



## **O FUMO NA FOLHA DO JORNAL**

### **Leitura de uma possível “vacinação” do espaço público no caso Gazeta do Sul e o complexo agroindustrial fumageiro do Vale do Rio Pardo, RS**

**Marcus Vinícius Minuzzi**

Doutorando em Ciências da Comunicação

Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor (CAPA)

## **INTRODUÇÃO**

A indústria do tabaco é a legítima perseguida. Incorpora, neste início de século, talvez a imagem de um dos segmentos, de nossa contemporânea economia mundializada, mais combatido e açoitado por críticas, a par das riquezas que gera. Porém, assim como em alguns outros (poucos) pontos do mundo, há no sul do Brasil um reduto de resistência a tais ofensivas, que antes vê benefícios no lugar de mazelas em relação ao hábito de fumo, porque tira dele sua própria estruturação socioeconômica. Trata-se de uma formação social bastante singular, e chama-se região fumageira do Vale do Rio Pardo (RS). Aí, alguns ingredientes misturam-se para engendrar relações sociais deveras interessantes. Há a herança de uma cultura teuto-brasileira, fator determinante para a configuração da economia do fumo, que hoje é reconhecida, historiograficamente, como uma das principais contribuições que a imigração alemã deu para a constituição da estrutura econômica do Rio Grande do Sul (Vogt, 1997). E se tal industriiosidade germânica rendeu a sólida riqueza material de uma região, sendo por isso motivo de um certo sentimento de orgulho, ou autoconfiança, vale dizer que hoje o controle sobre tal estrutura encontra-se em mãos de agentes externos – os agentes transnacionais da indústria tabaqueira. Por outras palavras, há um movimento histórico pelo qual a força de uma certa autonomia de construção social passou a combinar-se com elevadas doses de submissão.

Este é o panorama no qual resolveu-se inserir um estudo sobre práticas midiáticas. O curioso é observar que se pode traçar um paralelo entre ambas as situações. De um lado, aquela força autônoma de construção social, que se torna submissa. De outro, cumprindo trajeto em algo correspondente, dos caminhos que conduzem da autonomia à submissão, está



um certo sujeito midiático, aquele que estudamos, e que se insere neste contexto, cumpridor da função de ser espaço público - o jornal Gazeta do Sul.

É sabido, ou, ao menos, pretende-se afirmar, que as práticas midiáticas, especialmente, em nosso caso, no que se refere ao jornalismo de atualidade, são hegemônicas com relação a um papel que cumprem de visibilizar conhecimentos. Aí, uma autonomia histórica e institucionalmente estabelecida. Pois é possível afirmar que a dissertação que se pretende apresentar neste artigo resume-se a uma tentativa de refletir sobre a experiência desta condição num contexto específico, o do complexo fumageiro. Assim como a força social autônoma, que se verga ante a força dos agentes econômicos transnacionais, há um representante local do moderno e autônomo modo de providenciar o funcionamento do espaço público que, de certa forma, encontra-se também sucumbindo perante o mesmo fator, o do poder concentrado pelo oligopólio fumageiro. Ou não será assim que acontece? É o que se pretendeu na dissertação de mestrado<sup>1</sup> que se apresentará nos parágrafos que seguem.

## **O CENÁRIO: O FUMO E O JORNAL**

Nossa perspectiva de estudo toma o referido complexo industrial como uma estrutura de concentração de poder. Aí estão três grandes conglomerados transnacionais que, agrupados oligopsonicamente (ETGES, 1991) estendem seu controle pela produção e comercialização da matéria-prima tabaco. O elevado porte desta atividade produtiva, e a especialização nela, fizeram com que a formação social representada pelo Vale do Rio Pardo se tornasse dela dependente economicamente. Com efeito, nesta região está concentrado o maior parque industrial de processamento de tabaco do planeta, colocando o Brasil como o maior exportador mundial da mercadoria. Trata-se de uma cadeia produtiva composta por mais de 130 mil famílias de pequenos agricultores, que se distribuem por diferentes regiões dos três estados do Sul do Brasil, trabalhando em sistema de integração às empresas. Na safra 2001/2002, tal complexo processou cerca de 600 mil toneladas de tabaco<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> *O fumo na folha do jornal: realidades em construção pela trama do discurso jornalístico – o caso Gazeta do Sul e o complexo agroindustrial fumageiro*. Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul, 2002. Orientação: Prof. Dr. Antonio Fausto Neto.

<sup>2</sup> Gazeta do Sul, 31 de julho de 2002, página 8.



Esta região fumageira possui uma empresa líder no setor da comunicação social: a Gazeta Grupo de Comunicações, cujo principal veículo é o jornal diário Gazeta do Sul. Além deste jornal, a empresa possui mais um jornal semanal, quatro estações de rádio e um provedor de acesso à internet, atingindo pelo conjunto destas mídias um público de 322,5 mil pessoas, ou algo correspondente a mais de dois terços da população total do Vale do Rio Pardo<sup>3</sup>. O jornal Gazeta do Sul nasceu em 1945 e possui hoje a maior tiragem entre os veículos impressos regionais - 18 mil exemplares, sendo 66% com circulação em Santa Cruz do Sul, município que sedia a empresa jornalística e também onde se concentra a maior parte das instalações do complexo fumageiro.

De um modo geral, nosso objetivo de pesquisa foi refletir sobre o papel deste jornal no contexto da economia do fumo. Para tanto, concretizaram-se algumas opções teórico-metodológicas, que passaremos a apresentar brevemente. Uma posição fundamental é a de entender a mídia como ocupando uma posição central, no presente estágio da modernidade, com relação à produção da cultura. Este entendimento está expresso em conceitos como o de *mediatização* (VERÓN, 1997), segundo o qual as práticas sociais hoje mudam por que existe a mídia. Já no contexto de uma teoria dos campos sociais (RODRIGUES, 2000), o que existe é o *campo dos media*, cumprindo a função central de mediar conhecimentos entre os demais campos, que ganharam autonomia num processo que se confunde com o da própria instalação da modernidade. Dentro desta centralidade, compreendemos a mídia ainda como uma instância do espaço público moderno, cumprindo o papel de ser sua “operadora fundamental”, com competência delegada pelos campos sociais para mediar saberes (FAUSTO NETO, 1999).

Neste trabalho de operação fundamental, há um agente específico, entre outros: o jornal. E é ele, na sua especificidade, que se busca entender. O jornal é um dispositivo de produção de sentido (MOUILLAUD, 1997) e um sujeito semiótico (LANDOWSKI, 1992). A abordagem semiótica leva-nos ao enfoque da enunciação jornalística. Com isso, torna-se presente a noção de que a realidade é construída linguisticamente, em um complexo processo onde o sujeito constitui-se a si próprio (BENVENISTE, 1989), porém não o fazendo de modo puramente individual, mas social, na constituição de uma complexa cadeia polifônica

---

<sup>3</sup> Conforme dados da empresa fornecidos ao pesquisador em 2001. Neste mesmo ano, de acordo também com a empresa, o número de funcionários chegava a 187. O faturamento, no ano anterior, havia sido de R\$ 8,7 milhões.



(BAKTHIN, 1990). O que interessa, portanto, é o ato de fala do jornal (sua enunciação). Falando, o jornal constrói o acontecimento, e, ao fazê-lo, o faz consoante rotinas de trabalho (Alsina, 1991), e mediante uma gramática própria (FAUSTO NETO, 1991). Aqui, parece ficar clara, portanto, nossa opção metodológica que, uma vez concretizada, situou nosso estudo no campo das leituras sobre o discurso jornalístico, a partir do campo teórico-metodológico identificado como Análise do Discurso.

A fala do jornal é a parte visível do que se pode entender como um processo negociado e multiagenciado de construção dos acontecimentos públicos (MOLOTCH; LESTER, 1993), ou de construção também do que poderia se chamar de agenda pública (WOLF, 1999). O que ocorre aí é um processo de negociação de falas, envolvendo instituições, jornal e público, com “implicações de poder” (MOLOTCH; LESTER, 1993) para todos os lados.

O problema, então, que formulamos, quedou-se nos seguintes termos: supondo-se haver preliminarmente um certo poder midiático, que diga respeito à autoridade social adquirida historicamente de “manipular” os outros discursos, não seria interessante perguntar como estará se manifestando tal hegemonia do discurso jornalístico no contexto específico do processo de agendamento público do cotidiano do complexo fumageiro. E mais ainda: como compreender a eficácia desta hegemonia orientada por um princípio de democratização (a visibilidade e o debate permitidos pelo espaço público midiático) diante do fato histórico de que há uma prevalência dos interesses da indústria (VOGT, 1997), ou um processo histórico de submissão dos agricultores?

## **A DEFINIÇÃO DA HEGEMONIA E A “VACINAÇÃO” DO ESPAÇO PÚBLICO**

Diante disso, o procedimento de averiguação empírica adotado, conforme recomenda a Análise do Discurso, foi ler uma determinada "superfície textual". Isso correspondeu a um conjunto de textos (notícias) e títulos, distribuídos por cinco edições, tanto na capa como no interior do jornal. O conteúdo destas falas jornalísticas correspondeu ao processo de negociação do preço do fumo para a safra 2000/2001, que teve lugar entre novembro e dezembro de 2000.

A questão do preço do fumo é um aspecto central na constituição do poder exercido pela agroindústria do fumo na sua relação com os agricultores. Isso porque a subremuneração

do trabalho dos fumicultores pelas empresas é uma decisiva forma de submissão daquelas a estas. É por meio desta subremuneração, ou de uma não-remuneração do trabalho extra aplicado pelas famílias fumicultoras à produção, que a agroindústria extrai seus lucros (ETGES, 1991; VOGT, 1997). Deste processo negociador participam uma série de agentes, entre os quais nos é apenas oportuno identificar, pela lado da indústria fumageira, o Sindicato da Indústria do Fumo (SINDIFUMO), e, pelo lado dos trabalhadores rurais, a Associação dos Fumicultores do Brasil (AFUBRA), além da Federação dos Trabalhadores na Agricultura (FETAG) do Rio Grande do Sul.

A leitura que se procedeu colocou-se na busca de movimentos tensionadores, de definição das relações de poder, no interior do trabalho mais geral de agendamento público deste processo de negociação do preço do fumo. Primeiramente, aflorou uma descrição do trabalho de agendamento, das estratégias enunciativas que o compõem, através do qual define-se a hegemonia discursiva do jornal. Com isso, nos foi possível afirmar que se tratou, o agendamento, de um relato informativo e avaliador, balizado por valores tipicamente jornalísticos como a atualização, a atratividade, a antecipação e a dramatização (mais especificamente, neste último item, através do ingrediente da tensão). Um tal relato que incluiu ainda algumas doses de didática e de serviço.

A título de exemplificação, podemos apresentar um pequeno conjunto de enunciados, que estariam a revelar um certo aspecto da atividade antecipadora do jornal, através da qual a Gazeta do Sul se coloca na posição de um perscrutador, indo atrás dos elementos que lhe permitam construir com antecedência o clima em que se dará a reunião de negociação do preço do fumo.

1. “Mesmo *sem revelar números, é certo* que os produtores vão buscar um aumento para o preço do fumo” (21/11, p. 8)
2. “Mesmo *sem revelar os números, Backes adianta* que os índices são menores que os 23% propostos anteriormente.” (20/12, p. 8)
3. “Na reunião de hoje, os representantes dos produtores, que realizaram ontem um encontro preparatório, *devem dizer à indústria* que não querem o aumento diferenciado de preço.” (21/12, p. 3)



Em seu conjunto, os elementos constitutivos das estratégias enunciativas de construção do acontecimento foram colocados na busca da consecução de três objetivos bastante básicos da economia discursiva jornalística: 1) Fazer o relato constante e interminável do presente, tarefa a que está incumbido o sujeito jornalístico, o que, trocando os termos, pode ser entendido como um trabalho de tessitura do tempo social (o tempo relativo ao presente, ao cotidiano do complexo fumageiro); 2) Proporcionar determinada inteligibilidade ao fato relatado - uma inteligibilidade que diz respeito, especialmente, à facilitação da apropriação de conteúdos pelo leitor; 3) Através de elementos de atração, como a tensão e a antecipação, "pescar" o leitor, idealizado como um ente que tem entre suas principais características ser alguém fugidio - talvez uma espécie de peixe escorregadio que habita o oceânico mundo da informação na sociedade moderna.

A situação, portanto, é a de uma adequação discursiva que persegue determinados objetivos, realizando-se por este meio uma certa hegemonia. Posicionando-se precisamente no papel de um mediador, o jornal recolheu dizeres dos atores presentes na cena da discussão do preço do fumo, com o objetivo de relatar o acontecimento. Assim procedendo, de acordo com uma concepção de linguagem verbal humana enquanto elemento de função constitutiva, o jornal construiu o próprio acontecimento, imprimindo nele marcas suas, próprias do seu modo de classificar a realidade.

Além da descrição das características do relato jornalístico, a hegemonia do jornal também melhor se define através de uma descrição do jogo de tensões estabelecido no contato entre agendas – a agenda do jornal, relacionando-se com as diferentes agendas das entidades que participam da negociação sobre o preço do fumo. O que se encontrou aí foram estratégias de atuação. No nível do jornal, uma estratégia que corresponde à administração do próprio funcionamento do espaço público – do seu uso e ocupação pelos atores que se apresentam para nele estar presente. Por partes das entidades que negociam o preço do fumo, estratégias do próprio uso, ou ocupação, deste espaço. De um modo geral, as falas das entidades executaram dois movimentos básicos: 1) o de antecipar, ou prolongar, pelo jornal, o tempo da reunião do preço, lançando no espaço público falas dirigidas aos interlocutores da negociação - a indústria falava às entidades dos fumicultores e vice-versa; 2) o de legitimar-se junto ao "público fumicultor", ou seja, os plantadores de fumo, atores mais imediatamente interessados no desenrolar da negociação e que tem no relato midiático talvez o principal modo de

conhecer o “acontecimento” do processo negociador. Exemplificamos a concretização do primeiro movimento através dos seguintes enunciados:

1. “O aumento escalonado para o preço do fumo, proposto pela indústria, não agrada aos produtores. Foi isto o que os representantes dos fumicultores *deixaram claro ontem*, durante encontro promovido pela Federação dos Trabalhadores na Agricultura Gaúcha (FETAG). (20/12, p. 8)
2. “Dependendo do avanço da negociação, explica o presidente da FETAG, *a entidade não vai firmar o protocolo* da safra 2000/2001. ‘*Não vamos assinar nada sob pressão*’, enfatiza. (20/12, p. 8)
3. “A indústria somente volta a negociar se os números estiverem muito próximos dos percentuais apresentados ontem. *O recado* é do presidente do SINDIFUMO, Cláudio Henn.” (22/11, p. 8)

Do material analisado, uma certa característica deste confronto de estratégias discursivas merece ser destacada. Ela diz respeito ao fato de que, diferente do que poderia ser lógico supor, considerando-se o poder concentrado pela agroindústria do fumo, gerador de uma severa dependência econômica regional, o jornal cumpriu uma estratégia que se pode definir como composta por traços de favorecimento aos agricultores, acarretando, com isso, a deflagração de lances de submissão da indústria. Neste sentido, as marcas encontradas no texto jornalístico permitiram afirmar que o jornal, cumprindo a função de relator do fato, deixou-se contaminar por algo da lógica discursiva das entidades dos fumicultores. Com isso, realizou um agendamento angulado, em alguma medida, pelo olhar das entidades sindicais, inclusive adotando, obviamente que de modo disfarçado, algo da retórica beligerante ou semi-beligerante destas entidades. Neste sentido, algo deste agendamento angulado é perceptível no seguinte enunciado, onde o sujeito enunciativo assume uma perspectiva pertencente à retórica sindical, de denunciar uma certa pobreza argumentativa do opositor patronal, numa estratégia de desqualificá-lo:

1. “Um outro ponto *que não agradou aos produtores* é que a indústria condicionou o índice de 2% como parâmetro para as próximas negociações (os produtores não concordam com o aumento escalonado). *Mais uma vez, o presidente do SINDIFUMO usou o custo de produção como justificativa*. “A tabela oficial terá reajuste de 2% para efeito de futuras



negociações, mas a tabela ao produtor será com os índices propostas na reunião", esclarece. (22/12, p. 8)

Nossa hipótese, contudo, é de que isso acontece em função de uma disposição ideológica que pertence não ao jornal Gazeta do Sul, enquanto estrutura editorial, mas ao operador do discurso jornalístico (o repórter/editor que elaborou o material noticioso em questão).

Outros elementos, com relação às estratégias das entidades negociadoras para ocupação do espaço público são dignos de nota. No caso da indústria, observaram-se movimentos como os de uma tergiversação, na busca de um esvaziamento das tensões havidas entre as partes. Aí, o discurso da indústria apresenta-se como harmonizador: quer fazer crer aos fumicultores que a integração entre trabalho e capital é vantajosa na mesma medida para ambos os lados. No caso das entidades dos fumicultores, cabe notar que não se detectou uniformidade nos procedimentos estratégicos de ocupação do espaço público. A FETAG deixou transparecer uma mais forte vontade de afirmação identitária, como forma, pode-se supor, de se distinguir, perante os fumicultores, da sua parceira de negociação, a AFUBRA, fato que atribuímos à existência do que se considera até mesmo uma rivalidade histórica entre as duas entidades de classe (VOGT, 1997). Já a AFUBRA, conforme foi possível observar, pautou sua estratégia mais pela discricção do que pela auto-afirmação, o que associamos ao papel ambíguo que historicamente esta entidade tem desempenhado na sua relação com a indústria<sup>4</sup>.

Os dados apresentados acima nos conduziram à seguinte afirmação: houve uma hegemonia do jornal, o que nos permitiu confirmar a hipótese de que, também no caso Gazeta/fumo, o discurso jornalístico, a exemplo do que ocorre no amplo contexto das modernas democracias ocidentais, exerce determinadas hegemonias no processo de construção dos acontecimentos públicos. Porém, o que haveria de específico neste desempenho hegemônico, institucionalmente previsto, no específico contexto do complexo agroindustrial fumageiro do Vale do Rio Pardo?

---

<sup>4</sup> A suposição de que a Associação dos Fumicultores do Brasil (AFUBRA) é ambígua na sua tarefa de representar os interesses dos agricultores perante a indústria é determinante inclusive em alguns dos resultados a que se chegou por meio da reflexão proposta pela pesquisa. O embasamento para tal suposição foi retirado especialmente da obra de Vogt (1997), que tratou de historiar a trajetória da entidade, nela identificando acontecimentos que estariam permitindo crer no cumprimento do referido duplo papel: ao mesmo tempo em que representa politicamente os fumicultores em processos decisivos, como a definição do preço, a AFUBRA possui – sustenta Vogt - uma espécie de atrelamento orgânico com a indústria fumageira, que lhe impede ações de defesa mais contundentes de seus representados.

Tentamos responder a esta pergunta lançando mão de uma espécie de imagem-resultado que obtivemos pela pesquisa. Tal imagem corresponde à idéia de que o processo de negociação do preço do fumo compreende uma rotina ritualizada, da qual é impossível desprender, ou descolar, o desempenho da mídia. Desta forma, propõe-se compreender a discussão do preço do fumo como um formato democratizante dentro do qual se disputa a definição da remuneração paga pelo capital agroindustrial aos fumicultores, sendo tal formato duplamente composto por: 1) a própria negociação do preço, orientada pelo princípio do diálogo aplicado à necessidade de solucionar uma relação econômica - a remuneração dos agricultores - que tende ao conflito; 2) a cobertura jornalística que se dá a tal negociação, como forma de lhe conferir visibilidade social.

Esta imagem nos autorizou a pensar que o ritual da discussão do preço do fumo envolve assim, dois processos simultâneos de negociação. O primeiro, que é central, corresponde à própria disputa entre indústria e agricultores pelo nível da remuneração do trabalho - uma negociação, portanto, em torno de um objeto econômico. Em segundo lugar, está a negociação envolvendo o jornal e as entidades de representação da indústria e dos fumicultores em torno do relato midiático que está se elaborando concomitantemente à disputa econômica - o que corresponde, portanto, a um processo de negociação simbólica.

É neste segundo processo que se manifesta uma determinada (e, conforme nos foi dado supor, limitada) vitória do jornal, transparecendo aí uma aplicação previsível do formato democratizador correspondente ao trabalho da imprensa - ou seja, conforma era esperado, dada à uniformidade moderna do modo de funcionamento do espaço público midiático, o jornal exerce sua hegemonia discursiva. Já o que surge de específico neste contexto decorre do relacionamento entre as duas hegemonias - relação esta que se dá por consequência do paralelismo entre os dois processos de negociação, o econômico e o simbólico.

Porque, pode-se perguntar: havendo a hegemonia do sujeito jornalístico na definição do relato que é contributo essencial para a noção de realidade pública acerca da questão do preço do fumo, o que estará ocorrendo para que se mantenha historicamente, de modo tão contundente, a hegemonia da indústria no processo de definição do preço do fumo? Claro, sabe-se que não é o dispositivo midiático de democratização o responsável absoluto pela qualidade das relações no interior do complexo fumageiro. Mas - perguntou-se - no que diz respeito ao papel que lhe é delegado (ou ao potencial de democratização que idealizadamente



possui este papel) como está sendo o desempenho do jornal? O que estará ele fazendo ou deixando de fazer, se for considerada a constância da hegemonia da agroindústria do fumo?

A reflexão elaborada apontou para a idéia de que a existência do processo de visibilização social, a complementar o ritual da discussão do preço, representa a existência de um espaço onde a indústria do fumo é obrigada a fazer-se presente, correndo com isso certos riscos, ou perigos. Por exemplo: no caso da negociação de preço cujo noticiário foi colocado em análise, ela teve sua imagem arranhada por atos de fala do sujeito jornalístico, que havia se deixado contaminar pela lógica do discurso das entidades dos agricultores. Porém, se o espaço público representado pela Gazeta do Sul leva algum perigo à concentração de poder pela indústria fumageira, ele parece configurar-se muito mais como inócuo devido a alguns fatores por nós levantados, que nos arriscamos a chamar de fatores que "vacinam" o espaço público.

Tais fatores possuem o estatuto de suposições explicativas altamente carregadas de provisoriedade: na dissertação, o que fizemos foi especular quanto a possíveis explicações para a questão que se impôs mediante a descrição que elaboramos da hegemonia do jornal e que interroga, entre outras coisas, o papel que vem cumprindo o dispositivo midiático de democratização perante a hegemonia histórica da indústria. Mais especificamente, o que fizemos foi levantar hipóteses que pudessem indicar caminhos a uma resposta desejada, e que esclareceria a seguinte questão: há algo no jornal que estaria atrapalhando, ou abafando, o desempenho de sua função democrática? Com isso, delineamos três fatores que podem estar concorrendo para este "atrapalho" das funções democráticas, que inoculam/vacinam o espaço público. São eles: 1) A própria linguagem simplificadora do discurso jornalístico, que, mais preocupada com demandas como, por exemplo, a obrigatoriedade institucional do trabalho permanente de atualização dos acontecimentos, deixa de tecer relatos que permitam a construção de uma realidade mais complexa - de uma complexidade imprescindível para a formação de uma maior consciência política entre os fumicultores, que assim poderiam trabalhar com maior grau de autonomia na reequilibração da sua relação com a indústria; 2) o quadro institucional especialmente marcado pela presença de uma entidade ambígua de representação dos fumicultores, a AFUBRA, que, junto com a indústria, parece conformar situações que chamamos preliminarmente de "uníssono institucional" e "monopólio da fala" sobre a questão fumageira, decorrendo deste contexto uma quase completa rarefação de



relatos alternativos institucionalmente legítimos com os quais o jornal possa compor relatos mais complexos; 3) o fator estrutural da dependência da economia regional em relação à economia do tabaco, conforme também uma hipótese preliminar, que estaria a provocar uma espécie de temor do jornal em relação à indústria, impedindo-o de construir, assim, como os outros dois fatores de "vacinação" do espaço público, uma realidade mais analítica ou problematizadora sobre a natureza das relações de poder que permeiam o complexo agroindustrial fumageiro<sup>5</sup>.

São estes fatores, como se tentou deixar perceber, muito mais omissões, ou não-ações, do que ações positivas, e que conferem ao espaço público em questão o seu caráter que estamos chamando de "inócuo" - porque não representa perigo democratizador à concentração de poder pela indústria. O que nos leva a afirmar que, no campo da realização da hegemonia ideológica da agroindústria do fumo, no interior de questões vitais como a definição do valor da remuneração do trabalho aplicado na produção agrícola de sua matéria-prima básica, e naquilo que concerne à elaboração simbólica por vias jornalístico-midiáticas, parece ter lugar uma espécie de *realização escura*, que se dá mais pela não-ação do que pela ação, mais pelo não-dito do que pelo dito. São os dizeres que o jornal deixa de lançar pela sua natureza de produto cultural moderno, favorecendo assim uma mais fácil validação das posições da indústria. São os ataques que a AFUBRA deixa de lançar no espaço público, contribuindo desta forma para um clima de não-insatisfação entre os fumicultores. É a retração temerosa do jornal, que prefere não se arriscar em outros ditos por uma questão de sobrevivência sua e dos outros atores dos quais depende e com os quais encontra-se ligado por um fio específico que, unindo-os, os torna personagens de um mesmo drama. É este o fio da dependência do complexo fumageiro, que tão acentuadamente trabalha na tessitura da existência da região do Vale do Rio Pardo.

---

<sup>5</sup> A especulação em torno deste fator de "vacinação" do espaço público tem entre seus fundamentos a elaboração de alguma base empírica de dados. Mais especificamente, obteve-se junto ao jornal números relativos às receitas publicitárias provenientes do setor fumageiro. Através de entrevista com o diretor financeiro da empresa, Jones Alei da Silva, soube-se que, do conjunto do faturamento publicitário no ano de 2001, apenas 2,81% são resultado de anúncios pagos por atores do complexo fumageiro – empresas e AFUBRA. Dentro destes 2,81%, uma significativa parcela – 1,75% - corresponde a anúncios angariados através do projeto editorial de publicação do "Anuário Brasileiro do Fumo". Conforme declaração do diretor de redação do jornal, Romeu Neumann, a interpretação que a empresa dá para estes dados é de que o setor fumageiro pouco contribui na receita publicitária do Grupo Gazeta (receita esta que, em 2001, correspondeu a 66,21% do faturamento do grupo). Contudo – e é isso o que queremos ressaltar – a empresa tem consciência de que se não depende



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre as justificativas para a elaboração do trabalho que acaba de se apresentar esteve a perspectiva de que, estudando-se o caso Gazeta/fumo, estar-se-ia aportando elementos capazes de contribuir na reflexão que se faz sobre as intrincadas relações entre o global e o regional. Neste sentido, acreditamos que o que se obteve mais concretamente foi a indicação de que as práticas midiáticas aí analisadas possuem como que uma dupla pertença a movimentos globalizantes (ou universalizantes). Primeiro, pode-se dizer que a Gazeta do Sul enquadra-se num perfil vulgar de desempenho do papel de operar o espaço público moderno, pelo fato de que concretiza, efetivamente, sua hegemonia enquanto agente midiático. Ou seja, a Gazeta não se diferencia em relação a outros sujeitos jornalísticos, pertencentes a outros contextos sócio-culturais e econômicos, no que diz respeito a esta característica fundamental do jornalismo moderno - a do exercício de uma certa hegemonia discursiva.

Porém, se o que há, aí, é a universalização de um sistema político, a moderna democracia ocidental - que se sustenta, entre outros pilares, sobre a liberdade de imprensa, algo vinculado, portanto, a um movimento de expansão civilizatória - de outro lado se constata o efeito de um outro movimento universalizador. Contudo, diferente do instituto imprensa que encarna um princípio de liberdade, o que há neste segundo movimento é o processo de submissão a agentes econômicos transnacionais, que pode ser encarado enquanto prática também tornada universal, se formos considerar o atual contexto da economia globalizada. É isso que nos autoriza a pensar no caso Gazeta/fumo como uma expressão regionalizada de princípios universalizados que se excluem - a transparência e o diálogo prometidos pelo jornalismo são anulados pelo caráter imperativo que assumiu, em nossa época, a dimensão econômica das relações sociais.

Isso tudo nos faz lembrar de algo dito pelo escritor português José Saramago, num artigo escrito por ocasião da realização do 2º Fórum Social Mundial, em Porto Alegre (RS), entre janeiro e fevereiro de 2002. Diz Saramago:

*Todos sabemos que é assim (que ocorre o predomínio do poder econômico das multinacionais sobre a democracia) e contudo, por uma espécie de automatismo verbal e mental que não nos deixa ver a nudez crua dos factos, continuamos a falar de democracia como se tratasse de algo vivo e actuante, quando dela pouco mais nos resta que um conjunto de formas ritualizadas, os inócuos passes e gestos de uma espécie de missa laica.*

---

diretamente da economia do fumo, depende de modo indireto, a partir do momento em que seus anunciantes mais efetivos fazem parte de uma economia local que é em grande parte impulsionada pela atividade tabaqueira.



## REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1993, 208 p.
- BAKTHIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1990, 196 p.
- BENVENISTE, Émile. *Problemas de lingüística geral I*. 3ª. ed., Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1991, 387 p.
- \_\_\_\_\_. *Problemas de lingüística geral II*. Campinas, SP: Pontes, 1989, 294p.
- CONSELHO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO VALE DO RIO PARDO. *Plano estratégico de desenvolvimento do Vale do Rio Pardo*. COREDE-VRP : EDUNISC, 1998.
- ETGES, Virginia Elisabeta. *Sujeição e resistência: os camponeses gaúchos e a indústria do fumo*. Santa Cruz do Sul : FISC, 1991.
- FAUSTO NETO, Antonio. *Comunicação e mídia impressa – estudo sobre a AIDS*. São Paulo: Hacker Editores, 1999, 196 p.
- \_\_\_\_\_. *Mortes em derrapagem – os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991, 204p.
- GAZETA DO SUL. Santa Cruz do Sul, 31 jul. 2002.
- LANDOWSKI, Eric. *A sociedade refletida: ensaios de sociosemiótica*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992, 213p.
- MOLOTCH, H., LESTER, M. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nélon (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993, 360p.
- MOUILLAUD, Maurice. *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.
- RODRIGUES, Adriano. Experiência, modernidade e campo dos media. In: *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. MONTEIRA DE SANTA, R.N. ( org). Teresina : Ed. Revan/UFPI, 2000.
- SARAMAGO, José. Da Justiça à democracia, passando pelos sinos. *Zero Hora*, Porto Alegre, 9 fev. 2002, caderno Cultura, p. 2-3.



SPIES, Rosalice Silva. O impacto de uma variação na demanda regional final sobre a economia do Vale do Rio Pardo-RS. In *Estudos do CEPE – Centro de Estudos Econômicos*, nº 5 (jan./jun 1997). Santa Cruz do Sul : Edunisc, 1997.

VARGAS, M.A, SANTOS FILHO, N., ALIEVI, R.M.. Análise da dinâmica inovativa em arranjos produtivos no RS: complexo agroindustrial fumageiro. In *Estudos do CEPE – Centro de Estudos Econômicos*, nº 9/10 (jan./dez 1999). Santa Cruz do Sul : Edunisc, 2000.

VERÓN, Eliseo. Esquema para ele análisis de la mediatización. In *Revista diálogos de la comunicación* no. 48, p.9. Lima: Felafacs, 1997.

VOGT, Olgário Paulo. *A produção de fumo em Santa Cruz do Sul, RS: 1849-1993*. Santa Cruz do Sul : EDUNISC, 1997, 283p.