

**UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO
DO RIO GRANDE DO SUL**

JAQUELINE PERIPOLLI

**O JORNALISMO IMPRESSO COMO CONTRIBUINTE DO
DESENVOLVIMENTO LOCAL: ANÁLISE DOS MUNICÍPIOS
DE ALEGRIA, INDEPENDÊNCIA E TUCUNDUVA,
QUE NÃO POSSUEM JORNAL IMPRESSO**

**Ijuí
2012**

JAQUELINE PERIPOLLI

**O JORNALISMO IMPRESSO COMO CONTRIBUINTE DO
DESENVOLVIMENTO LOCAL: ANÁLISE DOS MUNICÍPIOS
DE ALEGRIA, INDEPENDÊNCIA E TUCUNDUVA,
QUE NÃO POSSUEM JORNAL IMPRESSO**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientador: Marcio da Silva Granez

**Ijuí
2012**

JAQUELINE PERIPOLLI

**O JORNALISMO IMPRESSO COMO CONTRIBUINTE DO
DESENVOLVIMENTO LOCAL: ANÁLISE DOS MUNICÍPIOS
DE ALEGRIA, INDEPENDÊNCIA E TUCUNDUVA,
QUE NÃO POSSUEM JORNAL IMPRESSO**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da
Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - Unijuí

Data de aprovação: ___/___/___

Banca Examinadora:

Prof^o Marcio da Silva Granez (orientador)

Prof^o André de Oliveira Gagliardi (arguidor)

Prof^a Lisandra Steffen (suplente)

Para Bárbara e Olmes, meus incentivadores desde o princípio.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por me permitir chegar até aqui. Sem suas bênçãos, a caminhada não teria sido da mesma forma. Também agradeço o apoio recebido de meus pais, Bárbara e Olmes. Fiéis incentivadores do estudo desde quando eu era pequena, não me deixaram desistir em nenhum momento em que as dúvidas pareciam ser maiores que a certeza de continuar no caminho certo.

Agradeço também aos meus irmãos, Fernando e Franciéli, que, durante os seis anos em que estive na universidade, me ajudaram de inúmeras maneiras.

Também demonstro gratidão aos professores do curso, e especialmente ao meu orientador, Marcio Granez, que sempre estiveram dispostos a ensinar e a sanar minhas dúvidas. Além de conhecimentos para a profissão, levo aprendizados para a vida. Aos colegas de faculdade, que sempre me proporcionaram momentos de troca de aprendizado e, o mais importante, se tornaram amigos.

Enfim, meu sincero agradecimento a todos que de alguma maneira fizeram parte desta trajetória e me auxiliaram até aqui. Foram seis anos de muito estudo, incertezas e conquistas, para chegar hoje e ver que tudo valeu a pena.

Não tentes ser bem sucedido, tenta antes ser um homem de valor.

Albert Einstein

RESUMO

A comunicação e, mais especificamente, o jornalismo, são instrumentos de desenvolvimento e mudança na sociedade, responsáveis por formar a identidade de um povo. Neste caso, o processo de comunicação não acaba quando a notícia é veiculada pelos meios de comunicação, mas, sim, é neste momento que ela começa a ganhar maior sentido de aplicabilidade na vida das pessoas. É nas páginas impressas de um jornal que a população encontra assuntos que contribuem para o seu cotidiano e é a partir de quando a informação sobre algo que interesse a cada um for transformada em conhecimento que o jornalismo gera desenvolvimento. A informação jornalística pode ser utilizada como um instrumento que contribui para o desenvolvimento também pelo fato de a mídia exercer um papel educativo e destinar seu espaço a uma informação contextualizada que fomenta grandes debates sobre as problemáticas locais/municipais. Desta forma, esse trabalho traz a importância do jornalismo como contribuinte do desenvolvimento local. A base prática desta pesquisa é a análise de três municípios pequenos que não possuem jornal impresso. Também é realizada a comparação com um município próximo que possui duas mídias impressas. O trabalho ressalta as conexões entre jornalismo e desenvolvimento econômico e social.

Palavras-chave: comunicação, jornalismo, informação, desenvolvimento, desenvolvimento local

ABSTRACT

The communication and, more specifically, journalism, are instruments of change and development in society, responsible for forming the identity of a people. In this case, the communication process is not over when the news is conveyed by the media, but, yes, this is when she begins to gain a greater sense of applicability in people's lives. Is the printed pages of a newspaper that people find issues that contribute to your daily life and is from when the information about something that interests each is transformed into knowledge that journalism generates development. The journalistic information can be used as a tool that contributes to the development also by the fact that the media play an educational role and devote its space to a contextualized information that fosters great discussions on the problems local / municipal. Thus, this work brings the importance of journalism as a contributor to local development. The practical basis of this research is the analysis of three small towns that do not have the printed newspaper. It's also made a comparison with a nearby municipality that has two print media. The work emphasizes the connections between journalism and social and economic development.

Keywords: communication, journalism, information, development, local development

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 A COMUNICAÇÃO COMO EXTENSÕES DO HOMEM	12
1.1 Jornalismo: o porta-voz da nação	14
<i>1.1.1 História da imprensa brasileira</i>	16
2 A COMUNICAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO	20
2.1 Desenvolvimento combina fatores econômicos e sociais	20
2.2 A comunicação oportunizando um processo de mudança	22
<i>2.2.1 O jornalismo impresso assume papel fundamental no desenvolvimento</i>	23
2.2.1.1 Jornalismo impresso: um serviço público	25
2.3 Jornalismo: instrumento de democracia e cidadania	26
<i>2.3.1 Êxito do desenvolvimento depende da democracia</i>	26
2.3.1.1 Poderes institucional e popular da comunicação	27
<i>2.3.2 Cidadania por meio do jornalismo</i>	28
3 O JORNALISMO CONTRIBUINDO COM O DESENVOLVIMENTO	30
3.1 Falta de hábito da leitura é um dos motivos pelo qual jornais não se instalam nos municípios pequenos	31
3.2 Ação da mídia em cidades com jornal valoriza o município sede	32
<i>3.2.1 Jornais reconhecem que necessidade de divulgação dos municípios vizinhos não é suprida</i>	33
<i>3.2.2 Critério para divulgar notícias de outros municípios é o impacto que elas podem causar</i>	33
3.3 Jornais causam impacto na vida econômica e social dos municípios	34
<i>3.3.1 Municípios perdem por não ter jornal local</i>	35
3.4 Desenvolvimento e jornalismo andam juntos	37

3.4.1 <i>Nem todos os gestores acreditam no potencial do jornalismo</i>	39
3.5 Três de Maio está bem servido com meios de comunicação locais	40
3.5.1 <i>Para prefeito três-maiense, jornalismo destaca as conquistas do município</i>	41
3.5.2 <i>Valorização da comunicação pelos gestores é fundamental</i>	41
3.6 Algumas considerações acerca da análise	42
CONCLUSÃO	45
REFERÊNCIAS	47
ANEXO 1 – ENTREVISTA COM O PREFEITO DE ALEGRIA, IDALCIR SANTI	51
ANEXO 2 – ENTREVISTA COM O PREFEITO DE INDEPENDÊNCIA,	
JOÃO EDÉCIO GRAEFF	53
ANEXO 3 – ENTREVISTA COM O PREFEITO DE TUCUNDUVA,	
MATEUS BUSANELLO	55
ANEXO 4 – ENTREVISTA COM A EDITORA DO JORNAL COOPERJORNAL, DE TRÊS DE MAIO, ANDREA SOMMER	57
ANEXO 5 – ENTREVISTA COM UM DOS PROPRIETÁRIOS DO JORNAL SEMANTAL DE TRÊS DE MAIO, SANDRO RAMBO	60
ANEXO 6 – ENTREVISTA COM O PREFEITO DE TRÊS DE MAIO,	
OLÍVIO JOSÉ CASALI	62
ANEXO 7 – HISTÓRICO DO JORNAL COOPERJORNAL	65
ANEXO 8 – HISTÓRICO DO JORNAL SEMANTAL	67

INTRODUÇÃO

Abordar a relação da comunicação e do jornalismo com o desenvolvimento de um local nos remete aos primórdios. A comunicação tem relação com o desenvolvimento de um município, estado e país. O próprio significado da comunicação está relacionado com o comum, ou seja, é um processo de estabelecer um sentido comum ou uma unidade de pensamento entre um emissor e um receptor, havendo um sentido comum no pensamento desenvolvido entre estas duas partes para que a comunicação possa, de fato, ocorrer.

Os meios de comunicação possibilitam aos cidadãos perceber, entender e intervir sobre o mundo que os cerca, segundo a autora Giovana Mesquita (2009). E, a partir disso, o jornalismo pode assumir o papel promotor do desenvolvimento local ao abordar temas voltados à produção, emprego e renda da região, assumindo uma orientação editorial que reflita uma preocupação com questões importantes a contribuir para a discussão de questões geracionais, por exemplo.

O papel adotado pela comunicação oportuniza um processo de mudança constituída a partir do diálogo e da mobilização, e o jornalismo, enquanto comunicação útil, além de informar, também significa noticiar sobre todos os acontecimentos, questões úteis e problemáticas socialmente relevantes, estejam ou não relacionados com a ação dos agentes de poder. O jornalismo é, portanto, uma modalidade de comunicação social rica e diversificada.

Para Gilson Batista de Oliveira (2002), o desenvolvimento deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social. Se pensarmos na definição mais simples, é o crescimento econômico acompanhado por melhorias do nível de vida dos cidadãos e por alterações estruturais na economia. E ao utilizar o jornalismo como instrumento de mudança para o desenvolvimento, a população encontra nas páginas impressas assuntos que contribuem para o seu cotidiano, uma vez que a notícia define e redefine de forma permanente, além de constituir e reconstituir fenômenos sociais. Nessa

perspectiva, este meio de comunicação pode e deve ser utilizado como meio para mobilização e conscientização dos seus leitores, ou seja, é um veículo capaz de promover o desenvolvimento da comunidade onde estão inseridos.

Para exemplificar o poder do jornalismo enquanto contribuinte do desenvolvimento local, a presente monografia apresenta, no primeiro capítulo, uma revisão bibliográfica com conceitos e explicações sobre comunicação e jornalismo, com uma breve história da imprensa brasileira.

No segundo capítulo, a abordagem é da relação da comunicação com o desenvolvimento, a combinação dos fatores econômicos e sociais do desenvolvimento e a comunicação oportunizando mudanças. Também é abordada a importância que o jornalismo impresso assume no desenvolvimento e a atividade como um serviço público. Ainda neste capítulo a revisão bibliográfica compreende o jornalismo como instrumento de democracia e desenvolvimento, de modo que o êxito do desenvolvimento depende da democracia e a conquista da cidadania ocorra por meio do jornalismo.

No terceiro capítulo, há a análise dos municípios de Alegria, Independência e Tucunduva, que não possuem jornal impresso e, por isso, dependem de jornais de cidades próximas. A análise se dará por meio de entrevistas com os prefeitos destes locais. Também há a posterior comparação com o município de Três de Maio, que possui dois jornais impressos e que é próximo aos três municípios estudados, com a opinião do prefeito e sob a ótica dos editores e proprietários dos jornais três-maienses. Com isso, quer-se observar o poder do jornalismo e sua relação com o desenvolvimento local, que é o objeto deste estudo.

1 A COMUNICAÇÃO COMO EXTENSÕES DO HOMEM

Sem a comunicação cada pessoa seria um mundo fechado em si mesmo. Pela comunicação as pessoas compartilham experiências, ideias e sentimentos. Ao se relacionarem como seres interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas (BORDENAVE, 1982, p. 36).

Tratar de comunicação é sempre oportuno, uma vez que ela faz parte da vida das pessoas desde os primórdios da humanidade, quando os primitivos desenhavam nas cavernas a fim de se comunicarem.

De lá para cá, a comunicação se tornou o canal pelo qual as pessoas tiveram a transmissão dos padrões de vida da cultura e pelo qual o homem aprendeu a ser membro de sua sociedade, de acordo com Bordenave (1982). A comunicação, para ele, serve para que as pessoas se relacionem, transformando-se mutuamente e a realidade que as rodeia. Dominique Wolton (2010) complementa que, graças à comunicação, a igualdade entre os indivíduos e a legitimidade do diálogo se impuseram.

Bordenave traz a ideia de que se os meios de comunicação são extensões do homem, deve-se aprender a usá-los desde a infância, em um sentido construtivo de autoexpressão e de construção de uma nova sociedade mais justa e solidária, e também promover o acesso de toda a população ao usufruto dos meios de comunicação para que as pessoas possam dizer suas palavras e pronunciar o mundo.

J. Paulo Serra (2007) corrobora com o pensamento de Bordenave ao afirmar que os meios de comunicação são extensões do homem, ou seja, além de comunicarem, são um prolongamento do homem sobre o que o rodeia.

E, ao prolongar o corpo humano, os sentidos, os membros, os próprio sistema nervoso de uma certa maneira, cada meio acaba por configurar a realidade também de uma certa maneira, sendo assim, por si só e independentemente do seu conteúdo [...] uma certa forma de conhecimento da realidade (SERRA, 2007, p. 85).

O autor ainda diz que os meios de comunicação também são um prolongamento do que rodeia o homem sobre si próprio. Ouvir rádio ou ler jornal, por exemplo, é aceitar estas extensões de nós próprios no nosso

sistema pessoal, segundo Serra, e ainda, suportar os efeitos que em nós provocam automaticamente e relacionarmos-nos com elas como seus servomecanismos.

O processo de informação, conforme Bordenave, que ao nível humano chamamos de comunicação, é um processo universal, inerente à natureza de toda organização, desde a mais rudimentar – um mecanismo sem vida – até a mais complexa – a sociedade humana. A comunicação, para ele, se torna universal na medida em que sua aplicabilidade encontra-se em todos os processos da rotina do ser humano. Partindo da premissa de que a comunicação constitui-se pela troca de informação entre um emissor e um receptor, tendo como elo o canal e o feedback, evidencia-se a sua importância para a convivência mútua do homem em sociedade.

Para Wolton, a comunicação acontece por vários motivos, sendo possível verificar três razões principais: compartilhar, seduzir e convencer: “Cada um tenta se comunicar para compartilhar, trocar. [...] Viver é se comunicar e realizar trocas com os outros do modo mais frequente e autêntico possível” (WOLTON, 2010, p. 17). O ideal da comunicação, na opinião do autor, está ligado ao compartilhamento, sentimentos e amor.

Paulo Freire (1970) também tem um conceito interessante de comunicação. Suas afirmações dizem que para que a comunicação se torne um instrumento realista de diálogo e interação social, deve estar baseada nas experiências afetivas e cognitivas que influenciam reciprocamente as condutas com diversos e diferentes fins, na medida em que serve de instrumento para identificar situações e questões conflitantes, para dar coesão às legítimas preocupações das comunidades, particularmente das menos privilegiadas e, através destas interações, favorecerem a descoberta de sua própria situação existencial e estrutural. Segundo Freire, não existe sujeito passivo na comunicação: “[...] a comunicação verdadeira não nos parece estar na exclusiva transferência ou transmissão do conhecimento de um sujeito a outro, mas em sua coparticipação no ato de compreender a significação do significado (FREIRE, 1970, p. 70).

A comunicação se estabelece através de trocas de ideias, do diálogo, da construção comum, que só é possível quando dois polos da estrutura relacional funcionam pela lei da bivalência: todo transmissor pode ser

receptor, todo receptor pode ser transmissor. De acordo com Luiz de Araújo (1986), se pensarmos que a finalidade fundamental da comunicação consiste não apenas em dar a conhecer fatos e frivolidades da existência humana, mas predominantemente em promover, através desse serviço informativo, níveis cada vez mais elevados no processo de humanização, visando à denúncia crítica e desmistificadora de todas as estruturas sociais que deformam, deterioram e mutilam o reconhecimento da dignidade humana, ao se pensar a comunicação social como o meio inultrapassável para aproximar mutuamente os seres humanos, convertendo todos os povos em próximos e solidários, será, então, possível perspectivar a comunicação social não apenas como uma simples estrutura da sociedade, mas como um poder. Poder esse cuja irrepreensibilidade moral somente ressaltará se surgir como liberal, imparcial, laico, crítico e pedagógico – numa palavra, assumir-se como um poder ético.

Ainda seguindo com Bordenave, para ele a comunicação é uma ciência social. O autor expõe que a comunicação é um processo natural, uma arte, uma tecnologia, um sistema e uma ciência social. Além de ser um instrumento de legitimação de estruturas sociais e de governos, a comunicação também pode ser a força que os contesta e os transforma. É através da comunicação que a humanidade luta, sonha, cria beleza, chora e ama, segundo Bordenave.

1.1 Jornalismo: o porta-voz da nação

A comunicação se desdobra em várias áreas de atuação, como relações públicas, publicidade e propaganda e jornalismo. Esta última consiste, muito mais além do que apenas informar, em transformar e contextualizar a informação em notícia, refletindo com o público as implicações que essa notícia causará. No jornalismo existe um engajamento que promove bens noticiosos de utilidade pública, comparando, alertando, prevenindo e explicando.

Clóvis Rossi (1991) afirma que o jornalismo, uma das áreas da comunicação, é a fascinante batalha pela conquista das mentes e corações dos seus alvos, sejam eles leitores, ouvintes e telespectadores.

Mais além, o autor Carlos Lacerda (1950) assevera que jornalista é o político do povo e o zelador da comunidade. Ele explica que é próprio do

jornalista, antes de tudo, ver, e uma vez visto, dizer que viu: “[...] pela imprensa a nação respira. Como também pela imprensa ouve a fala a nação, temos que o jornalista é os olhos, os ouvidos, a boca e algumas vezes até o nariz da nação” (LACERDA, 1950, p. 12).

O modo de construir do jornalista é ver sem cessar de ver, e dizer incessantemente o que vê. E, dele, não se pode exigir que construa senão aquilo que lhe é próprio de construir, que é uma opinião pública bem informada, atenta, vigilante e esclarecida, conforme Lacerda.

Sobre a definição de jornalismo, Lacerda é enfático:

De certo modo, ele é a arte de simplificar a complexidade dos fatos e das opiniões, tornando-os acessíveis à compreensão de um número apreciável de pessoas, fixando-os num momento da sua trajetória, o que confere certa permanência à sua transitoriedade. E assim, na imobilidade de um momento, neles encontra a marca da eternidade (LACERDA, 1950, p. 20).

Para ele, o segredo do jornalismo consiste em tornar muito sérios os fatos cotidianos, mas ao mesmo tempo sem perder a perspectiva da relativa importância de tais fatos em face do tempo: “Essa combinação de atualidade e permanência é que dá conteúdo ao jornalismo, na medida em que esses dois fatores se combinam para formar a substância do jornal” (LACERDA, 1950, p. 20).

Já Rui Barbosa (2004) vai mais fundo ao afirmar que a atração que tinha pela atividade era justamente a função de despertar no seio do país as forças morais e apelar para o poder da consciência, entorpecida, mas ainda não morta. Também falar a essa intuição de justiça, a essa avidez de sinceridade, a essa simpatia pelo desinteresse, que não se extinguem na índole das nações cristãs.

Conforme Ricardo Noblat (2002), os jornalistas precisam levar em conta quatro deveres da profissão: o dever número um é com a verdade, e o número dois é com o jornalismo independente. O número três é com os cidadãos e o quarto dever do jornalista é com sua própria consciência.

1.1.1 História da imprensa brasileira

“Um país de imprensa degenerada ou degenerescente é um país cego e miasmado, com ideias falsas, e sentimentos pervertidos e que explorado na sua consciência, não poderá lutar com os vícios, que lhe exploram as instituições” (BARBOSA, 1950, p. 61).

O jornal, palavra francesa e que quer dizer diário, tem seu embrião em Gutenberg, a partir das prensas topográficas. Desde lá, as mudanças sofridas pela imprensa foram profundas.

Definida como o empreendimento que tem por finalidade fornecer notícias e opiniões ao público, segundo Lacerda, a imprensa teve seu início marcado e atrasado por motivos políticos. Tudo começou em 1808, quando foi inaugurada a imprensa no Brasil. Até a chegada de D. João VI, a administração colonial portuguesa havia impedido a tipografia e o jornalismo.

De acordo com a cronologia descrita por Juarez Bahia (1990), em maio de 1808 foram instaladas as oficinas da Impressão Régia. Lá, eram impressos leis e papéis diplomáticos. Em setembro do mesmo ano, foi publicado a Gazeta do Rio de Janeiro, feito na Impressão Régia, que informava as ações administrativas e a vida social do Reino.

Contudo, no mesmo ano, o exilado Hipólito José da Costa lançou, em Londres, o Correio Braziliense, o primeiro jornal brasileiro. Moderno, crítico e dinâmico, o primeiro número do Correio Braziliense é de 1º de junho de 1808, mas chegou ao Rio de Janeiro meses depois. Teve grande repercussão nas camadas mais esclarecidas, mas foi proibido e apreendido pelo governo. De acordo com Bahia, o impresso se impunha pela opinião e pela informação política. Com isso, Hipólito se tornou o patrono da imprensa.

O advento do jornalismo impresso no Brasil se deu no momento de transição da colônia para sede do poder real, pois, a partir daquele ano, o reino era governado do Brasil. Entretanto, cem anos antes, a arte gráfica era desenvolvida clandestinamente no Brasil, mais precisamente em Pernambuco e no Rio de Janeiro. Mas, como era proibida a impressão de livros e até papéis avulsos, sofreu fechamento e destruição: “O domínio português, de 1500 até o desembarque da comitiva de D. João VI, se exerce para asfixiar toda e qualquer manifestação livre do pensamento. A palavra impressa é considerada crime” (BAHIA, 1990, p. 10).

De 1808 a 1821, o Rio de Janeiro não conhecia outra tipografia a não ser a Impressão Régia. Mas foi a partir de 1821 que a história da imprensa brasileira começou a tomar forma, porque aquele ano marca uma etapa de liberdade de expressão do pensamento em virtude do decreto do fim da censura prévia a toda matéria escrita. Segundo Bahia, isso torna livre no Brasil a palavra impressa. E foi em 1821 que surgiu o Diário do Rio de Janeiro, considerado o primeiro jornal informativo do país, de acordo com Noblat (2002). Até então, a imprensa brasileira tinha como característica as publicações panfletárias em defesa de ideais políticos e sociais da época.

Na segunda década de 1800, acontecimentos importantes abalam o domínio exclusivo da impressão de escritos e contribuem para a liberdade de imprensa e o desenvolvimento do jornalismo. É o caso da revolução constitucionalista portuguesa, em 1820, e que no Brasil se chamará de independência política, em 1822 (BAHIA, 1990, p. 18).

E, durante as duas décadas que se seguiram após seu surgimento, a imprensa foi a mais eloquente testemunha das mudanças políticas, sociais e econômicas que a energia popular gerou no país. Para Bahia, o papel do jornalismo, em um curto momento de existência, é de um intérprete do sentimento da emancipação que se projeta desde a tradição revolucionária dos séculos XVII e XVIII. Ano após ano, a imprensa foi se diversificado e se especializando, e novos jornais surgiram no país. Nos últimos anos do século XIX, a imprensa no Brasil passa para as mãos de uma organização familiar e mais sólida, convergente em seus interesses de classe.

Em 1880 iniciava a segunda fase da imprensa no Brasil, quando foi aberta ao jornal a dimensão de empresa. Bahia explica que o desenvolvimento do jornalismo, neste período que abrange o fim da primeira e o começo da segunda fase da imprensa, absorve as profundas mudanças econômicas do país durante a passagem do Império para a República. Bahia explana que os editores de jornais compreenderam que o âmbito restrito de um jornalismo literário e político não atendia mais às exigências da sociedade.

Uma consciência dominante então é de que a imprensa deve situar-se num plano de interesse público, de identificação com os sentimentos de valorização da ordem jurídica, de aperfeiçoamento das instituições e de conquistas sociais voltadas para o indivíduo (BAHIA, 1990, p. 108).

É no século XX que o jornalismo brasileiro tem a consciência de que a sua prioridade é a notícia. Agora, os jornais passam a divulgar o sorteio dos bichos, publicação de folhetins, eventos policiais e esportivos. E, durante a I Guerra Mundial, a imprensa assimila os efeitos de profundas mudanças na sociedade e nas relações dos povos com o sistema de comunicação de massa. Com isso, segundo Bahia, são mais visíveis os sinais de evolução no conteúdo e na produção dos jornais e revistas: “O jornal é menos literário e mais noticioso. Nem por isso deixa de atrair escritores e publicistas consagrados” (BAHIA, 1990, p. 132).

Neste momento, o Brasil vivia a terceira fase do jornalismo, que se estendeu de 1900 a 1960. A época é caracterizada pela transformação da atividade jornalística em um negócio, aliado com a publicidade e preocupado com o ‘vender’, publicar grandes tiragens de jornal. A imprensa se reformula e equipamentos técnicos importantes são incorporados nos jornais. Conforme Bahia, esses avanços foram possíveis graças às receitas das publicidades.

Durante esta fase, em 1923 surgiu o rádio, que juntamente com os jornais e revistas, se engajava nas transformações. Com isso, nos anos 30 e 40, é explícito ainda mais o imediatismo da notícia quando são combinadas às funções convencionais as potencialidades do rádio e propiciam a comunicação à distância de imagens. E, embora o rádio não possuísse a nitidez do jornal impresso, dá mais alcance e atualidade à informação.

Contudo, esta fase da imprensa ficou marcada por um lamentável episódio: a censura, também chamada na época de ‘regime da rolha’. A partir de 1939, a censura aos jornais e rádios inicia a fim de ‘assegurar a paz, a ordem e a segurança pública’. Isso se deu com o nascimento do Estado Novo, e com a preocupação de Getúlio Vargas com a publicidade e legitimação de seu regime, apoiando-se fortemente nos meios de comunicação. A fim de estruturar seu governo, ele ancorou-se em mecanismos de propaganda e controle da opinião pública como meio de difundir suas ideias e os ideais que norteariam sua atuação política. Foi então criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que, estruturado como uma verdadeira máquina da propaganda governista, teve forte atuação junto a todos os meios de comunicação, sobretudo o rádio e a imprensa escrita.

Somente seis anos mais tarde o poder do DIP começou a ruir, devido o fim da guerra e a vitória dos aliados e a pressão popular pelo fim da censura fez ser extinto o DIP, liquidando com a ditadura. Novamente a imprensa adquire sua plena liberdade.

Passam os anos e modernas máquinas substituem a antiga tipografia e a impressão mecânica, a partir dos anos 70. A partir deste momento, é notável a evolução do jornalismo para um sistema de comunicação que conjuga jornais, revistas, rádio, televisão e livros, sendo que alguns desses estão entre os mais modernos do Ocidente. Ciro Marcondes Filho (1989) denomina este momento de quarto jornalismo. A fase atual é marcada pela informação eletrônica e interativa. Ainda, tem como características principais a valorização do visual e a alta velocidade na transmissão de informações.

2 A COMUNICAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO

O estudo e a discussão sobre como a comunicação e, mais especificamente, o jornalismo constituem-se em promotores do desenvolvimento local não é tão recente, e, ainda, está presente nas situações mais simples que o homem possa fazer. Juan Bordenave (1982) esclarece que, se a comunicação é responsável por formar a identidade de um povo, também se constitui como ferramenta fundamental para o desenvolvimento da sociedade.

2.1 Desenvolvimento combina fatores econômicos e sociais

A análise do papel que a comunicação desempenha no processo de desenvolvimento deve passar, antes de tudo, pela indagação do que se entende por desenvolvimento, pelo exame dos pressupostos inseridos no modelo ou na estratégia de comunicação adotada. Por isso, antes de falar da relação entre comunicação e desenvolvimento local, vamos a alguns conceitos introdutórios sobre desenvolvimento.

Para Gilson Batista de Oliveira (2002), o desenvolvimento deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social. Se pensarmos na definição mais simples, é o crescimento econômico acompanhado por melhorias do nível de vida dos cidadãos e por alterações estruturais na economia.

Em qualquer concepção, o desenvolvimento deve resultar do crescimento econômico acompanhado da melhoria na qualidade de vida, na opinião de Marco Antônio Vasconcelos e Manuel Garcia (1998). Ou seja, não há como separar os fatores sociais, com visão na qualidade de vida, do econômico. Oliveira complementa quando diz que o desenvolvimento nada mais é do que o crescimento transformado para satisfazer as várias necessidades do ser humano, dentre elas saúde, educação, habitação, transporte, alimentação e lazer.

Corroborando com as definições acima, Javier Pérez de Cuéllar (1997) traz que o desenvolvimento divorciado do seu contexto humano e cultural não é mais do que um crescimento sem alma. Para ele, o desenvolvimento econômico, em sua plena realização, constitui parte da cultura de um povo. Cuéllar explica que o desenvolvimento é um fenômeno com fortes implicações intelectuais e morais para indivíduos e comunidades.

A compreensão das questões levantadas pelo desenvolvimento e pela modernização deve ter como elemento central a dupla ênfase nos valores culturais e nas ciências sociais. A cultura, em seu sentido mais específico de valores, símbolos, rituais e instituições sociais, afeta as decisões e os resultados econômicos (CUÉLLAR, 1997, p. 23).

Assim, da mesma forma como a cultura interfere na economia, as atividades econômicas podem minar ou fortalecer vários aspectos de uma cultura. “O desenvolvimento econômico que ocorre no contexto de uma cultura decadente, rígida, opressora ou mesmo cruel está fadado ao fracasso” (CUÉLLAR, 1997, p. 23).

E, se tratando de desenvolvimento local, que traz a noção de espaço geográfico, é exemplificado o local como um município ou microrregião, que é o caso nesta pesquisa. Conforme Augusto de Franco (2000), se tratando de desenvolvimento, a palavra ‘local’ não quer dizer que se está tratando de algo pequeno e nem de diminuir ou reduzir algo.

O conceito de local adquire a conotação de alvo socioterritorial das ações e passa, assim, a ser retrodefinido como âmbito abrangido por um processo de desenvolvimento em curso, em geral quando esse processo é pensado, planejado, promovido ou induzido (FRANCO, 2000, p. 27).

Sérgio Martins (2002) também apresenta conceitos pertinentes sobre desenvolvimento local. Para ele, ao se falar em local, se refere à escala das inter-relações pessoais da vida cotidiana, que sobre uma base territorial constroem sua identidade. Aprofundando o assunto, Francisco de Oliveira (2009) diz que o desenvolvimento local deve ser entendido como um consenso, formado por várias vozes, em busca de cidadania. O autor ainda afirma que estudar o desenvolvimento local é estudar a própria vida em sociedade.

Já Cuéllar anuncia que as concepções acerca de desenvolvimento passam por reformulações e questionamentos. O processo de globalização, por exemplo, contemplou novos enfoques e teorias sobre o assunto. Ele define o desenvolvimento como um processo que fortalece e amplia a liberdade efetiva de um povo em busca da realização dos objetivos por ele realizados. A nova concepção de Cuéllar aborda o que os autores já citados anteriormente também concordam: transcende a visão economicista e passa a se preocupar com a melhoria da qualidade de vida, o bem-estar da sociedade e o crescimento econômico sustentável.

2.2 A comunicação oportunizando um processo de mudança

A comunicação pode servir como instrumento de mudança e, especificamente no campo do jornalismo, também é questionada a responsabilidade social da mídia frente às novas demandas da sociedade atual. Esses pressupostos têm ligação com um dos polos que começaram a se tornar dominantes na emergência do campo jornalístico contemporâneo, o polo ideológico, que compreende as notícias como um serviço público. A observação é do autor Nelson Traquina (2004), que afirma que o jornalismo não se resume a técnicas de linguagem e formato, mas, por uma tradição histórica desde o seu surgimento em meados do século XV, traz, em sua essência, o compromisso social da informação dentro de uma sociedade democrática.

Os autores José Toro e Nísia Werneck (2004) defendem a ideia de que a mobilização social é um ponto determinante na produção do desenvolvimento local, e a comunicação é a ferramenta mais importante neste modo de fazer desenvolver. Isso porque sem comunicação não existe mobilização, que por sua vez não produz ação e não resulta em melhorias de vida para a comunidade.

Nesse contexto, João Roberto da Costa (2006) traz o conceito de comunicação de interesse público, que, segundo ele, é definido como toda ação de comunicação que tem como objetivo primordial levar uma informação à população que traga resultados concretos para se viver e entender melhor o mundo. Costa garante que as decisões de interesse público, como economia,

educação, saúde e cultura, entre outras, precisam ser divulgadas, e é a comunicação que ‘transporta’ essas informações. Com isso, além de tornar público, a comunicação aplica sentidos concretos no dia a dia das pessoas, e isso, sem dúvida, faz da comunicação social um grande agente de promoção do desenvolvimento local.

[...] No fundo, a Comunicação de Interesse Público é um convite para que a cidadania se manifeste e se engaje nas questões cada vez mais complexas da nossa sociedade. Saúde, trabalho, violência, meio ambiente, questões de gênero, pobreza, desigualdade, racismo, trânsito, consumo: é vasto o leque de problemas enfrentados hoje por uma sociedade que não aceita mais soluções de mão única. A Comunicação de Interesse Público ocupa esse local no espaço público midiático em que vivemos: o de instância de debate público e de proposições de soluções conjuntas para problemas que são comuns (COSTA, 2006, p. 9).

É por meio dos meios de comunicação, que trabalham com a informação, que é possibilitado aos cidadãos perceber, entender e intervir sobre o mundo que os cerca. E, a partir disso, o jornalismo pode assumir o papel promotor do desenvolvimento local ao abordar temas voltados à produção, emprego e renda da região, assumindo uma orientação editorial que reflita uma preocupação com questões importantes a contribuir para a discussão de questões geracionais, por exemplo. O papel assumido pela comunicação oportuniza um processo de mudança constituída a partir do diálogo e da mobilização, conforme Giovana Mesquita (2009).

2.2.1 O jornalismo impresso assume papel fundamental no desenvolvimento

Em virtude do poder que a comunicação e, conseqüentemente, a imprensa têm, muitos consideram a imprensa como o quarto poder, ficando atrás das forças executiva, legislativa e judiciária. Essa concepção da imprensa surgiu com a profissionalização do jornalismo no início do século XX, quando os jornalistas foram induzidos a buscar modelos. Na França, ela se consolida logo após a Primeira Guerra Mundial e surge como uma resposta da sociedade à falta de credibilidade da propaganda oficial junto à população.

A imprensa como poder se baseia na influência que os meios de comunicação de massa exercem na sociedade. No caso da contribuição jornalística para o desenvolvimento local, o processo de comunicação não acaba quando a notícia é veiculada pelos meios de comunicação. Pelo contrário, pois é neste ponto que a notícia começa a ganhar maior sentido de aplicabilidade na vida das pessoas.

Seguindo com Giovana Mesquita, ela analisa que o jornal impresso assume um importante papel na construção do desenvolvimento local, à medida que contribui para levar para a comunidade discussões que impulsionem esse processo de mudança. O jornalismo, conforme ela, contribui para o processo de desenvolvimento local no momento em que é capaz de abordar os problemas locais ou valorizar os potenciais regionais, bem como adotar iniciativas de conscientização social.

Ao utilizar o jornalismo como instrumento de mudança para o desenvolvimento, a população encontra nas páginas impressas assuntos que contribuem para o seu cotidiano, uma vez que a notícia define e redefine de forma permanente, além de constituir e reconstituir fenômenos sociais. Nessa perspectiva, este meio de comunicação pode e deve ser utilizado como meio para mobilização e conscientização dos seus leitores, ou seja, é um veículo capaz de promover o desenvolvimento da comunidade onde está inserido.

Cicilia Peruzzo (2002) explica que o jornalismo gera desenvolvimento a partir do momento em que a informação sobre algo que interesse a cada um for transformada em conhecimento. Para ela, os meios de comunicação exercem enorme significado e representam uma conquista da humanidade enquanto instrumentos capazes de democratizar a informação, a cultura e o conhecimento. Além disso, a informação jornalística pode ser utilizada como um instrumento que contribui para o desenvolvimento pelo fato de a mídia exercer um papel educativo e destinar seu espaço a uma informação contextualizada que fomenta grandes debates sobre as problemáticas locais/municipais.

Também é oportuno trazer algumas explanações sobre jornalismo de desenvolvimento, uma face do jornalismo até então pouco conhecida. A expressão surgiu ainda em 1967, conforme Michael Kunczik (2002), a fim de definir uma cobertura que contribui de forma positiva para o desenvolvimento.

O jornalismo de desenvolvimento é o desdobramento dos meios de comunicação durante certo período em uma área específica a fim de agilizar ou melhorar a execução de um projeto em particular e seu propósito de informar e motivar as pessoas para a área que afeta o projeto (KUNCZK, 2002, p. 133).

Ou seja, o jornalismo de desenvolvimento está intimamente relacionado ao assunto abordado, uma vez que prioriza a informação que se transforma em conhecimento para a população.

2.2.1.1 Jornalismo impresso: um serviço público

Um jornal não é apenas um prédio grande cheio de gente e de máquinas capaz de produzir a cada expediente um número variável de folhas com um apreciável volume de informações. Um jornal não se limita a ser a soma de registros úteis destinados a orientar a vida das pessoas a curto prazo. Um jornal não é simplesmente uma espécie de ata do cotidiano de um lugar ou de um ajuntamento de lugares. E muito menos deve ser uma oportunidade de negócios para o proveito dos que são os primeiros a dele beneficiar-se – acionistas, empregados e fornecedores (NOBLAT, 2002, p. 21).

A citação apresenta, de forma clara e objetiva, o jornalismo impresso. Atual e ao mesmo tempo em que poderia se tornar universal, a definição de um jornal para o autor Ricardo Noblat é digna de reflexão. Ele afirma que um jornal é ou deveria ser um espelho da consciência crítica de uma comunidade em determinado espaço de tempo: “Um espelho que reflita com nitidez a dimensão aproximada ou real dessa consciência. E que não tema jamais ampliá-la” (NOBLAT, 2002, p. 21).

Para Anabela Gradim (2000), um jornal serve para informar seus leitores. Logo, a coisa mais importante de um jornal são as notícias que publica: “Entende-se como parte fundamental do serviço prestado por um jornal o contributo que este presta para a análise dos acontecimentos, o esclarecimento e a formação dos seus leitores” (GRADIM, 2000, p. 18).

Ciro Marcondes Filho (1989) diz que o jornalismo é a atividade peridística na sociedade. Segundo ele, criar jornais é encontrar uma forma de elevar a uma alta potência o interesse que têm indivíduos e grupos em afirmar publicamente suas opiniões e informações.

É uma maneira de se dar eco às posições pessoais, de classe ou de nações através de um complexo industrial-tecnológico, que além de preservar uma suposta impessoalidade, afirma-se, pelo seu poder e soberania, como a verdade (MARCONDES FILHO, 1989, p. 11).

Antes de ser um negócio, jornal deve ser visto como um serviço público. E como servidor público deverá proceder. Mais do que informações e conhecimentos, o jornal deve transmitir entendimento. Porque é do entendimento que deriva o poder. E, em uma democracia, o poder é dos cidadãos.

2.3 Jornalismo: instrumento de democracia e cidadania

Além do desenvolvimento, o jornalismo está relacionado também com a democracia e com cidadania. Na verdade, pode-se dizer que cada um desses itens é uma sequência do outro.

3.3.1 Êxito do desenvolvimento depende da democracia

A democracia, conforme Cuéllar, deve ser vista atualmente como um componente central de uma cultura cívica mundial em fase de elaboração, sendo que abrange as ideias de autonomia política e capacitação humana. O autor prossegue afirmando que a democracia também está ligada a outros valores importantes, como os direitos humanos, por exemplo: “A democracia oferece uma base importante para a salvaguarda dos direitos fundamentais dos cidadãos” (CUÉLLAR, 1997, p. 56).

Ainda, há relação de causa e efeito entre democracia e desenvolvimento. De acordo com Cuéllar, o êxito do desenvolvimento depende da democracia a longo prazo, e exige a participação ativa de todos os membros de uma sociedade.

A liberdade de expressão constitui um fim em si, e, como tal, representa uma parte do próprio conteúdo do desenvolvimento, além de possuir valor instrumental na sua promoção. Por seu turno, a democracia também depende do desenvolvimento, sendo também compatível com um bom desempenho em matéria de desenvolvimento (CUÉLLAR, 2007, p. 56).

A partir do século 19, quando a imprensa se fortaleceu e a mídia se tornou mais forte, ela também se consolidou como uma dos personagens principais da busca por democracia, levando em conta a ideia de que democracia trata-se da igualdade entre todos os cidadãos. Com isso, se compreende que, além de informar, o jornalismo é um aliado da cidadania, pois é através dele que as pessoas tomam conhecimento das informações que envolvem a realidade em que cada um está inserido.

Victor Gentilli (2005) reforça a opinião de que o direito civil à informação é um pressuposto necessário à realização dos direitos políticos, se constituindo como um dos direitos relativos à esfera pública, como a liberdade de expressão, de opinião e de imprensa. “[...] os cidadãos precisam de acesso à informação pública para exercerem seus direitos de acesso ao poder político, e ao exercício pleno do conjunto dos direitos da cidadania” (GENTILLI, 2005, p. 136). O autor elucida que o acesso à informação é um direito-meio, pelo qual as pessoas têm acesso ao demais direitos.

Na sociedade atual, pode-se dizer que é impossível falar de democracia sem levar em conta o papel que os meios de comunicação desempenham. José Marques de Melo (2008) argumenta que o jornalismo e a democracia são irmãos siameses. Além disso, o direito de informar e de receber informação constitui, para ele, o fermento da cidadania, o oxigênio que nutre a vida democrática, converte o jornalismo e a democracia em irmãos siameses. Ele ainda expõe que a imprensa instaurou a cidadania e criou condições indispensáveis para emergência das sociedades democráticas.

2.3.1.1 Poderes institucional e popular da comunicação

Conforme Paulo Meksenas (2002), ao falar sobre comunicação e democracia, deve-se citar o conflito que existe entre poder institucional da comunicação e o poder popular da comunicação, que traduz um sentido possível que a cidadania de classe assume no país. O poder institucional da comunicação se tece nas práticas empresariais, que no mercado atuam transmitindo conteúdos por meio da mídia. O poder popular da comunicação se tece nas práticas dos movimentos sociais e das ONGs que centram suas ações e propostas na democratização da comunicação e no controle público das

mídias. Tal poder tem influência na formação da opinião pública. Tanto o poder institucional da comunicação como o poder popular da comunicação emergem nas relações de conflito quando disputam os processos de formação da opinião pública.

Meksenas explica que, de 1985 a 2000, o poder institucional da comunicação se consolidou com o objetivo de apresentar-se como o articulador de espaço substituinte à sociedade civil. Formado pelas grandes empresas que monopolizam os canais de informação por meio da mídia audiovisual e escrita, o poder institucional da comunicação incorporou o debate, as pesquisas de opinião e as denúncias da violação de direitos como ingredientes dos produtos culturais oferecidos aos seus telespectadores, ouvintes, leitores e internautas. O esforço dessa mudança constituiu em remeter a formação da opinião pública à esfera da intimidade, em substituição à participação política na esfera pública.

2.3.2 Cidadania por meio do jornalismo

Adentrando no conceito de cidadania, Melo comenta que desde os primórdios da história da humanidade a imprensa instaurou a cidadania e criou condições indispensáveis para a emergência das sociedades democráticas.

A cidadania incorpora a garantia de ter direito de expressão, entre tantas outras coisas. Aliás, entende-se o direito a comunicação como a circulação em duplo sentido das informações necessárias para a tomada de decisão por parte do indivíduo frente às questões do seu cotidiano.

Cicilia Peruzzo elucida que a conquista da cidadania ocorre quando existe o envolvimento das pessoas. E no processo de comunicação, na inserção das pessoas num processo de comunicação, já que a comunicação é direito do cidadão.

Para Maria de Lurdes Manzini-Covre (2001), a prática da cidadania perpassa a garantia de direitos civis, sociais e políticos e seu exercício não se limita à confecção de leis que garantem direitos e deveres aos cidadãos. A cidadania abrange o colocar em prática e discutir a legislação. Ou seja, conforme a autora, ao falar de cidadania, além de usufruir direitos, se está discorrendo em buscar, lutar e reivindicar os direitos. Por isso que a

participação, segundo Bordenave, é uma ação fundamental para a cidadania e para o estabelecimento de sociedades democráticas.

Contudo, Maria de Lourdes assevera que, do mesmo modo que os meios de comunicação têm a capacidade de reforçar a cidadania, pode abalá-la mediante as mensagens que veicula. E é por isso que os meios de comunicação são ferramentas fundamentais para a formação da opinião pública no mundo atual.

Victor Gentilli (1995) descreve que a informação é uma necessidade social, e o jornalismo, como um processo de reconstrução da realidade concreta, é fundamental e indispensável para a vida do homem moderno. Só haverá cidadãos mais informados na medida em que maior for o número de jornais. Assim, o direito à informação jornalística deve ser pesado como um direito de todos, pois invoca outros direitos humanos, já que tem a função decisiva para o exercício da cidadania. O direito à comunicação abarca outros direitos, permitindo a valorização da cidadania.

3 O JORNALISMO CONTRIBUINDO COM O DESENVOLVIMENTO

Os meios de comunicação, cada vez mais, se consolidam como mediadores da realidade, já que exercem papel fundamental no desenvolvimento em vários aspectos. A informação, de acordo com Bordenave, é sinônimo de poder em qualquer nível da sociedade. Logo, tendo como base a ideia de que os meios de comunicação exercem papel fundamental no desenvolvimento de orientações culturais e na criação de visões de mundo, então se consolidam como mediadores da realidade.

O jornalismo, por sua vez, como já explicado nos dois capítulos anteriores, também consiste num espaço de promoção do desenvolvimento. A fim de firmar esse conceito, Luiz Beltrão (1992) afirma que, entre todas as atividades humanas, nenhuma responde tanto a uma necessidade de espírito e da vida social quanto o jornalismo. É próprio da atividade informar e reunir a maior soma de conhecimentos possível, pois é através deste conhecimento dos fatos que o homem alimenta seu espírito e se fortalece no exame das causas e consequências dos acontecimentos, sentindo-se apto à ação.

Para exemplificar na prática esses conceitos, foi realizada uma pesquisa¹ a fim de descobrir como pequenos municípios do Noroeste do Rio Grande do Sul – Alegria, Independência e Tucunduva – ‘lidam’ com a situação de não possuírem um jornal impresso local, dependendo assim de jornais de cidades próximas. A opinião pesquisada foi a de prefeitos, já que possuem uma visão geral sobre o desenvolvimento do município que administram. A pesquisa também quis analisar a relação entre a falta de um veículo impresso e o desenvolvimento destes municípios, comparando-os com Três de Maio, município próximo e que possui dois jornais impressos, Cooperjornal e Jornal Semanal, os quais divulgam notícias de municípios que não têm um meio de comunicação impresso.

¹ A pesquisa foi realizada por meio de entrevistas e aplicação de questionário aos prefeitos de Alegria, Independência e Tucunduva. Também foram entrevistados o proprietário e a editora dos dois jornais de Três de Maio e o prefeito de Três de Maio. As entrevistas ocorreram nos meses de setembro e outubro de 2012.

3.1 Falta de hábito da leitura é um dos motivos pelo qual jornais não se instalam nos municípios pequenos

Essa foi a constatação dos prefeitos entrevistados. Embora haja três situações diferentes nos municípios escolhidos, os aspectos econômicos e culturais são comuns.

O primeiro município analisado é Alegria, que, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), tem 4.301 habitantes. Ele já chegou a ter um jornal impresso, mas hoje não conta com mídia impressa local. De acordo com o prefeito alegriense, Idalcir Luiz Santi, a pouca estrutura jornalística fez com que o negócio não vingasse e não se tornasse de interesse da comunidade também por ser de periodicidade quinzenal.

Com 6.618 habitantes, Independência tem uma história diferente. O município nunca contou com um jornal impresso local. Além de a população ser pequena, o prefeito João Edécio Graeff atribui a falta do hábito de leitura dos independencenses como um dos motivos pelo desinteresse de empresários instalarem um jornal no município. “Embora haja circulação de jornais de outros municípios, não há muito assinantes daqui. Eu creio também que a dificuldade de termos um jornal local é em decorrência do custo de produção”, explica Graeff. Ele revela que já houve a intenção de instalação de um jornal em Independência. “Contudo, havia interesse de se ter um contrato com a prefeitura, por meio de publicações legais. Porém, como isso se dá por meio de licitação, que é o que a lei exige, não foi possível”, afirma.

Já Tucunduva, com 5.898 habitantes, é o terceiro município analisado e conta com um jornal impresso, criado recentemente. Até então, havia um jornal de circulação quinzenal e de abrangência restrita, com a divulgação de fatos sociais e não propriamente voltado ao jornalismo. Para o prefeito Mateus Busanello, por mais que circulem em Tucunduva outros jornais, tanto da região como os de nível estadual, não há muitos leitores. “Eu acredito que há duas coisas a se pensar: os tucunduvenses não assinam jornais porque não há divulgação dos fatos daqui e também os jornais não dão muito espaço porque não existem assinantes em número expressivo no município”, diz Busanello.

O prefeito conta que Tucunduva não é um município de leitores de jornais, e isso ficou comprovado, segundo ele, em um estudo que apontou que a maioria das pessoas prefere ouvir rádio. Porém, Busanello acredita que agora, com o novo jornal, isso aos poucos mudará.

3.2 Ação da mídia em cidades com jornal valoriza o município sede

A imprensa como poder se baseia na influência que os meios de comunicação de massa exercem na sociedade. Ou seja, é através dos meios de comunicação que as pessoas são informadas e passam a 'pertencer'. E o jornalismo, de acordo com Beltrão, é uma atividade essencial para a vida em coletividade. Por isso que as pessoas têm necessidade de saber o que está acontecendo ao seu redor. E é neste momento que os moradores de cidades 'órfãs' de jornais sentem que são prejudicados pela falta de informações que lhes interessam.

Busanello aborda justamente sobre isso quando afirma que é visível a importância dada à divulgação que os municípios que possuem jornal têm: "[...] vejo que nos outros municípios a divulgação é muito grande", diz Busanello.

Abordando a questão da ação da mídia em cidades maiores, tomando como exemplo Três de Maio, que é próximo das três analisadas, o prefeito Graeff revela que é pouca e restrita a divulgação do que acontece em Independência nos jornais três-maienses, até porque não há um representante local. "Até na prefeitura não há um órgão que centraliza as informações e depois as repassa para os meios de comunicação. Quando somos procurados pela imprensa, divulgamos e solicitamos ao setor administrativo para fornecer os dados. Já tivemos assessoria de imprensa, e sabemos que é necessário, mas nos municípios pequenos se trabalha com o orçamento reduzido, então fica mais difícil."

3.2.1 Jornais reconhecem que necessidade de divulgação dos municípios vizinhos não é suprida

Além de atender a demanda das notícias locais, os dois jornais de Três de Maio – Cooperjornal² e Semanal³ – divulgam fatos dos municípios menores que não possuem jornal impresso. Entretanto, a necessidade desses municípios não é suprida totalmente. Conforme a editora do Jornal Cooperjornal de Três de Maio, Andrea Sommer, o jornal divulga informações de municípios que não possuem jornais. “No entanto, com certeza a demanda deles não é suprida, visto que, por menor que seja o município, diversos fatos que ocorrem por lá, que envolvem o cotidiano das pessoas, deixam de ser publicados, pois o espaço que o jornal dispõe para cada município é restrito, menor que o dado a cidades chave para nosso meio de comunicação”, afirma.

O proprietário do Jornal Semanal, Sandro Rambo, conta que se acontecer alguma coisa especial naquele município ou se há alguma data comemorativa, dá-se uma atenção especial no jornal. “Caso contrário, dá-se espaço e divulga-se, mas de forma mais restrita”.

3.2.2 Critério para divulgar notícias de outros municípios é o impacto que elas podem causar

Um município, por menor que seja, sempre pode render boas pautas. A declaração de Andrea é válida: “Mas como nosso meio de comunicação, bem como a maioria dos jornais da região, não possuímos uma pessoa em cada cidade, portanto, é noticiado apenas aquilo que de mais urgente acontece nestas cidades, que de maior impacto regional tem”, diz a jornalista.

Rambo faz uma revelação interessante acerca das notícias que são veiculadas e que, antes disso, chegam até as redações. “[...] por incrível que pareça, muitas coisas que acontecem nos pequenos municípios sem jornal

² Ver mais em Anexo 7.

³ Ver mais em Anexo 8.

envolvem e têm relação com a administração municipal”. Ou seja, isso quer dizer que a prefeitura centraliza grande parte dos acontecimentos, que, posteriormente, vêm a ser noticiados.

3.3 Jornais causam impacto na vida econômica e social dos municípios

O jornal, antes de mais nada, busca a cumplicidade com o público. De acordo com Beltrão, o jornal quer ser entendido pelo público e ter o aval dele. E, com isso, deve-se levar em conta que grande parte de população tem sua formação com base no que é noticiado nos meios de comunicação, dentre eles o jornal impresso.

Marcondes Filho admite que criar jornais é encontrar uma forma de elevar o interesse que têm indivíduos em afirmar publicamente suas opiniões e informações.

É uma forma de dar eco às posições pessoais, de classe ou de nações através de um complexo industrial tecnológico, que além de preservar uma suposta impessoalidade, afirma-se, pelo seu poder e soberania, como 'a verdade' (MARCONDES FILHO, 1989, p. 11).

Nesse sentido, ambos os dirigentes dos jornais Cooperjornal e Semanal afirmaram que o jornal causa impacto na vida econômica e social dos municípios. Andrea explica que, com relação à vida econômica de um município, o jornal pode servir de ferramenta para que grupos organizados busquem recursos junto a entidades maiores em situações adversas. Ela cita como exemplo a situação de quando o Cooperjornal publicou uma série de reportagens a respeito da estiagem na região de abrangência do jornal, e que, por meio dessas publicações, “uma cooperativa levantou dados próprios, anexou as reportagens do jornal ao dossiê e encaminhou ao governo do Estado para buscar recursos aos associados, que na maioria são pequenos agricultores”, ilustra. Outra forma de impacto econômico, segundo ela, seria promovendo a competitividade entre as empresas, por meio das publicações comerciais, pois um jornal emprega pessoas, gerando renda a elas. E, ainda, um jornal, assim como toda empresa, paga impostos.

Andrea também afirma que, se tratando de impacto econômico, o jornal pode servir de ferramenta para cobrar dos poderes públicos posicionamentos com relação à saída das pessoas da cidade para trabalhar em outros locais. “Socialmente falando, o papel do jornal é maior ainda, pois ele, como meio de comunicação, deve refletir e atender os anseios da comunidade. Como quarto poder, temos o dever e buscamos denunciar aquilo que está errado diante dos olhos das pessoas. Políticas públicas não cumpridas, promessas e projetos que beneficiariam a comunidade e não saíram do papel, agressões ao meio ambiente, entre tantos temas nocivos ao leitor, à comunidade”, opina Sommer.

Seguindo no que tange ao impacto social, a jornalista explica que o jornal busca mostrar os bons exemplos e discutir temas como inclusão social, preconceito, alcoolismo, meio ambiente, relatando histórias que motivem mais pessoas e empresas a adotar posturas diferenciadas com relação a esses assuntos.

Isto que Andrea exemplifica é justamente o que o autor Luiz Silva (2003) traz sobre a função do jornalista. De acordo com ele, este profissional tem que aprender a conviver com os interesses da sociedade de não apenas se servir dos fatos sociais no que eles apresentam de dramático, mas agregar à notícia elementos de análise e de orientação para o público, como a solução de problemas e indicação de serviços à disposição da comunidade, como endereços, telefones úteis, e-mail e sites. Neste sentido, Silva explana que o jornalismo seria praticado de forma a construir uma discussão em suas reportagens de modo a solucionar os problemas da sociedade e o jornalista estaria comprometido com os avanços social, econômico, cultural e humano, e não apenas faturando em cima das mazelas do cotidiano.

3.3.1 Municípios perdem por não ter jornal local

Que a presença de um jornal impresso no município é importante, isso todos os prefeitos entrevistados afirmaram. O prefeito de Independência tem a consciência de que a não circulação de um jornal local faz com que a população perca em informações e, conseqüentemente, em desenvolvimento. “[...] principalmente no interior, onde a rádio comunitária também não tem

alcance”. Graeff reconhece que não saberia precisar qual o reflexo que geraria em Independência caso tivessem um veículo impresso. “Mas acredito que isso poderia impulsionar o interesse das pessoas a fim de saberem o que acontece no município”, revela.

A situação em Independência é delicada, pois como o único meio de comunicação local é uma rádio comunitária – que não possui longo alcance – a população fica restringida de obter informações do próprio município. Graeff diz que é visível a existência de pessoas totalmente desinformadas. “Elas sabem pelo vizinho ou vem na cidade e escutam algum comentário, e aí se dirigem até a prefeitura para saber ou confirmar aquilo que escutaram”.

Já Busanello defende a ideia de, por menor que seja o município, deve existir um jornal impresso local. A explicação dele é que a população tem o direito de ter conhecimento do que acontece onde vive. E mais: saber o que os gestores municipais realizam e onde investem os recursos públicos.

Saindo do âmbito dos gestores municipais e considerando a opinião do proprietário e da jornalista dos dois jornais de Três de Maio, fica evidente a importância que este meio impresso adquire dentro de uma sociedade. “Somos um jornal formador de opinião dentro de uma sociedade”. É com essa afirmação que Rambo assegura e defende a importância do jornal dentro de uma sociedade. Ele segue pronunciando que, como jornal, tem força dentro da comunidade. “É através do jornal que as pessoas se informam. Nós somos um elo entre os acontecimentos e o que vai acontecer. E a comunidade fica sabendo do que se passa onde ela vive. E, por isso, um município perde por não ter um jornal”, conforme Rambo.

Isso, segundo ele, é contribuir com o desenvolvimento, informando a comunidade. “Promover o debate entre os leitores, mexer com a sociedade, por exemplo, também colabora para o desenvolvimento. Muitas vezes o jornal é um meio utilizado pela população para reclamações e denúncias, e isso é muito positivo.”

É nesse âmbito que o autor Beltrão assegura que a divulgação de informações contribui de forma decisiva para a formação de opinião pública e, conseqüentemente, impulsionar os agrupamentos humanos às decisões e realizações da vida social. A imprensa, segundo ele, é um elemento determinante na vida individual como na vida coletiva, e a existência do

jornalismo está ligada à vida social, sobre a qual influi poderosamente. Beltrão segue, afirmando que, sem a informação e a orientação que o jornalismo transmite, a vida social seria impossível. O jornalismo, para Beltrão, é feito do público, para o público e pelo público, ou seja, o público é um dos agentes do jornalismo.

3.3.1.1 Prefeito atribui perda de reeleição por não ter espaço de divulgação nos jornais

Para evidenciar como o jornalismo tem poder de decisão nas pessoas, o prefeito de Tucunduva atribui o fato de não ter vencido a reeleição neste último pleito por não ter espaço nos jornais impressos da região. Segundo Busanello, foram realizadas muitas obras durante os quatro anos em que esteve à frente da administração de Tucunduva. “[...] fizemos bastante coisa na nossa gestão, mas não tínhamos onde divulgar. E, também, os jornais de fora que circulam aqui não têm muitos assinantes; então, caso fosse divulgada alguma notícia, não eram muitos os tucunduvenses que tomavam conhecimento disso”, revela.

A análise de Busanello vai o encontro do que afirma Paulo Liedtke (2002), ao abordar esse assunto. Segundo ao autor, a comunicação pode ser vista como o principal fator de prestígio e de valorização do governante, neste caso, o prefeito. Ainda, Liedtke diz que é direito do cidadão ser informado sobre as atividades desenvolvidas pela administração, pois ele é contribuinte desses organismos, e, por isso, deve se informado sobre o que é feito com o dinheiro que ele contribui. E como é no jornalismo que recaem as maiores atenções, segundo Liedtke, a opinião de Busanello corrobora a do autor, pois o jornalismo tem e exerce forte poder opinativo e persuasivo na sociedade.

3.4 Desenvolvimento e jornalismo andam juntos

“Desenvolvimento local e jornalismo andam juntos.” A justificativa para a frase de Rambo é que isso ocorre porque o jornalismo é muito importante para um município. Logo, o jornalismo contribui, sim, para o desenvolvimento local, segundo ele.

Para Andrea, se a cidade se desenvolve, o jornalismo também se desenvolve, pois o jornal sobrevive do investimento das empresas e pessoas em anúncios. “No entanto, acredito que a relação entre um e outro seja a questão da necessidade cada vez em profissionalizar o jornalismo, de acordo com o desenvolvimento local. Quando a cidade se desenvolve, ela se dá conta da necessidade da profissionalização das mais diversas áreas, dos diferentes setores. Não se tem mais espaço para o amadorismo. O desenvolvimento local se faz em cima das pessoas e das ações empreendidas por elas: então, dificilmente aqueles que não atuam de forma sincronizada e profissional nas cadeias de desenvolvimento conseguirão se manter em pé ou em cena no contexto do crescimento local”, opina a jornalista.

Ela acaba trazendo uma explicação pertinente sobre o ‘fazer jornalismo’ nos dias de hoje. A falta de profissionalismo faz com que muitos ‘fiquem sobrando’ pela falta de capacidade de acompanhar o crescimento. E hoje, de acordo com ela, fala-se muito em jornalismo moderno, em redes sociais, em tantas ferramentas úteis para o jornalismo, para evidenciar clientes, para relatar o crescimento e incentivar que mais pessoas sejam proativos no crescimento. Porém, Andrea acredita que não é apenas da modernidade do jornalismo que uma comunidade precisa. “Ela precisa sim do bom jornalismo, aquele feito com respeito às diferenças das pessoas, comunidade. Aquele que busca atender a demanda da sociedade e não de grupos fechados”, diz.

Para a jornalista, as pessoas fazem o desenvolvimento, o povo, as comunidades e é a esses que o jornalismo precisa atender. Atendendo a eles, está ajudando estes a crescer e automaticamente estará crescendo também. Se não em cifras, estará crescendo em respeito, profissionalismo e transparência, segundo Andrea. “É possível denunciar, polemizar, reivindicar sem ofender A ou B que de alguma maneira ajudam no crescimento econômico dos meios de comunicação, e esse é o papel do bom jornalista”.

Conforme Tobias Peucer (2000), considerando que o jornalismo nasceu em razão de as pessoas serem ávidas por ‘coisas novas’, a atividade mantém relação direta com a mobilização social. Ou seja, se a imprensa pauta as discussões da sociedade, enaltece ou valoriza alguns aspectos, em detrimento de outros, situa seu público-alvo no bojo das mudanças e das movimentações que ocorrem em diferentes setores. Logo, o jornalismo

consiste, em larga medida, num espaço de promoção do desenvolvimento, em termos qualitativos.

3.4.1 Nem todos os gestores acreditam no potencial do jornalismo

O jornalismo adquire papel de promotor do desenvolvimento a partir do momento em que a informação passa a ter poder. E, embora não seja unanimidade entre os prefeitos, existe o entendimento de que o jornalismo é peça fundamental para o desenvolvimento local. O prefeito de Tucunduva é um dos que acredita no potencial que a atividade tem para impulsionar o crescimento com qualidade de vida de um município. Busanello afirma que vê a existência na relação desenvolvimento local-jornalismo. A explicação dele faz sentido, já que “o município, divulgando o que tem de novidade e as empresas já instaladas mostrando o que produzem e/ou fabricam, há um interesse e possibilidade de que outras empresas venham se instalar aqui, porque o município está se desenvolvendo”.

Idalcir Santi corrobora a opinião de Busanello. Para o gestor alegriense, ocorre sim um prejuízo para Alegria com o fato de não haver nenhum jornal local. Ele explica que cada município tem suas características e especificidades. Alegria, por exemplo, possui um potencial pouco aproveitado no que se refere ao turismo. “Temos vários rios e riachos com mais de trinta cascatas. Na minha opinião, isso deve ser aproveitado, envolvendo o Poder Público e a população, possibilitando a geração de renda e emprego (turismo rural), com um trabalho jornalístico, principalmente impresso, mostrando esse potencial.”

Já João Edécio Graeff diz que o jornalismo não é importante para o desenvolvimento do município em si, mas sim para compartilhar com a comunidade o que está acontecendo. Ele reafirma o compromisso que tem, como gestor, com a transparência, e por isso seria importante chegar nos lares de cada cidadão, de forma impressa.

3.5 Três de Maio está bem servido com meios de comunicação locais

O município de Três de Maio, no Noroeste do Rio Grande do Sul, tem 23.726 habitantes, segundo o IBGE. Próximo à Alegria, Independência e Tucunduva, é bem servido no que diz respeito aos meios de comunicação, pois conta com dois jornais impressos e três rádios. Os próprios prefeitos destes três municípios analisados reconhecem a importância e divulgação que Três de Maio alcança devido a este amparo dos meios de comunicação locais. Para o prefeito de Três de Maio, Olívio José Casali, os jornais e as emissoras de rádio têm largos espaços para divulgar os acontecimentos que ocorrem nos diversos segmentos, sendo que as rádios o fazem diariamente, exceto nos finais de semana, e os jornais têm edições semanais, quando são resenhados os acontecimentos da semana nas diversas áreas. Casali complementa que, hoje, os canais de comunicação de Três de Maio cumprem o seu papel no que tange à informação.

Em relação às cidades maiores na região, como Santa Rosa, Santo Ângelo e Ijuí, Casali acredita que seu município nada deixa a desejar em matéria de jornalismo e programação de rádios para estas cidades. “Claro, quando se trata de divulgação de informações por jornais da capital, estas cidades são mais bem atendidas do que Três de Maio, porque os interesses econômicos nestas cidades têm impacto maior e existem acontecimentos de maior impacto, via de regra. E nestas cidades existem sucursais, representantes responsáveis pelas informações”. E no que se refere à sucursal da RBS na cidade de Santa Rosa, o noticiário e a programação é quase que exclusivamente voltada para Santa Rosa e Santo Ângelo e os demais municípios da área de abrangência são lembrados esporadicamente, quase sempre quando acontece algum fato desairoso ou algum acontecimento que gera dividendos.

3.5.1 Para prefeito três-maiense, jornalismo destaca as conquistas do município

Casali reconhece a importância do jornalismo dentro de uma sociedade. Segundo ele, o jornalismo destaca e promove as realizações e as conquistas do município (obviamente, quando o jornal, ou os jornais, está interessado em promover o município). Além disso, ele acredita que os jornais também promovem as instituições e os feitos dos cidadãos. “E tudo isso ajuda a alavancar o desenvolvimento do município, porque nada melhor do que uma boa imagem do município”, considera.

Em muitos casos, segundo ele, o jornal é mais importante do que a televisão, porque ninguém guarda as imagens da televisão, enquanto que o jornal pode ser arquivado e guardado, sobretudo recortes de assuntos de grande interesse. “O jornal circula e vai para outras cidades e regiões e as pessoas que leem as matéria se impressionam e muitas vezes se decidem em investir ou morar no município A ou B, porque está numa ascendente econômica, ou porque a cidade é acolhedora. O jornalismo tem, pois, esta capacidade de animar o desenvolvimento, o bom convívio e estabelecer a informação de assuntos que de outra forma não seria possível captar.”

3.5.2 Valorização da comunicação pelos gestores é fundamental

Por morar e administrar em um município onde a comunicação é bem difundida e também pela proximidade com a área – já que é proprietário de uma das rádios da cidade –, o prefeito de Três de Maio demonstra ter grande estima e admiração pela comunicação e a valoriza em alto grau. “Não fosse o jornalismo, seria difícil a comunicação com os munícipes. Seria difícil, quase impossível, passar aos cidadãos as ações desenvolvidas na administração municipal.” Ao tratar da importância disso, Casali questiona: “Como a população ficaria sabendo as conquistas e realizações senão através da comunicação?”.

Segundo ele, é através do jornal e da rádio que se oportuniza aos formadores de opinião exercer a sua atividade, o que é importantíssimo para o desenvolvimento econômico e para o exercício da cidadania. O jornalismo, no

entanto, pode ser uma faca de dois gumes: pode promover tanto o bem, como estimular a discórdia e a intriga. Para ele, tudo depende dos profissionais e de sua orientação.

3.6 Algumas considerações acerca da análise

A partir dos vários pontos abordados na análise das entrevistas, muitas informações interessantes surgem dos prefeitos e também do proprietário e da editora dos jornais três-maienses.

Um ponto que vale ser destacado é a questão da falta de hábito da leitura nos municípios de Alegria, Independência e Tucunduva. Não é novidade que as pessoas prefiram ouvir as notícias no rádio a lê-las em um jornal, por exemplo. Nos municípios menores e, principalmente, no interior, o rádio é a companhia e muitas vezes o único meio de comunicação que transmite notícias sobre o município e a localidade em que o indivíduo mora. E isso ficou evidente quando os prefeitos de Tucunduva e Independência revelaram que uma pesquisa também indicou a preferência da população pelo meio de comunicação falado. Contudo, a hipótese pela qual a maioria prefere ouvir rádio para ficar informado pode estar relacionada justamente com a falta de um jornal impresso local.

E quem sabe por não existirem muitos leitores e, conseqüentemente, muitos assinantes nos municípios 'órfãos' de jornais, a mídia impressa não valorize de forma satisfatória as notícias deles. Ainda, os jornais explicam que, mesmo a necessidade de divulgação não sendo suprida, é dado espaço aos demais municípios, mas claro que de forma mais restrita. A preferência é pelas notícias de maior impacto ou sobre algum evento que venha a ocorrer.

Os jornais, como se ressalta na bibliografia utilizada nos dois capítulos anteriores, têm poder por meio da informação transformada e divulgada em notícia. Logo, o impacto que causam tanto na vida econômica quanto social de um município é visível. Ou seja, os municípios que não têm um veículo de comunicação impresso ficam, sim, à mercê dos meios de comunicação de fora. Por isso, perdem em conteúdo, uma vez que, como já afirmado, o espaço destinado é restrito. E, perdendo em conteúdo, a

comunidade como um todo perde em desenvolvimento, como vimos nos conceitos no capítulo anterior. À medida que a notícia é utilizada como conhecimento, ela pode gerar desenvolvimento, pois mobiliza as pessoas e transforma de alguma forma quem está lendo.

Também cabe aqui destacar a colocação do prefeito de Tucunduva, Mateus Busanello. Tamanha é a importância que ele dá à comunicação, principalmente ao jornalismo, que atribuiu à falta de divulgação de suas obras a perda da reeleição no último pleito municipal.

A revisão bibliográfica e a posterior análise das entrevistas acerca de o jornalismo contribuir com o desenvolvimento local estão em consonância. Isso porque a maioria dos gestores demonstrou acreditar no potencial da atividade, indo ao encontro daquilo que os autores afirmam na revisão bibliográfica do capítulo anterior. Ou seja, é visível que o jornalismo contribui para o desenvolvimento local pelo fato de abordar problemas sociais e valorizar potenciais, contribuindo para o cotidiano da população. Mas não são todos que veem o jornalismo desta maneira. Ainda há quem entenda o jornalismo como importante apenas para o compartilhamento de notícias com a comunidade, como se a repercussão da notícia terminasse quando ela é publicada.

Já a análise comparando os três municípios sem jornal com Três de Maio deixa claro o entendimento de algumas questões a que esta pesquisa se propôs. Primeiro, devido a estar bem servido na questão de meios de comunicação, tanto jornais impressos como rádios, Três de Maio é amplamente divulgado nessas mídias. O fato de eles serem meios locais propicia isso. Logo, tendo ampla divulgação, o município cresce e prospera. Não que o fato de o município não ter um jornal local implicará na estagnação de seu desenvolvimento. Contudo, acredita-se que a comunicação pode não ser a única responsável por isso, mas com certeza é um dos motivos que contribui para o desenvolvimento, e não só o desenvolvimento econômico, mas também social de seu município.

E o fato de os gestores acreditarem que o jornalismo contribui para que seu município cresça e se desenvolva é fundamental. Nota-se que onde os prefeitos acreditam e entendem a importância da atividade para melhorar a vida de seus moradores há uma tendência à prosperidade que deve ser levada em conta. O prefeito de Três de Maio, por exemplo, fecha com chave de ouro

esta análise, quando sintetiza a ideia central de jornalismo e desenvolvimento local, afirmando que “é através do jornal e da rádio que se oportuniza aos formadores de opinião o exercício de sua atividade, o que é importantíssimo para o desenvolvimento econômico e para o exercício da cidadania.”

CONCLUSÃO

Mesmo vivendo a 'era da informação', em que somos bombardeados de informações a todo minuto por meio da internet, pessoas que moram em municípios pequenos não têm acesso sequer a rádios e jornais impressos locais. Se pensarmos sobre o assunto, pode-se entender que essa é uma realidade distante ou, pelo menos, que ocorre em regiões mais pobres e que pouco se desenvolvem.

Contudo, isso está bem próximo de nós e não se limita apenas a municípios pobres ou distantes de outros municípios mais estruturados e desenvolvidos. Na nossa região, várias cidades encontram-se praticamente 'alienadas' no que se refere a informações transmitidas por meios de comunicação locais, ou seja, que atendam aos interesses e particularidades de cada município. E, por isso, dependem de meios de comunicação de fora, que não conseguem suprir de forma satisfatória suas necessidades de informação, comunicação e, por que não dizer, de desenvolvimento.

A fim de comprovar com exemplos os impactos que a falta de um meio de comunicação faz, e, neste caso, um jornal impresso, foi realizada nesta pesquisa, primeiramente, uma revisão bibliográfica sobre comunicação, jornalismo e desenvolvimento. Depois, partindo para a parte prática da pesquisa, foram feitas entrevistas com os prefeitos dos municípios de Alegria, Independência e Tucunduva, localizados no Noroeste do Rio Grande do Sul. Para comparar a ação da mídia nestes municípios e em um município próximo que possui dois jornais impressos, também se ouviu a opinião do proprietário e da editora dos dois jornais de Três de Maio, bem como a do prefeito três-maiense.

A partir disso, ficaram visíveis os prejuízos sentidos por estes três municípios não possuírem um veículo de comunicação impresso. A pesquisa conseguiu também refletir a preocupação dos gestores municipais com relação a isso. O trabalho, que analisou mais precisamente a relação do jornalismo impresso com o desenvolvimento local, obteve resultados reveladores no que tange ao entendimento dos prefeitos gestores de cada município sobre o assunto.

A análise permitiu avaliar que a falta de hábito da leitura é um dos motivos pelos quais não há jornais nos municípios estudados. Além disso, ao depender de jornais de cidades próximas, a mídia valoriza o município sede, ou seja, a necessidade de divulgação deles não é suprida, uma vez que é dado espaço às notícias de maior impacto. Em Três de Maio, onde a ação da mídia local é satisfatória, percebe-se o impacto econômico e social que os jornais causam no desenvolvimento. O jornalismo e o desenvolvimento andam juntos e o entendimento disso por parte dos gestores municipais é de fundamental importância.

Por isso, ao finalizar a pesquisa, conclui-se que analisar a contribuição do jornalismo para o desenvolvimento local faz-se necessário para a sociedade e, principalmente, para os comunicólogos. Entender este assunto, que está intrínseco na sociedade, é uma forma de os jornalistas compreenderem a força que a atividade tem e também a responsabilidade que desempenham no desenvolvimento como um todo, tanto econômico quanto social. E mais: o jornalismo contribui, sim, para o desenvolvimento local, porque ele é um serviço público. Não que ele seja o único motivo pelo qual um município se desenvolve ou não, mas é um dos fatores que permite que isso aconteça, porque é um veículo capaz de promover o desenvolvimento da comunidade onde está inserido.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Juarez. Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira. 4ª edição. São Paulo: Ática, 1990.

BARBOSA, Rui. A imprensa e o dever da verdade. São Paulo: Papagaio, 2004.

BELTRÃO, Luiz. Iniciação à filosofia do jornalismo. 2ª edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Com-Arte, 1992.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. O que é comunicação. 1ª edição. São Paulo: Brasiliense, 1982.

BORDENAVE, Juan E. Diaz; CARVALHO, Horacio Martins de. Comunicação e Planejamento. 2ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

COSTA, João Roberto Vieira da. Comunicação de Interesse Público: ideias que movem pessoas e fazem um mundo melhor. São Paulo: Jaboticaba, 2006.

CUÉLLAR, Javier Pérez de. Nossa diversidade criadora: relatório da comissão mundial de cultura e desenvolvimento. Campinas: Papirus, 1997.

FILHO, Ciro Marcondes. O capital da notícia: Jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1989.

FRANCO, Augusto de. Por que precisamos de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável. 2 ed. Brasília: Instituto de Política, 2000.

FREIRE, Paulo. Comunicação ou extensão. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1983.

GENTILLI, Victor. Democracia de massas: jornalismo e cidadania. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

GENTILLI, Victor. Democracia de massas: cidadania e informação. Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1995.

GRADIM, Anabela. O jornalista multimédia do século XXI. In: FIDALGO, António e SERRA, Paulo (orgs.). Jornalismo online. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003. v. 1 (Série Informação e Comunicação Online).

LACERDA, Carlos. A missão da imprensa. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1950.

LIEDTKE, Paulo Fernando. A esquerda presta contas: comunicação e desenvolvimento nas cidades. Itajaí: Univali, 2002.

KUNCZIK, Michael. Conceitos de jornalismo: norte e sul: manual de comunicação. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MANZINI-COVRE, Maria de L. O que é cidadania. São Paulo: Brasiliense, 2001.

MARTINS, Sérgio Ricardo Oliveira. Desenvolvimento Local: questões conceituais e metodológicas. Interações – Revista Internacional de Desenvolvimento Local, Mato Grosso do Sul, v. 3. n. 5, set. 2002. p. 51-59. <<http://www.ucdb.br/SII/mdl/filestorage/uploads/417.pdf>> Acesso em 23 de outubro de 2012.

MEKSENAS, Paulo. Cidadania, poder e comunicação. São Paulo: Cortez, 2002.

MELO, José Marques de. Jornalismo político: democracia, cidadania, anomia. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/5370/4889>> Acesso em 2 de novembro de 2012.

MESQUITA, Giovana. Jornalismo e desenvolvimento local: análise do Jornal do Commercio Agreste, Pernambuco. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2009. Disponível em: <<http://repositorio.favip.edu.br:8080/bitstream/123456789/193/1/Monografia+sem+p%C3%A1ginas.pdf>> Acesso em 10 de outubro de 2012.

NOBLAT, Ricardo. A arte de fazer um jornal diário. São Paulo: Contexto, 2002.

OLIVEIRA, Francisco de. Aproximações ao enigma: o que quer dizer desenvolvimento local? São Paulo: Pólis; Programa de Gestão Pública e Cidadania/EAESP/FGV, 2001 apud MAGALHÃES, Hélio Augusto de. Comunicação e desenvolvimento local no meio rural. Esfera Comunicação – Periódico Científico Semestral da Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora, Macaé Rio de Janeiro, v. 1, n. 3, jan/jun 2009. <http://www.fsma.edu.br/esfera/Artigos/Esfera_3_artigo_1.pdf > Acesso em 13 de setembro de 2012.

OLIVEIRA, Gilson Batista de. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. Curitiba: Revista FAE, v. 5, n. 2, mai/ago. 2002. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v5_n2/uma_discussao_sobre.pdf> Acesso em 18 de novembro de 2012.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. São Paulo: Artigos PCLA - Volume 4 - número 1: outubro/novembro/dezembro 2002. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>> Acesso em 10 de junho de 2012.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. Comunicação & Sociedade: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, ano 22, n. 33, p. 199-214, 1º sem. 2000. Disponível em <<http://www.fumec.br/revistas/index.php/mediacao/article/view/542/pdf>> Acesso em 20 outubro de 2012.

ROSSI, Clóvis. O que é jornalismo. 9ª edição. São Paulo: Brasiliense, 1991.

SILVA, Luiz Martins. Jornalismo Público: o social como valor-notícia. In: FRANÇA, Silva, Tomaz Tadeu. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis- RJ: Editora Vozes, 2003.

TORO A., Jose Bernardo; WERNECK, Nísia Maria Duarte. Mobilização Social: Um modo de construir a democracia e a participação. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Amazônia Legal, Secretaria de Recursos Hídricos. Associação Brasileira de Ensino Agrícola Superior - ABES, UN1CEF, 1996, 104 p. apud HENRIQUES, Márcio Simeones (org.). Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são. v. 1. Florianópolis: Insular, 2004.

VASCONCELOS, Marco Antônio; GARCIA, Manuel Enriquez. Fundamentos de economia. São Paulo: Saraiva, 1998.

WOLTON, Dominique. Informar não é comunicar. Tradução de Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2010.

ANEXO 1 – ENTREVISTA COM O PREFEITO DE ALEGRIA, IDALCIR SANTI

1. O município já chegou a ter um jornal impresso? Se sim, sabe os motivos pelos quais não existe mais?

Sim, mas pouca estrutura da empresa jornalística, vinculação quinzenal, tornando-se de pouco interesse da comunidade.

2. O que você acha da ação da mídia em cidades maiores e próximas da sua? Como analisa a veiculação das notícias publicadas, como, por exemplo, em Três de Maio, que possui dois jornais impressos e veicula as notícias de seu município?

Geralmente a utilização de meios de comunicação de massa implica organização complexa, a notícia diária na região com tecnologia de mídia como rádio e televisão na transmissão de notícias atuais do momento, tem uma abrangência maior. Já o jornal no que se refere a região, a veiculação é semanal, nem todas as pessoas tem acesso, por isso a abrangência é menor.

3. Você acredita que o município e, conseqüentemente, os munícipes perdem em informações e, num contexto mais abrangente, em desenvolvimento, por depender de meios de comunicação de outra cidade para saber o que acontece no local onde moram?

O município de Alegria realiza Processo Licitatório para a contratação de empresa para divulgação dos atos oficiais da Administração Pública, e declara o vencedor do certame Jornal Oficial do Município, conseqüentemente ocorre através deste a divulgação das notícias locais do município.

4. Como você vê a relação do desenvolvimento local por meio do jornalismo? Julga necessário um meio de comunicação para suprir a demanda do município? Com certeza, ocorre um prejuízo em relação a informação, caberia fazer um estudo para avaliação.

Há muitas coisas que são específicas do município, por exemplo, Alegria possui um potencial pouco aproveitado em turismo. Temos vários rios e

riachos com mais de trinta cascatas. Na minha opinião, isso deve ser aproveitado, envolvendo o Poder Público e a população, possibilitando a geração de renda e emprego (turismo rural), um trabalho jornalístico, com um trabalho jornalístico, principalmente impresso, mostrando esse potencial.

A Administração já tentou em parcerias na busca de um meio de comunicação impresso (jornal), evidente que a relação custo-benefício tem peso maior a ser considerado.

ANEXO 2 – ENTREVISTA COM O PREFEITO DE INDEPENDÊNCIA, JOÃO EDÉCIO GRAEFF

1. O município já teve jornal impresso?

Não. Independência nunca teve um jornal impresso.

2. Por que nunca alguém se propôs a abrir um jornal no município?

Talvez pela população pequena e também pelo hábito de leitura de jornais, que é pequeno. Embora haja circulação de jornais de outros municípios, não há muitos assinantes daqui. Eu creio também que a dificuldade de termos um jornal local é em decorrência do custo de produção. Já teve interesse de se instalar aqui um jornal. Contudo, havia interesse de se ter um contrato com a prefeitura, por meio de publicações legais. Porém, como isso se dá por meio de licitação, que é o que a lei exige, não foi possível.

3. O que acha da ação da mídia em cidades maiores e próximas da sua? Como analisa a veiculação das notícias publicadas, como, por exemplo, em Três de Maio, que possui dois jornais impressos e veicula as notícias de seu município?

É pouca e restrita a divulgação do que acontece aqui, até porque não há um representante local. Até aqui na prefeitura não há um órgão que centraliza as informações e depois as repassa para os meios de comunicação. Quando somos procurados pela imprensa, divulgamos e solicitamos ao setor administrativo para fornecer os dados. Já tivemos assessoria de imprensa, e sabemos que é necessário, mas nos municípios pequenos se trabalha com o orçamento reduzido, então fica mais difícil. Talvez pecamos por isso. Mas quando temos um evento grande, os jornais suprem nossa necessidade.

4. Os independencenses têm o hábito de ler jornais?

Muito pouco. Temos pesquisas que mostram isso. O rádio ainda é o meio mais escutado. Os jornais que circulam aqui são de outros municípios e as notícias do nosso município são restritas. Como esses jornais atendem a

região, não há um espaço amplo para se divulgar. E isso leva as pessoas a não serem assinantes destes jornais.

5. O município perde em desenvolvimento por depender de um jornal de fora?

Logicamente. A gente percebe isso, principalmente no interior (zona rural), onde a rádio comunitária também não tem alcance. Eu não saberia dizer qual o reflexo que teríamos se houvesse um jornal, se isso mudaria o hábito das pessoas e elas passariam a serem assinantes. Mas acredito que isso poderia impulsionar o interesse das pessoas a fim de saberem o que acontece no município. Percebemos pessoas totalmente desinformadas. Elas sabem pelo vizinho ou vem na cidade e escutam algum comentário, e aí se dirigem até a prefeitura para saber ou confirmar aquilo que escutaram.

6. Acredita que o jornalismo é importante para o desenvolvimento do município?

Para o desenvolvimento não, mas para compartilhar com a comunidade o que está acontecendo, já que temos um compromisso com a transparência, seria interessante que pudéssemos chegar nos lares de cada cidadão. A informação é necessária, e quando ela é impressa, aquilo está lá. Não tem como ela chegar deturpada, como acontece quando vai através de pessoas, até porque tem uma interpretação diferente quando chega no destino final.

7. A prefeitura já teve informativo municipal impresso?

Nunca tivemos. Até somos cobrados por isso, mas aí teríamos que ter um setor que coletasse as informações. Há cidadãos que pedem para divulgarmos mais o que fazemos, mas para isso teríamos que ter uma estruturação para informar com qualidade. E, não tendo, é melhor ao divulgar algo que seja mal interpretado. Ainda haverá o tempo que o município terá isso.

Nos municípios pequenos, a importância do jornal impresso é grande, porque mesmo tendo uma grande parcela da população com acesso à internet e, assim, às informações, não são todos que têm acesso.

ANEXO 3 – ENTREVISTA COM O PREFEITO DE TUCUNDUVA, MATEUS BUSANELLO

1. O município já teve jornal impresso?

Até então, não. O que tínhamos era a circulação em Tucunduva um jornal quinzenal voltado aos acontecimentos sociais, e não com viés jornalista. Mas, há quatro meses, se instalou aqui um jornal impresso.

As publicações legais, que é necessária, fazemos em um jornal de Horizontina.

2. O que você acha da ação da mídia em cidades maiores e próximas da sua? Como analisa a veiculação das notícias publicadas, como, por exemplo, em Três de Maio, que possui dois jornais impressos e veicula as notícias de seu município?

É uma perda muito grande pra Tucunduva, porque vejo que nos outros municípios a divulgação é muito grande. Se eu olhar pelo lado político, perdi a reeleição por isso, porque fizemos bastante coisa na nossa gestão, mas não tínhamos onde divulgar. E, também, os jornais de fora que circulam aqui não têm muitos assinantes; então, caso fosse divulgada alguma notícia, não eram muitos os tucunduvenses que tomavam conhecimento disso.

3. Você acredita que o município e, conseqüentemente, os munícipes perdem em informações e, num contexto mais abrangente, em desenvolvimento, por depender de meios de comunicação de outra cidade para saber o que acontece no local onde moram?

Sim. Olhando para o bem da comunidade, tem que ter um jornal no município, mesmo que o município é pequeno. A população tem direito de ficar sabendo o que os gestores municipais estão realizando e onde estão investindo os recursos públicos. Se existe um jornal aqui, se divulga as coisas daqui, o empresário já divulga também e isso movimenta tudo isso.

4. Como você vê a relação do desenvolvimento local por meio do jornalismo? Julga necessário um meio de comunicação para suprir a demanda do município?

Tem relação porque se você não divulga o que está fazendo, porque a comunidade quer acompanhar isso. Então, o município, divulgando o que tem de novidade e as empresas já instaladas mostrando o que produzem e/ou fabricam, há um interesse e possibilidade de que outras empresas venham se instalar aqui, porque o município está se desenvolvendo. Só para citar como exemplo, em quatro anos, 11 empresas novas se instala aqui, e isso é bastante para um município pequeno. Então acredito que divulgando melhor e fazendo um bom trabalho, o município se desenvolverá mais, tanto na administração como no município como um todo.

Vale ressaltar que os jornais de fora não pegam muito bem aqui. Eu acredito que há duas coisas a se pensar: os tucunduvenses não assinam porque não há divulgação dos fatos daqui e também os jornais não dão muito espaço porque não existem assinantes em número expressivo no município.

Tucunduva não é um município de leitores de jornais, mas agora com este novo jornal, entendo que isso aos poucos vai mudar. Até temos um estudo que mostrou que a maioria das pessoas aqui prefere rádio.

ANEXO 4 – ENTREVISTA COM A EDITORA DO JORNAL COOPERJORNAL, DE TRÊS DE MAIO, ANDREA SOMMER

1. Além de atender a demanda das notícias de Três de Maio, o jornal divulga os municípios menores que não possuem jornal impresso. A necessidade desses municípios é suprida?

Sim, o jornal divulga informações de municípios que não possuem jornais. No entanto, com certeza a demanda deles não é suprida, visto que, por menor que seja o município, diversos fatos que ocorrem por lá, que envolvem o cotidiano das pessoas deixam de ser publicados, pois o espaço que o jornal dispõe para cada município é restrito, menor que o dado a cidades chave para nosso meio de comunicação.

2. De que forma e feita a divulgação dos fatos dos municípios menores, que não possuem jornal? Quais os critérios para a divulgação das notícias nesse caso?

Um município, por menor que seja sempre pode render boas pautas. Mas como nosso meio de comunicação, bem como a maioria dos jornais da região, não possuímos uma pessoa em cada cidade, portanto, é noticiado apenas aquilo que de mais urgente acontece nestas cidades, que de maior impacto regional tem.

3. Qual o impacto de um jornal sobre a vida econômica e social do município? Em sua opinião como jornalista/editor, o município perde algo por não ter um jornal? O quê?

Com relação à vida econômica de um município, o jornal pode servir e ferramenta para que grupos organizados busquem recursos junto a entidades maiores em situações adversas. Um exemplo. O Cooperjornal publicou uma série de reportagens a respeito da estiagem na região de abrangência do meio de comunicação. Por meio dessas publicações, uma cooperativa levantou dados próprios, anexou as reportagens do jornal ao dossiê e encaminhou ao governo do Estado para buscar recursos aos associados, que na maioria são pequenos agricultores. Outra forma de impacto econômico seria promovendo a

competitividade entre as empresas, por meio das publicações comerciais, além disso, um jornal emprega pessoas, gerando renda a elas. Outra situação é que um jornal, assim como toda a empresa, paga impostos. Ainda no que se trata de impacto econômico, o jornal pode servir de ferramenta para cobrar dos poderes públicos, posicionamentos com relação a saída das pessoas da cidade para trabalhar em outros locais. Socialmente falando, o papel do jornal é maior ainda, pois ele, como meio de comunicação deve refletir e atender os anseios da comunidade. Como quarto poder, temos o dever e buscamos denunciar aquilo que está errado diante dos olhos das pessoas. Políticas públicas não cumpridas, promessas e projetos que beneficiariam a comunidade e não saíram do papel, agressões ao meio ambiente, entre tantos temas nocivos ao leitor, a comunidade. Ainda no que tange ao impacto social, o jornal busca mostrar os bons exemplos e discutir temas como inclusão social, preconceito, alcoolismo, meio ambiente, relatando histórias que motivem mais pessoas e empresas a adotar posturas diferenciadas com relação a esses assuntos.

4. Para você, qual é a relação entre desenvolvimento local e jornalismo? Acredita que o jornalismo pode contribuir com o desenvolvimento de um município? De que forma?

Sendo prática. Se a cidade se desenvolve, o jornalismo também, pois, em nosso caso, como sabe, o jornal sobrevive do investimento das empresas e pessoas em anúncios. No entanto, acredito que a relação entre um e outro seja a questão da necessidade cada vez em profissionalizar o jornalismo, de acordo com o desenvolvimento local. Quando a cidade se desenvolve, ela se dá conta da necessidade da profissionalização das mais diversas áreas, dos diferentes setores. Não se tem mais espaço para o amadorismo. O desenvolvimento local se faz em cima das pessoas e das ações empreendidas por elas: então, dificilmente aqueles que não atuam de forma sincronizada e profissional nas cadeias de desenvolvimento conseguirão se manter em pé ou em cena no contexto do crescimento local. Acabam sobrando pela falta de capacidade de acompanhar o crescimento. Hoje fala-se muito em jornalismo moderno, em redes sociais, em tantas ferramentas úteis para o jornalismo, para evidenciar clientes, para relatar o crescimento e incentivar que mais pessoas sejam proativos no crescimento. Porém, não é

apenas da modernidade do jornalismo que uma comunidade precisa. Ela precisa sim do bom jornalismo, aquele feito com respeito às diferenças das pessoas, comunidade. Aquele que busca atender a demanda da sociedade e não de grupos fechados. Aqui mais uma vez está a relação do desenvolvimento e do jornalismo. As pessoas fazem o desenvolvimento, o povo, as comunidades e é esses que o jornalismo precisa atender. Atendendo a eles, está ajudando estes a crescer e automaticamente estará crescendo também. Se não em cifras, estará crescendo em respeito, profissionalismo e transparência. É possível denunciar, polemizar, reivindicar sem ofender A ou B que de alguma maneira ajudam no crescimento econômico dos meios de comunicação, e esse é o papel do bom jornalista.

ANEXO 5 – ENTREVISTA COM UM DOS PROPRIETÁRIOS DO JORNAL SEMANAL DE TRÊS DE MAIO, SANDRO RAMBO

1. Além de atender a demanda das notícias de Três de Maio, o jornal divulga os municípios menores que não possuem jornal impresso. A necessidade desses municípios é suprida?

Sim, é suprida. No início o jornal só circulava em Três de Maio, e no decorrer dos anos ele passou a atingir outros municípios que não tinham jornal. O fato de como atendemos esses município sem jornal é que, por incrível que pareça, muitas coisas que acontecem nos pequenos municípios sem jornal envolvem e têm relação com a administração municipal. Ou seja, a prefeitura é um centralizador dos acontecimentos daquela cidade.

Se acontecer alguma coisa especial naquele município ou se tem alguma data comemorativa, damos uma atenção especial no jornal. Caso contrário, dá-se espaço e se divulga, mas de forma mais restrita.

2. Qual o impacto de um jornal sobre a vida econômica e social do município? Em sua opinião como jornalista/editor, o município perde algo por não ter um jornal? O quê?

Somos um jornal formador de opinião dentro de uma sociedade, tanto de Três de Maio como dos municípios próximos. Nós, como jornal, temos força dentro da comunidade. É através do jornal as pessoas se informam. Nós somos um elo entre os acontecimentos e o que vai acontecer. E a comunidade fica sabendo do que se passa onde ela vive. E, por isso, um município perde sim por não ter um jornal. Três de Maio nesse sentido está bem servido, pois há dois jornais e duas rádios na cidade, e isso permite que as pessoas filtrem as informações e formem a sua opinião.

E eu acho que isso é contribuir com o desenvolvimento, informando a comunidade. Promover o debate entre os leitores, mexer com a sociedade, por exemplo, também colabora para o desenvolvimento. Muitas vezes o jornal é um meio utilizado pela população para reclamações e denúncias, e isso é muito positivo.

Na verdade se pensarmos em um município sem jornal, sem rádio e televisão, é uma comunidade alienada.

3. Para você, qual é a relação entre desenvolvimento local e jornalismo? Acredita que o jornalismo pode contribuir com o desenvolvimento de um município? De que forma?

Desenvolvimento local e jornalismo andam juntos, porque o jornalismo é muito importante para um município. Ele faz as coisas acontecerem. O jornalismo contribui, sim, para o desenvolvimento de um município.

**ANEXO 6 – ENTREVISTA COM O PREFEITO DE TRÊS DE MAIO,
OLÍVIO JOSÉ CASALI**

1. Três de Maio é um município bem amparado no que se refere a meios de comunicação, pois possui dois jornais impressos e três rádios. Sendo assim, como você vê a ação da mídia local? Contempla a necessidade existente de informação?

No que tange à mídia escrita e falada, Três de Maio, efetivamente, está muito bem servido. Os jornais e as emissoras de rádio têm largos espaços, para divulgar os acontecimentos que ocorrem nos diversos segmentos, sendo que as rádios o fazem diariamente, exceto nos finais de semana, e os jornais têm edições semanais, quando são resenhados os acontecimentos da semana nas diversas áreas. Salvo melhor juízo, no momento, os canais de comunicação de Três de Maio cumprem o seu papel no que tange à informação.

2. E em relação aos municípios vizinhos, que não possuem jornal impresso, por exemplo, como você analisa a situação deles? Olhando de fora, entende que eles perdem algo? O quê?

De fato, é o caso de vários municípios no entorno de Três de Maio, que não têm os seus canais de comunicação locais. Na verdade, os jornais e emissoras de rádio de Três de Maio têm sua área de abrangência. Quer dizer, os municípios vizinhos também são abrangidos na divulgação. Talvez, não são divulgados os acontecimentos com tanta insistência como no município-sede dos jornais e rádios. Neste sentido, pode haver alguma perda. No frígir dos ovos, não há muita perda dos municípios adjacentes a Três de Maio, porque a programação é regionalizada.

3. E nas cidades maiores que Três de Maio, que possuem mais meios de comunicação, você acredita que elas são atendidas de uma forma melhor, no que se refere à transmissão de informações e notícias para a população? (Relação quantidade e qualidade).

Obviamente, cidades maiores na região, podemos considerar Santa Rosa, Santo Ângelo e Ijuí. Nada deixamos a desejar em matéria de jornalismo e programação de rádios para estas cidades. Claro, quando se trata de divulgação de informações por jornais da capital, estas cidades são mais bem atendidas do que Três de Maio, porque os interesses econômicos nestas cidades têm impacto maior e existem acontecimentos de maior impacto, via de regra. E nestas cidades existem sucursais, representantes responsáveis pelas informações. E no que se refere à sucursal da RBS na cidade de Santa Rosa, o noticiário e a programação é quase que exclusivamente voltada para Santa Rosa e Santo Ângelo e os demais municípios da área de abrangência são lembrados esporadicamente, quase sempre quando acontece algum fato desairoso, ou algum acontecimento que gera dividendos.

4. Para você, qual é a importância do jornalismo para o desenvolvimento de um município?

A importância é muito grande, porque o jornalismo destaca e promove as realizações e as conquistas do município (obviamente, quando o jornal, ou os jornais estão interessados em promover o município). Os jornais, também, promovem as instituições e os feitos dos cidadãos. E tudo isso ajuda a alavancar o desenvolvimento do município, porque nada melhor do que uma boa imagem do município.

5. Considerações sobre o jornalismo em geral (incluindo aí a internet) e seu impacto no desenvolvimento.

Resposta: Vou ser praticamente repetitivo, quando digo de novo que o jornalismo promove o município, quando o quer fazer. O jornal em muitos casos é mais importante do que a televisão, porque ninguém guarda as imagens da televisão, enquanto que o jornal pode ser arquivado e guardado, sobretudo, recortes de assuntos de grande interesse. O jornal circula e vai para outras cidades e regiões e as pessoas que leem as matérias se impressionam

e muitas vezes se decidem em investir ou morar no município A ou B, porque está numa ascendente econômica, ou porque a cidade é acolhedora. O jornalismo tem, pois, esta capacidade de animar o desenvolvimento, o bom convívio e estabelecer a informação de assuntos que de outra forma não seria possível captar.

6. Coloque aqui observações que você julga pertinentes sobre o assunto.

Como prefeito e como empresário ligado à área de comunicação radiofônica tenho grande estima e admiração pela comunicação e a valorizo em alto grau. Não fosse o jornalismo, seria difícil a comunicação com os munícipes. Seria difícil, quase impossível, passar aos cidadãos as ações desenvolvidas na administração municipal. Como a população ficaria sabendo as conquistas e realizações senão através da comunicação? E é através do jornal e da rádio que se oportuniza aos formadores de opinião exercer a sua atividade, o que é importantíssimo para o desenvolvimento econômico e para o exercício da cidadania. O jornalismo, no entanto, pode ser uma faca de dois gumes: pode promover tanto o bem, como estimular a discórdia e a intriga. Tudo depende dos profissionais e de sua orientação.

ANEXO 7 – HISTÓRICO DO JORNAL COOPERJORNAL

O Cooperjornal começou a ser idealizado por lideranças pastorais, sindicais e cooperativistas, em 1992, mas só em 05 de março de 1996 foi fundado, juntamente com sua mantenedora, a CooperCultura – Cooperativa Mista de Consumo e Produção Cultural Ltda. -, ambos lançados em 1º de maio. O Cooperjornal entrou em circulação a partir de 23 de julho do mesmo ano, inicialmente circulando quinzenalmente, até 1997, quando começou a circular semanalmente, aos sábados. Em toda a sua história, nunca houve crescimento anual inferior a 20%, sendo que hoje sua tiragem é superior a 4.500 exemplares semanais.

O jornal abrange 23 municípios, entre eles de Alegria, Boa Vista do Buricá, Campina das Missões, Candido Godói, Crissiumal, Dr. Maurício Cardoso, Giruá, Horizontina, Humaitá, Independência, Nova Candelária, Novo Machado, Porto Mauá, Santa Rosa, Santo Cristo, São José do Inhacorá, São Martinho, Sede Nova, Tiradentes do Sul, Três de Maio, Três Passos, Tucunduva, Tuparendi. Com quase 15 anos de atividades, transformou-se no jornal de maior tiragem e circulação da região.

É a primeira iniciativa do gênero - jornal de cooperativa - embora nos anos 78/80, houvesse sido criado o Coojornal, um jornal feito por jornalistas como uma alternativa para combater a ditadura. Porém, só jornalistas podiam ser sócios. O Cooperjornal, com a CooperCultura, possui entre seu quadro de associados jornalistas, profissionais liberais, administradores de empresas, professores, consumidores/assinantes e anunciantes/pessoas físicas e jurídicas, cooperativistas e outros profissionais, perfazendo 140 associados.

Nasceu para ser uma alternativa em comunicação editorial, com críticas e propostas, de posição, não pretendendo ser o dono da verdade, tampouco apático. Pluralista e democrático nasceu para a defesa dos interesses de toda a comunidade regional, sempre em defesa do bem comum, buscando a união em torno de ideias.

O Cooperjornal veio para levar à comunidade informações de interesse local e regional ao abordar de forma objetiva e ética os acontecimentos da semana, enriquecer o panorama cultural e informativo de

uma região, que conta com um vigoroso conjunto de instituições, empresas e pessoas responsáveis pelas atividades econômicas e sociais.

O que uniu os 50 fundadores foi a ideia de atender a necessidades de um maior acesso aos bens culturais e as informações da comunidade regional, principalmente, aos agricultores, até os quais não chegava nenhum jornal. Hoje, estes são 50% dos assinantes.

Os objetivos eram, além de criar um espaço pluralista e democrático, levar informações claras e de qualidade, numa constante busca de qualidade editorial.

A política de comunicação da cooperativa é atender ao máximo os anseios dos leitores, das pessoas e instituições, que queiram dar algum tipo de aporte socioeconômico e cultural à região. Levar informações, opiniões, propostas, análises, críticas e sugestões, nas mais variadas áreas, seja na agricultura, na economia, na tecnologia, na saúde, no esporte é o objetivo do Cooperjornal.

Como o Cooperjornal é uma cooperativa, no caso a CooperCultura, as decisões são tomadas obedecendo aos Estatutos Sociais. As grandes decisões estratégicas são tomadas em assembleias, as decisões políticas são tomadas pelo Conselho Deliberativo, as decisões editoriais são tomadas nas reuniões de pauta com todos os envolvidos no jornal, pelos jornalistas e especialmente o editor.

A missão do Cooperjornal é fazer um jornalismo que, acima de tudo, promova os municípios da região e suas comunidades; contemplar a diversidade de opiniões a respeito dos assuntos em pauta, atendendo, assim, a um dos preceitos básicos da ética jornalística; dar destaque aos acontecimentos, lideranças, empreendimentos e iniciativas regionais e oferecer um produto jornalístico cada vez mais identificado com as comunidades abrangidas.

ANEXO 8 – HISTÓRICO DO JORNAL SEMANAL

Em maio de 1988, durante as comemorações da Semana do Município, Sandro Luis Rambo e Joelson Pereira Nunes, elaboraram um jornal informativo, contando a história de algumas empresas de Três de Maio. O informativo teve boa receptividade perante os empresários e comunidade. Assim surgiu a ideia de fundar um jornal, já que na época, Três de Maio, não tinha um, apenas recebia alguns jornais de outras cidades.

Em 17 de maio de 1988, foi concretizada a empresa Jornal Semanal Ltda - ME, tendo como sócios Sandro Luís Rambo e Joelson Pereira Nunes.

O primeiro exemplar circulou em 16 de junho de 1988, com 12 páginas, sendo editada na capa, uma foto do município com os seguinte dizer: A comunidade que não registrar o seu passado, estará predestinada a esquecê-lo para sempre. Outra manchete era: Três de Maio têm rainha da Indústria e Comércio, com a foto da rainha Simone Lena.

O primeiro assinante foi Laudemir Lampert, sócio-proprietário do Escritório Contábil ABC, o qual até hoje cuida dos serviços contábeis desta empresa. O primeiro cliente de publicidade, foi a Retificadora de Motores 3 (empresa extinta nos dias de hoje).

Como o SEMANAL não dispunha de maquinário, a composição e a impressão era feita na antiga Gráfica Samavi (hoje Gráfica Megas). Em 19 de agosto de 1988, o jornal Semanal adquiriu sua primeira máquina de escrever, uma ET 112 sendo que os títulos das matérias eram feitos em régua mormógrafos. A partir desta aquisição, o jornal começou a ter composição própria.

Até novembro de 1988, o Jornal Semanal circulava somente em Três de Maio, após começou a divulgar notícias e circular nos municípios de Boa Vista do Buricá, Independência, Horizontina, Dr. Maurício Cardoso, Tucunduva e Santo Cristo. Mais tarde iniciava a circulação nos municípios de Alegria, São José do Inhacorá e Novo Machado.

Com a saída do sócio Joélson Nunes, em 10 de março de 1989, a nova empresa passou a ser dos irmãos Sandro Luís Rambo e Adriano Rambo.

Em 07 de abril de 1993, os irmãos Sandro e Adriano, fundaram a empresa Jornal Correio Semanal, que circulava na região de Santo Cristo. Em 1995, Adriano se desvinculou do Jornal Semanal, passando a ser proprietário único do Correio Semanal. Hoje, a empresa Jornal Semanal pertence aos sócios Sandro Luis Rambo e Amara Lúcia Werle.

Avanços tecnológicos – Com o avanço da tecnologia, e visando oferecer aos seus leitores um jornal moderno e de boa qualidade, em agosto de 1991, adquiriu o primeiro computador XT e uma impressora a laser, passando assim a editoração eletrônica. Na primeira edição com editoração eletrônica, em 13 de setembro de 1991, também teve a primeira impressão em cor. Hoje o jornal possui moderno sistema de editoração, além de site na internet. Outro grande passo dado pelo Jornal Semanal, foi quando no dia 06 de maio de 1990 se associou a Adjori - Associação dos Jornais do Estado do Rio Grande do Sul. Mais tarde também se associou a Abrajori - Associação Brasileira de Jornais sendo assim reconhecido após publicação no Diário Oficial, como o jornal oficial do município de Três de Maio.

Semanal hoje – Hoje o Jornal Semanal é uma empresa consolidada que conquistou a população três-maiense e regional. Seu crescimento é constante, sendo que nos dois últimos anos teve um aumento no faturamento em 30%. Conta com mais de três mil e quinhentos assinantes, circulando em mais de dez municípios - Três de Maio, Independência, Alegria, São José do Inhacorá, Nova Candelária, Boa Vista do Buricá, Horizontina, Tucunduva, Novo Machado, Dr. Maurício Cardoso - além de inúmeros assinantes via correio em todo o território brasileiro.

Nossa missão é atender aos anseios dos leitores e da comunidade, através de um jornalismo sério e competente, informando todos os acontecimentos relevantes de nossa cidade e região.