Artigo

Características do Jornalismo Impresso Local e suas Interfaces com Jornais Comunitários

Beatriz Dornelles[1]

Resumo

Este trabalho objetiva definir características relativas ao jornalismo impresso, de maneira a contribuir com a sustentação teórica de pesquisas que vêm sendo realizadas em torno de jornais com ênfase no local e/ou regional, ou dirigidos a comunidades específicas. Observou-se que algumas características apresentadas para a mídia como um todo não são apropriadas para o estudo da imprensa local, bem como existem outras, próprias a esse segmento, juntamente com especificidades relativas aos seus conteúdos e práticas.

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

Introdução

Este texto tem como objetivo refletir sobre o jornalismo local a partir do que foi estabelecido teoricamente para mídia local, buscando entender suas manifestações na sociedade contemporânea. Para falar de jornalismo local, no século XXI, foi necessário falar de algumas características dos jornais comunitários, que inspiraram a prática jornalística por parte dos responsáveis por essas publicações mais comprometidas socialmente.

Peruzzo (2002) levantou como principal hipótese para explicar o crescimento da mídia local, nos anos 90 do século passado, modificações no cenário dos meios de comunicação, motivados pela valorização do local tanto enquanto ambiente de ação político-comunicativa cotidiana, como pela oportunidade mercadológica que ele representa. Acrescentamos a esses dois motivos, no caso da imprensa local, os contextos político, econômico e social que se apresentaram aos profissionais da comunicação, naquele período, e o comprometimento individual de jornalistas com lutas sociais.

Em meados dos anos 80, a democracia foi restabelecida no país. Com isso, um forte segmento da imprensa – os jornais alternativos[1] –, em decorrência da nova realidade política, perdeu a razão de existir (combate ao governo) e encerrou suas atividades. Paralelamente, importantes jornais da imprensa diária de grandes cidades brasileiras, em decorrência da crise econômica nacional e internacional, fecharam nos anos 80. No Rio Grande do Sul, essa realidade parece ter sido mais brusca. Por exemplo, fecharam os jornais Folha da Tarde, Correio do Povo[2] e Diário de Notícias, todos de Porto Alegre. Ao mesmo tempo, as redações que se mantiveram vivas foram informatizadas, resultando na demissão de dezenas de revisores, redato-

[1] Doutora em Jornalismo, PPGCom/Famecos, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre/RS, Brasil. E-mail: biacpd@pucrs.br

res, pauteiros e copydesks. Também foi a década que, em decorrência do empobrecimento do Rio Grande do Sul (e de outros Estados), deu-se fim às sucursais de grandes jornais e revistas do país, colocando no mercado um grande número de jornalistas desempregados. Calcula-se que, nessa década, mais de 300 jornalistas tenham perdido o emprego em Porto Alegre. Só na Empresa Jornalística Caldas Júnior foram mais de 200[3].

Os cursos de Jornalismo proliferaram-se no decorrer dos anos seguintes. Segundo dados do Ministério da Educação[4], em junho de 2003, havia 443 cursos de Comunicação Social no país. A FENAJ estima que existam no Brasil cerca de 80 mil jornalistas e em torno de 14 mil estudantes que concluem, anualmente, o curso de Jornalismo.

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

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

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

Também faz parte dos contextos sóciopolítico e econômico da época uma maior abertura à participação do povo, por parte dos administradores públicos. Com a redemocratização do país, tornou-se visível o abandono em que se encontravam as classes mais pobres e o preconceito sofrido por grupos minoritários (às vezes, não tão minoritários como é o caso dos negros, mas excluídos pela tradição histórico-comportamental da elite brasileira). Cansada de esperar por soluções, dentre outros motivos, segmentos da sociedade resolvem participar da administração dos problemas crônicos sociais e criam milhares de Organizações Não-Governamentais e Associações de moradores de bairros, fazendo surgir com força o terceiro setor da economia.

Dados da economia

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

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

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

A incapacidade do governo Sarney de implementar uma política econômica para o país e

o agravamento do grau de deterioração da economia brasileira, na segunda metade dos anos 80, tem muito a ver com os limites de caráter político desse governo de transição.

> O governo Sarney, desde o início, carece de representatividade e de legitimidade. Quem obteve elevado grau de representatividade e de legitimação, através da mobilização popular, mesmo via "Colégio Eleitoral", foi Tancredo Neves; nunca Sarney. A tragédia da morte do titular coloca o vice no cargo de presidente da República. Apenas tolerado; não desejado (BRUM, 1996, p. 56).

Conforme avaliação dos economistas da época, o Brasil viveu, no final da década de 80 e início dos anos 90, uma crise econômica sem precedentes. Suas raízes estão profundamente mergulhadas no processo histórico de nossa formação e seus contornos mais salientes se vinculam às definições feitas e implementadas no século XX, principalmente após as duas guerras mundiais. Além da econômica, a crise era também social, política e moral.

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

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

Para conter a inflação, em março de 1999, foi lançado o Plano Collor recriando o cruzeiro e aplicando uma reforma monetária, com o confisco dos cruzados novos nas aplicações, mudando as regras do funcionamento do mercado financeiro, com a extinção do *open market*[5]. Fazia parte do Plano um ajuste fiscal, que envolvia a demissão de funcionários, venda de carros oficiais, de casas e apartamentos pertencentes ao governo e o congelamento de preços e salários com a pré-fixação dos mesmos.

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

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

Outro sustentáculo é a elevação da taxa de juros, que inibe o consumo e ajuda no controle da inflação. Os empresários investem menos e aumenta o desemprego. O presidente intensifica a política de privatizações. Nesse momento, vários

países passam por crises profundas, mesmo adotando normas impostas pelo FMI, como foi o caso do México. O Brasil, então, adota novas medidas, como a desvalorização da nossa moeda frente ao dólar. Para assegurar o real, o Governo joga dólares no mercado e eleva violentamente a taxa de juros. O mercado não se acalmou e em novembro de 1998 um novo pacote econômico é lançado no mercado com o intuito de recolher 20 bilhões de dólares.

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

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

Peruzzo[6] observou que as mídias comunitárias e locais se configuram em duas vertentes, cada uma com suas especificidades, mas que, em alguns casos, se encontram no que diz respeito a conteúdos transmitidos. Porém, segundo identificou, a tendência maior é que a mídia local se ocupe de assuntos mais gerais (das vias públicas, tragédias, violência urbana, tráfico de drogas, política local, serviços públicos, problemas da cidade, culinária regional, etc.), enquanto os meios comunitários trabalham, principalmente, com pautas de interesse mais específico de segmentos sociais (assuntos dos bairros, do trabalho, dos movimentos sociais, questões de violência, esclarecimentos quanto aos perigos relacionados às drogas e outras problemáticas de segmentos sociais excluídos). O primeiro tipo de mídia, segundo a mesma autora, visa mais à transmissão da informação e o segundo à mobilização social e à educação informal.

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

A atuação das associações e organizações não-governamentais têm destaque privilegiado nesses jornais, bem como o cotidiano das escolas, dos clubes, do policiamento, do movimento do comércio, dos movimentos culturais e da atuação de cidadãos – seja no âmbito do bairro ou de uma pequena cidade –, os quais se destacam por ações sociais, comunitárias, educativas, artísticas, culturais e não pela escala social que representam.

A quase totalidade das notícias publicadas pelos jornais locais não é contemplada pela grande mídia (jornais de grandes empresas de comunicação, emissoras de rádios e televisão, como o jornal Zero Hora, da RBS, de Porto Alegre/RS). Além disso, os produtores desses jornais objetivam contribuir para educação informal dos leitores, dar espaço à prática da cidadania, mobilizar os moradores em torno de causas sociais, como a proteção do meio ambiente e a dignificação do atendimento de pacientes pelo SUS, além de praticarem a profissão de jornalista com independência.

Muitos jornais também atuam de maneira a forçar o executivo a dar soluções para problemas das comunidades, que nunca estão na pauta da grande imprensa, através da exposição pública constante do problema. Isso equivale a dizer que os jornais locais não trabalham apenas com o objetivo de "informar", como a grande maioria da imprensa diária se caracteriza. Essa postura dos jornais é explícita e defendida pelos mesmos como politicamente correta, não havendo a preo-

cupação de serem taxados de "jornalistas parciais, subjetivos, engajados". É isso mesmo que um grupo deles é, pois opta pela defesa dos problemas e carências de determinados segmentos sociais ou de toda uma comunidade.

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

Há, no entanto, exceções. Destacamos o trabalho realizado pelo Diário Gaúcho, em Porto Alegre, da Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS), erradamente confundido por alguns como jornal sensacionalista[7] ou popular[8]. Esse jornal não se enquadra nesses gêneros. Na verdade, trata-se de um tipo de imprensa ainda não categorizada. Erradamente, seu editor, o jornalista Alexandre Bach, em declaração feita à Elisa Kopplin Ferraretto, enquanto mestranda da UFRGS, define o Diário Gaúcho como "jornal comunitário"[9]. Provavelmente, por desconhecer a bibliografia em torno da prática da Comunicação Comunitária, Bach categorizou o DG como comunitário justamente porque ele apresenta características bem diferenciadas das que estamos acostumados a identificar na imprensa local diária.

Vejamos algumas (FERRARETTO, 2006, p. 93)[10]:

a) 97% dos leitores pertencem às classes B, C e D;

b) 48% dos leitores têm renda familiar de até 5 salários-mínimos e 19%, de 5 a 10 salários-mínimos;

c) 62% têm apenas o ensino fundamental;

d) Os leitores se distribuem igualmente entre homens e mulheres, de 10 a 50 anos ou mais;

e) A venda avulsa é comercializada a R$ 60,00;

f) O jornal distribui brindes a leitores;

g) O conteúdo do periódico caracteriza-se por notícias locais, policiais, esportivas e de entretenimento, com ênfase na prestação de serviços;

h) A linguagem é coloquial, com vocabulário popular, com a presença de recursos linguísticos como humor, drama, emoção, figuras de linguagem, analogias e provérbios populares.

Outra característica diferenciada do jornal é a criação do Conselho do Leitor, integrado por onze cidadãos representativos de diferentes segmentos, sendo normalmente, o foco do noticiário do jornal: saúde, educação, habitação, igrejas, aposentados/idosos, consumidores, associações de moradores, cultura, trânsito, jovens e segurança pública. Os membros do Conselho são responsáveis por analisar e discutir o conteúdo do jornal, fazer sugestões, criticar e propor mudanças. Essa situação, no entanto, não caracteriza o jornal como comunitário, especialmente, porque não objetiva a mobilização social, o engajamento em lutas da comunidade, mudanças no *status quo*, espaços para reflexão, além de outras características comunitárias[11].

Podemos identificar que, na prática, algumas das configurações dos jornais comunitários se misturam com as de outros tipos de jornais, especialmente, os de bairro, que por sua vez, podem apresentar pontos em comum com os de caráter comunitário – o que acaba por gerar dificuldades de compreensão e de diferenciação entre os processos de produção do jornal comunitário, do jornal de bairro e muitas vezes do jornal local. No Rio Grande do Sul, a imprensa de bairro surge justamente na "década perdida", como os economistas costumam chamar os anos 80. Nesse período, havia centenas de jornalistas desempregados em Porto Alegre, que assistiam ao fechamento e à falência de diversos periódicos.

Frisamos, neste momento, que é possível identificarmos vários tipos de jornais locais brasileiros, entre centenas deles. Aqui, no entanto, trabalharemos com um conceito que pode abri-

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

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

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

Em nosso estudo, não encontramos em muitos jornais de bairro e do interior nenhum tipo de crítica, denúncia ou cobrança ao poder executivo, comportamento que revela a falta de independência e autonomia desses jornais ou disposição para a investigação. Por sorte, podemos garantir que essa não é a regra para os jornais locais. Ao contrário, acreditamos que a prática jornalística responsável e comprometida com as necessidades sociais representa a maioria deles.

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

Destacamos, ainda, outras características que passaram a ser adotadas pelos jornais locais, mas que pertencem, originalmente, aos comunitários: divulgar assuntos específicos das comunidades, de movimentos coletivos e de segmentos populacionais ou do interesse público, que, normalmente, não encontram espaço na mídia convencional; ter como principal motivação o desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania. Os conteúdos dizem respeito às necessidades, problemáticas, artes, cultura e outros temas de interesse local, como por exemplo: notícias das associações de moradores do bairro, matérias de saúde com enfoque preventivo e matérias educativas; campanhas para educação no trânsito e proteção do meio ambiente; reivindicações de serviços públicos de uso coletivo e outras informações de utilidade pública; contribuir para a conscientização e organização de segmentos subalternos da população, visando superar as desigualdades e instaurar mais justiça social. Ao final, a estratégia principal é interagir com a comunidade local, enfocando temas específicos do lugar.

Observamos a dificuldade de categorizar determinados conteúdos e estratégias de produção dos jornais locais, já que esses e os comunitários podem utilizar estratégias iguais ou muito semelhantes entre si. Também o inverso é verdadeiro. Muitos jornais comunitários, para sobreviverem,

assumem posturas características da mídia comercial convencional, como, por exemplo, a venda de espaço publicitário em substituição de um patrocínio ou doações da comunidade, uma direção centralizadora e o uso do meio visando benefícios pessoais, eleitoreiros, partidários, religiosos, etc.

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

> Assim sendo, não basta falar de coisas do lugar para que um meio de comunicação possa ser considerado comunitário, pelo menos não se quisermos falar deles em conformidade com os princípios teóricos de comunidade. Nessa perspectiva, o que mais importa são as identidades, o vínculo e a inserção como parte de um processo comunitário mais amplo, ou seja, o compromisso com a realidade concreta de cada lugar (PERUZZO, 2002, p. 63).

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

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

> A mídia é apenas um canal para se externar as reivindicações populares. Deve servir apenas de mediação, pois o desenvolvimento da cidadania requer uma mobilização e a articulação das próprias pessoas e de suas organizações representativas. (...) O importante é que o profissional de comunicação não queira atribuir a si, ao seu programa ou ao seu veículo de comunicação o protagonismo que é das comunidades. (...) O fortalecimento da cidadania se realiza em processo correlato ao de negação da passividade e do assistencialismo. É quando a pessoa se torna sujeito do processo histórico e que passa a usufruir as benesses do desenvolvimento, com igualdade e liberdade em relação aos seus semelhantes. (2002, p. 69-70)

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

Entendemos que os jornais locais e comunitários lidam com assuntos que dizem respeito mais diretamente à vida das pessoas no espaço vivido do seu cotidiano. "Sua marca é a proximidade, sintetizada nos sentimentos de pertencimento, de identidades e nos elos do cotidiano" (PERUZZO, 2002).

Notas

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

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

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

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

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

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

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

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

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

[10] Ibidem.

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

Referências Bibliográficas:

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

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

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

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

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

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

CELADEC. *Jornalismo popular*. São Paulo, Paulinas, 1984.

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

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

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

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

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

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

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

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

_____. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis, Vozes, 1985.

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

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

_____. *Comunicação & libertação*. Petrópolis: Vozes, 1981.

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

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

PERUZZO, Cicília. Globalização da mídia e a comunicação

comunitária. *Revista Interface*. Vitória: UFES, março de 1996.

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

_____. *Mídia comunitária. Revista Comunicação e Sociedade*, nº 32. São Bernardo do Campo: UMESP, 1998b.

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

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

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

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

Abstract

This work intends to indicate characteristics of press journalism to contribute with a theoretical research support made with emphasis in local, regional or specific newspapers of community. Some characteristics which have been introduced to the whole media are not appropriated for the study of local media. There are others that belong to this segment, in addition to specificities related to the contents and practices.

Keywords: press journalism, local newspaper, community newspaper, regional newspaper.