual o grau de confiabilidade que seu jornal dispõe perante seu público leitor? Alta confiança

27. Seu jornal tem alguma ligação com partido político, agremiação social, entidade religiosa ou grupo econômico/empresarial? Sim

28. Seu jornal desenvolve algum projeto com as escolas, tipo “Jornal na Escola”? Sim

29. O que falta para que seu jornal seja mais completo?

Investimento financeiro Sim

Melhorar o quadro de funcionários, com profissionais atualizados (teórica e tecnicamente) Sim

Capacitação empresarial Sim

Apoio da comunidade Sim

Melhoria do jornal como um todo – aparência, redação, etc. Sim

Aquisição de equipamentos Sim

Não precisa de nada Sim

Não sabe Sim

Outro. Especificar:

30. Quantos jornais locais existem circulando atualmente em sua cidade?

Um

As informações que seguem são apenas para o caso da necessidade de algum contato. Em nenhum momento serão divulgados ou vinculados nomes na pesquisa.

Responsável pelo Preenchimento:

Telefone para contato:

E-mail:

APÊNDICE D

Gráficos

APÊNDICE D - Gráficos

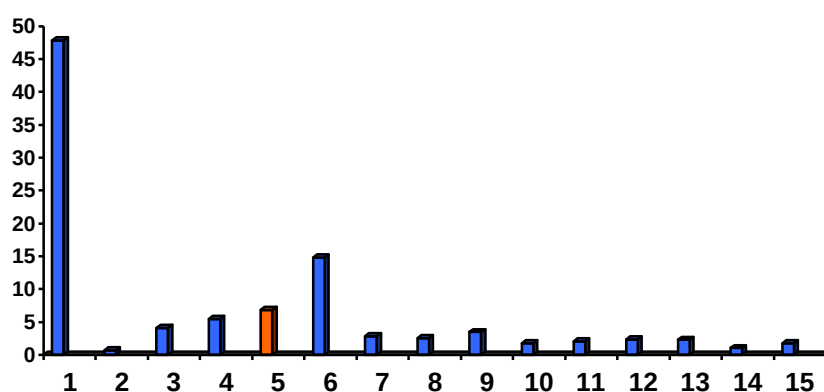


Figura 32 - Gráfico para a população das regiões administrativas do Estado de São Paulo, em percentual

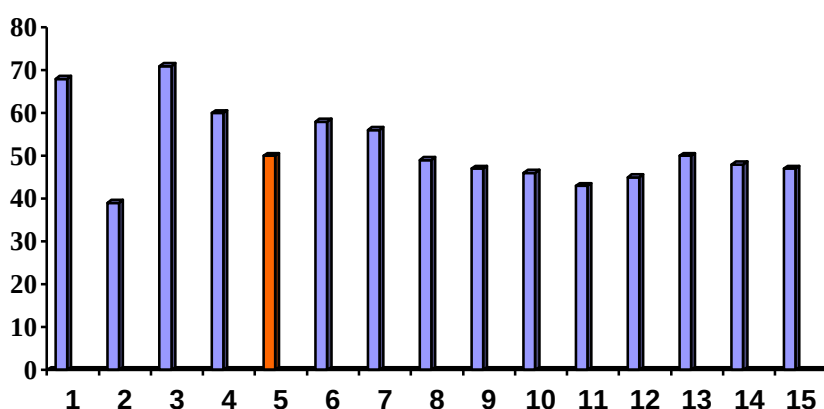


Figura 33 - Gráfico para o IPRS (Riqueza) das regiões administrativas do estado

Legenda

- | | |
|--|--|
| 1.Região Metropolitana de São Paulo | 2. Região Administrativa de Registro |
| 3.Região Administrativa de Santos | 4. Região A. de São José dos Campos |
| 5.Região Administrativa de Sorocaba | 6. Região Administrativa de Campinas |
| 7.Região Administrativa de Ribeirão Preto | 8. Região Administrativa de Bauru |
| 9.Região Administrativa de São José do Rio Preto | 10. Região Administrativa de Araçatuba |
| 11.Região Administrativa de Presidente Prudente | 12. Região Administrativa de Marília |
| 13.Região Administrativa Central | 14. Região Administrativa de Barretos |
| 15.Região Administrativa de Franca | |

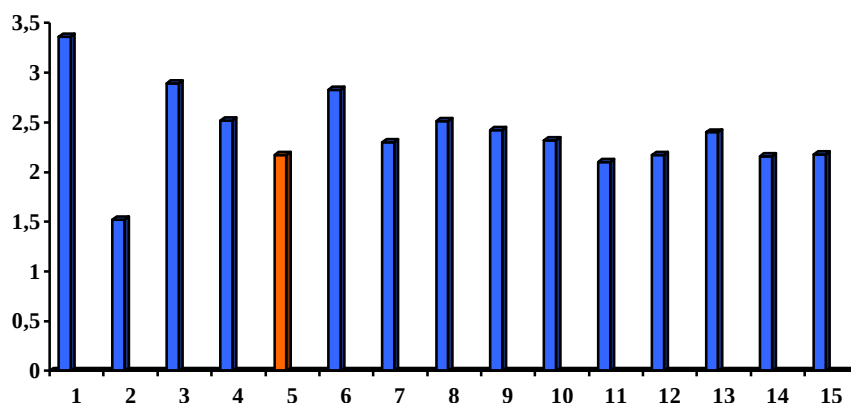


Figura 34 - Gráfico para a renda *per capita* (em número de salários mínimos)

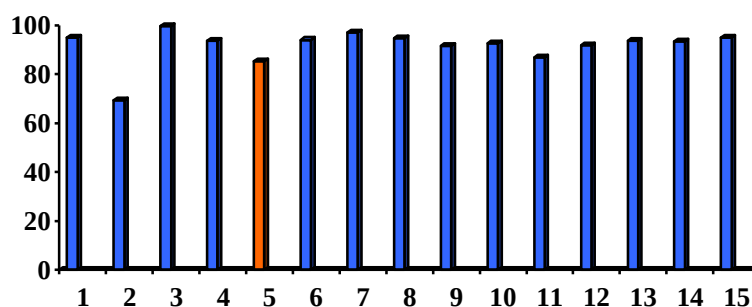


Figura 35 - Gráfico para o Índice de Urbanização das Regiões Administrativas do Estado de São Paulo

Legenda

- | | |
|--|--|
| 1.Região Metropolitana de São Paulo | 2. Região Administrativa de Registro |
| 3.Região Administrativa de Santos | 4. Região A. de São José dos Campos |
| 5.Região Administrativa de Sorocaba | 6. Região Administrativa de Campinas |
| 7.Região Administrativa de Ribeirão Preto | 8. Região Administrativa de Bauru |
| 9.Região Administrativa de São José do Rio Preto | 10. Região Administrativa de Araçatuba |
| 11.Região Administrativa de Presidente Prudente | 12. Região Administrativa de Marília |
| 13.Região Administrativa Central | 14. Região Administrativa de Barretos |
| 15.Região Administrativa de Franca | |

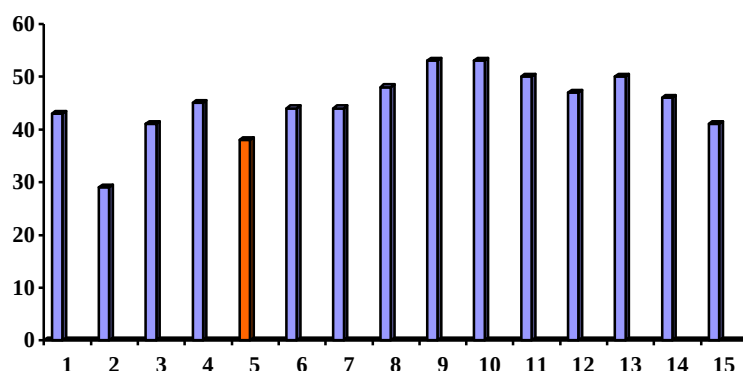


Figura 36 - Gráfico para o IPRS (Riqueza) das regiões administrativas do estado

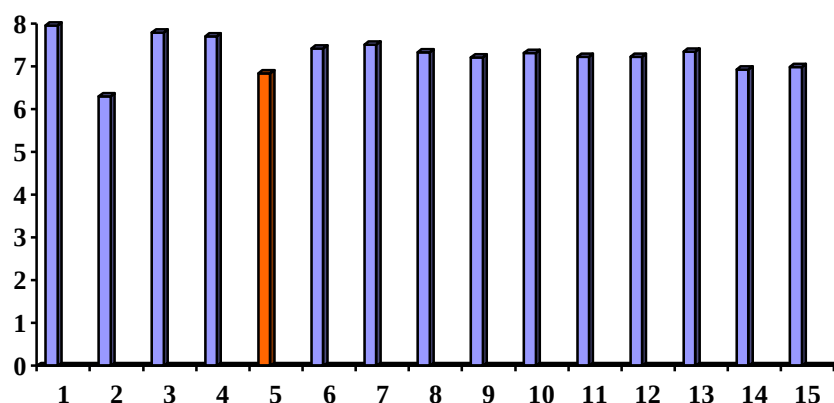


Figura 37 - Gráfico para a média de anos de estudo da população de 15 a 64 anos, por regiões administrativas do Estado de São Paulo (dados de 2000)

Legenda

- | | |
|--|--|
| 1.Região Metropolitana de São Paulo | 2. Região Administrativa de Registro |
| 3.Região Administrativa de Santos | 4. Região A. de São José dos Campos |
| 5.Região Administrativa de Sorocaba | 6. Região Administrativa de Campinas |
| 7.Região Administrativa de Ribeirão Preto | 8. Região Administrativa de Bauru |
| 9.Região Administrativa de São José do Rio Preto | 10. Região Administrativa de Araçatuba |
| 11.Região Administrativa de Presidente Prudente | 12. Região Administrativa de Marília |
| 13.Região Administrativa Central | 14. Região Administrativa de Barretos |
| 15.Região Administrativa de Franca | |

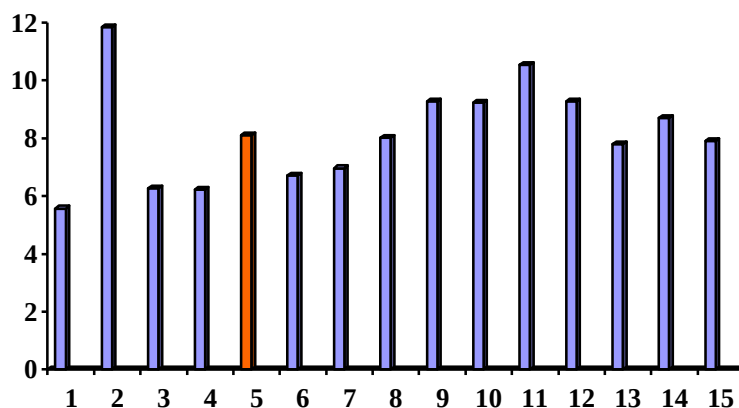


Figura 38 - Gráfico para a taxa de analfabetismo da população de 15 anos ou mais (em %) - dados de 2000

Legenda

- | | |
|---|--|
| 1. Região Metropolitana de São Paulo | 2. Região Administrativa de Registro |
| 3. Região Administrativa de Santos | 4. Região A. de São José dos Campos |
| 5. Região Administrativa de Sorocaba | 6. Região Administrativa de Campinas |
| 7. Região Administrativa de Ribeirão Preto | 8. Região Administrativa de Bauru |
| 9. Região Administrativa de São José do Rio Preto | 10. Região Administrativa de Araçatuba |
| 11. Região Administrativa de Presidente Prudente | 12. Região Administrativa de Marília |
| 13. Região Administrativa Central | 14. Região Administrativa de Barretos |
| 15. Região Administrativa de Franca | |