



O Jornalismo Interiorano do Médio Alto Uruguai¹

Gustavo MENEGUSSO²

Cláudia Herte de MORAES³

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

O presente trabalho relata os resultados de uma pesquisa acadêmica, realizada no segundo semestre de 2008, sobre os meios de comunicação pertencentes aos 34 municípios da região do Médio Alto Uruguai do Rio Grande do Sul. O objetivo da pesquisa é caracterizar e documentar a comunicação e o jornalismo no Interior, com dados históricos e atuais sobre os veículos em funcionamento. Ao todo, foram identificados 44 meios de comunicação, entre eles, 31 rádios e 13 jornais. Conclui-se que o jornalismo interiorano é marcado por uma falta de profissionalização nas empresas, ao lado de uma informatização total do processo de captação de informações.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo regional; jornalismo interiorano; comunicação e desenvolvimento regional; Médio Alto Uruguai.

INTRODUÇÃO

A pesquisa *Comunicação e Jornalismo em Frederico Westphalen e região: levantamento histórico e perspectivas* combina descrição histórica e análise crítica dos processos jornalísticos. O estudo, realizado no âmbito da Universidade Federal de Santa Maria, no Centro de Educação Superior Norte/ RS, campus de Frederico Westphalen tem por objetivo fazer um levantamento histórico de todos os meios de comunicação (rádios e jornais) dos 34 municípios que pertencem a região do Médio Alto Uruguai do Rio Grande do Sul. Além de caracterizar e documentar a comunicação e o jornalismo nessas cidades, com dados históricos e atuais sobre os veículos em funcionamento, a pesquisa preocupa-se com a ampliação da literatura sobre o jornalismo interiorano, uma vez que essa se encontra deficitária.

Entende-se como jornalismo interiorano todas as publicações ou programas jornalísticos produzidos fora das capitais e sem ligação com os conglomerados de comunicação.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 6º. semestre do Curso de Jornalismo do CESNORS/UFSM, bolsista do Fundo de Incentivo à Pesquisa (FIPE/UFSM). Email: gmenegusso@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora Cláudia Herte de Moraes, jornalista, mestre em Ciências da Comunicação, professora do curso de Jornalismo da UFSM/Cesnors. E-mail: chmoraes@smail.ufsm.br.



O jornalismo, independente do seu local de produção, na grande, média ou pequena cidade, sofre influência cada vez maior do acesso às tecnologias da informação. É possível imaginar que não exista certamente um interior, naqueles moldes antigos, quando significava um espaço geográfico no qual a informação era rara, atrasada ou simplesmente inexistente. Por isso, deixa-se claro que jornalismo do interior não se refere a uma falta de acesso “ao mundo lá fora”, mas às suas características específicas de organização empresarial e jornalística, bastante diversa da chamada grande imprensa.

A metodologia utilizada no levantamento de dados nos veículos de comunicação foi a de entrevistas fechadas (com questionário) e abertas, nas visitas às sedes dos próprios veículos. Para fazer o levantamento do número de rádios e jornais existentes na região do Médio Alto Uruguai foi realizado pesquisas pela Internet, contatos com a Associação dos Jornais do Interior do RS (Adjori/RS) e a Associação Brasileira das Rádios Comunitárias (Abraço), além de contatos com as prefeituras de cada um dos municípios.

As escolhas metodológicas se deram em função do entendimento do jornalismo como prática profissional e social, fenômeno que abarca inúmeras faces, com seus componentes socioeconômicos, culturais, profissionais, etc. Por isso, merece estudo a partir da compreensão de que para constituir sua história e funcionamento, é necessário que se observem ângulos diferentes de um mesmo fenômeno. Significa que a observação do jornalismo do interior deve ser “localizada”, no sentido de que se deve observar a região na qual os meios se inserem. Por outro lado, compreender este jornalismo praticado no Médio Alto Uruguai, possibilitará compara-lo com as demais práticas jornalísticas inseridas em outros contextos, trazendo contribuições para assertivas a respeito do jornalismo em geral.

O conhecimento a ser sistematizado pela pesquisa partiu do histórico das empresas de comunicação, dos veículos em si, do relato das parcerias e a inserção/importância da cada um na cidade/região, apontando o perfil dos atuais comunicadores, suas rotinas de trabalho, funções jornalísticas, política e postura editorial, questões éticas envolvidas, entre outras.

A seguir, o presente artigo apresenta alguns aspectos da caracterização geral do jornalismo e da região estudada.



O JORNALISMO NO MÉDIO ALTO URUGUAI

Uma variada gama de questões estão envolvidas no estudo sobre o jornalismo do interior. Entre as primeiras, está a sua caracterização. Embora o conceito de “interior” possa ser questionado, em função do acesso das comunidades locais a informações e a bens culturais de forma mais global e facilitada, mantém-se, nesta pesquisa, a idéia de que, pelas configurações atuais, o jornalismo praticado em pequenas cidades se difere do jornalismo de cidades médias e grandes, em diversos aspectos técnicos e em sua configuração empresarial. Wilson Bueno, citado em Costa (2002) define o jornal do interior como:

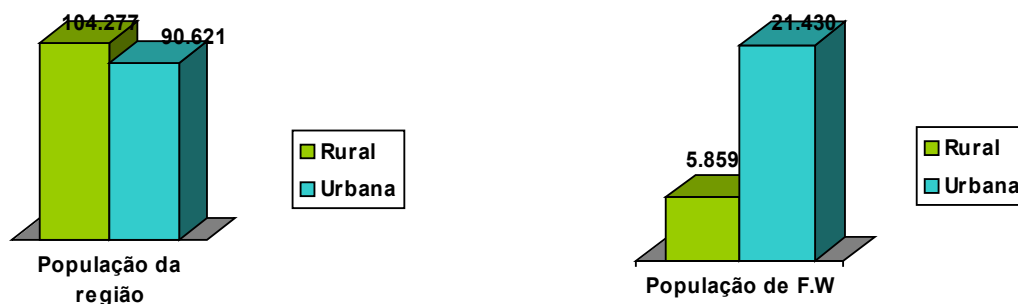
um veículo de comunicação impresso que circula em determinado espaço geográfico (...), localizado no interior de um Estado da Federação e que tem como foco prioritário a cobertura da comunidade (definida tanto pelo critério geográfico, como pelo conceito sociológico de comunidade – pessoas que interagem em função de suas expectativas, necessidades e uma cultura comum (COSTA, 2002, p. 46 apud PEREIRA, 2004, p.2)

Bueno afirma, então, que o jornalismo interiorano é aquele feito para atender a uma determinada comunidade geográfica do interior de um Estado.

Na região do Médio Alto Uruguai encontram-se 34 municípios que, juntos, somam 194.898 habitantes segundo dados da Federação da Economia e Estatística do Rio Grande do Sul (FEE), em levantamento realizado em 2006. Esta população está dividida com cerca de 52% ainda na zona rural e a principal atividade é a agrícola como geradora da economia, representando 58% da renda média dos municípios. Estes dados aqui colocados demonstram o quão diferente é a ocupação de uma região em relação a outras nas quais há cidades que, sozinhas, abrigam mais de 200 mil pessoas. O dado relativo à ocupação também é importante, na medida em que, historicamente, a evolução do jornalismo e dos impressos (desde os seus primórdios) esteve atrelada ao fenômeno da urbanização, associado aos demais de desenvolvimento econômico e sociocultural, especialmente à alfabetização crescente.

Frederico Westphalen é considerada a cidade-pólo do Médio Alto Uruguai. É a que possui o maior número de habitantes na zona urbana, como podemos visualizar no gráfico abaixo:

GRÁFICO 1 – População da região do Médio Alto Uruguai e População do município de Frederico Westphalen.

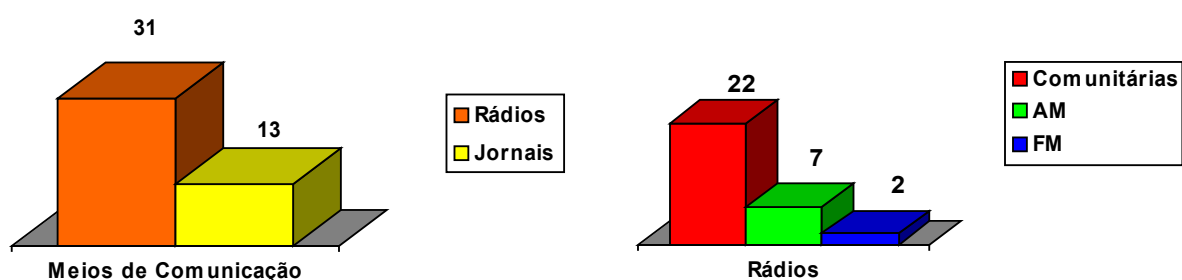


Fonte: Fundação de Economia e Estatística – FEE 2006.

Portanto, o foco da pesquisa é radial (partimos de Frederico Westphalen em direção a outras cidades menores).

Durante a etapa de coleta de dados, ou seja, em agosto de 2008, foram enviados 44 questionários, sendo um para cada meio de comunicação identificado na região do Médio Alto Uruguai. Essa identificação se deu na etapa anterior da pesquisa, quando foi realizados contatos com as prefeituras de cada um dos municípios, além da Associação dos Jornais do Interior do RS (Adjori/RS) e a Associação Brasileira das Rádios Comunitárias (Abraço), e pesquisas na Internet. O gráfico abaixo mostra os meios de comunicação que foram encontrados em funcionamento na região:

GRÁFICO 2 – Meios de Comunicação da Região do Médio Alto Uruguai.



Das 31 rádios existentes, a maioria são comunitárias (22), e as demais são AM (7) e FM (2).

No entanto, dos 44 questionários enviados, apenas 32 foram respondidos. Assim para os resultados dessa pesquisa foram levadas em conta as respostas dessas 32 mídias. Em 2007, 10 desses veículos já haviam recebido visitas dos alunos de Jornalismo do Cesnors onde um levantamento inicial foi realizado por meio de entrevistas.



Ao analisar o quadro de colaboradores dos veículos de comunicação, observa-se o baixo número de jornalistas empregados. A maioria deles trabalha em jornais (são sete), enquanto nas rádios estão apenas 04, sendo que o do Jornal *RS Norte* é o mesmo que trabalha na Rádio *Luz e Alegria*. Nas rádios comunitárias, a comunicação é feita por profissionais de outras áreas que trabalham, na maioria das vezes, como colaboradores. Há apenas 01 jornalista provisionado, ou seja, sem diploma de Jornalismo, que tem o registro devido anos de atividade. O Jornal *O Alto Uruguai*, o maior da região, com tiragem superior a 5 mil exemplares semanais, é o que mais possui profissionais da área, são 3 jornalistas formados. Totalizando, são 10 jornalistas atuando nos 32 veículos pesquisados, conforme mostra a tabela a seguir:

TABELA 01 – Jornalistas que trabalham nos meios de comunicação do Médio Alto Uruguai.

Veículos	Funcionários	Jornalistas
Rádio Comunitária Cristal	08	--
Rádio Comunitária Missões	05	--
Rádio Comunitária de Caiçara	15	--
Rádio Comunitária Nativa FM	06	--
Jornal O Alto Uruguai	27	03
Jornal RS Norte	02	01*
Jornal Frederiquense	04	01
Rádio Luz e Alegria AM e FM	25 (11 locutores)	01* o mesmo
Rádio Comunitária de Frederico W.	21	--
Rádio Comunitária Lírio dos Vales	05	01 (provisionado)
Rádio Comunitária Monte Sinai	04	--
Jornal Folha do Noroeste	02	--
Rádio Marabá AM	09	--
Jornal Folha Nativa	06	01
Rádio Comunitária Integração	07	--
Rádio Comunitária de Liberato Salzano	05	--
Jornal Nova Direção	01	--
Rádio Clube Nonoai AM	14	01
Rádio Comunitária de Novo Tiradentes	04	--
Rádio Chirú AM	07	--
Rádio Comunitária Alegria FM	07	--
Rádio Comunitária Princesa do Vale	07	--
Rádio Universal FM	06	--
Jornal A Notícia	03	01*



Jornal O Fato	03	01* o mesmo
Rádio Ametista AM (Sede)	14	01
Rádio Ametista AM Estúdio 2	01	--
Rádio Ametista AM Estúdio 3	01	--
Rádio Ametista AM Estúdio 4	02	--
Rádio Ametista AM Estúdio 5	01	--
Rádio Sociedade Seberi	13	--
Rádio Comunitária Liberdade FM	09	--
Rádio Comunitária Taquaruçu FM	10	--
Jornal Folha da Produção	27	--
Rádio Comunitária Constantina FM	06	--

A partir do levantamento realizado, é possível afirmar que os meios de comunicação da região funcionam de maneira semelhante entre si, no quesito organização empresarial. A maior parte deles é constituído de pequenas empresas que contratam pouquíssimos profissionais da área da comunicação, justamente pela falta de recursos financeiros.

Na pesquisa realizada, encontra-se o indicativo de que há duas formas de organização. A primeira, formada pelos veículos que são focados em estruturas mínimas, com apenas um jornalista. E, a segunda, com estruturas um pouco maiores, que demonstram a intenção de um caminho para a profissionalização, porém ainda sem a presença maciça do jornalista.

O jornalismo do Médio Alto Uruguai, pelo que foi possível apurar, parece ser semelhante ao retratado por Dornelles (2004), em seu mapeamento do jornalismo interiorano de outras regiões do Rio Grande do Sul. Confirma-se a quase total ausência de jornalistas formados nas redações. Ainda, que as funções são acumuladas por um ou dois profissionais, que elaboram pautas, fazem a captação das notícias, redigem e editam textos, diagramam as páginas, cuidam da distribuição etc. Enfim não há uma divisão de tarefas como em grandes redações.

O fato de apenas um jornalista atuar em todas as editorias pode colaborar para aproximar o jornalista e as demandas de sua comunidade. Melo (2007) aponta esta como a característica mais marcante do jornalismo no interior:

A característica mais marcante do jornalismo no interior talvez seja a da proximidade. No interior, o jornalista conhece as pessoas que descreve. Interage com elas o tempo todo no espaço da cidade, mantendo contatos de maior ou menor proximidade. O importante a ser ressaltado aqui é isso: ao escrever, o jornalista, ao contrário do

profissional da capital, conhece "algo a mais" sobre as pessoas que descreve. E esse "algo a mais" refere-se às nuances da personalidade dessa pessoa; às várias expressões de suas feições; a seus casos de família; aos aspectos polêmicos e banais que constituem essa história singular; à sua rotina na cidade; às roupas que costuma usar; a seus dias de bom e mau humor; à grandeza e mesquinhez de alguns de seus atos. Ou seja, tem uma informação que a compressão do tempo no amplo espaço dos grandes centros inviabiliza: a de conhecer a complexidade que envolve esse ser humano; fonte de suas matérias (MELO, 2007, p.1).

Assim como a proximidade é uma vantagem do jornalismo interiorano, é também uma desvantagem. É nela que se dá a cadeia de pressões sofridas pelos profissionais. Ou seja, na maioria dos veículos do interior, os anunciantes são próximos, entre eles – as prefeituras – através da publicidade legal. Isso afeta, em muitos casos, o conteúdo do jornal, que tende a ser oficialista por conta de um “apoio” da prefeitura. Confundem-se, em alguns momentos, as notícias apuradas pelo jornal e aquelas enviadas pela prefeitura, como material de assessoria de imprensa.

A informatização da imprensa demonstra ser uma realidade no interior. O acesso ao computador e à Internet está modificando o processo de captação e formatação da informação em todas as áreas do jornalismo atual. Assim, a complexidade da prática profissional, atingida nas grandes redações que se informatizaram nos anos 80, conforme Ruth Vianna apontou em importante pesquisa, ampliou o controle da informação e contribuiu para o maior desemprego.

Ao lado da crise do papel em 1970, que fechou jornais principalmente no interior, a informatização foi outro baque nos postos de trabalho dos jornalistas. (VIANNA, 1992, p. 14-18).

O uso de material da Internet é comum em todos os veículos, como forma de acesso a informações de plano nacional e internacional, ou de variedades. Porém, os meios de comunicação procuram adaptar algumas matérias à realidade regional já que há prioridade para o enfoque local em praticamente todas as notícias.

É preciso ponderar que o jornalismo do interior possa estar sobrevivendo justamente a partir do uso das novas tecnologias. Verifica-se hoje, uma década e meia depois do estudo realizado por Vianna, que o computador acelerou e facilitou o trabalho num ambiente carente de outros recursos, pelo menos nos veículos estudados na região do Médio Alto Uruguai.

O uso da Internet foi citado por todos os meios de comunicação estudados pela pesquisa, principalmente no que diz respeito ao item “produção jornalística”. A maioria

citaram usar a Internet para pesquisar e divulgar notícias do Estado, do Brasil e do Mundo, como podemos verificar nas respostas abaixo que descrevem como acontece a produção jornalística em alguns desses veículos:

“Comentários das notícias que saíram nos jornais; informações da Internet; notícias locais realizadas por meio de entrevistas que são inseridas ao longo da programação” (Rádio Comunitária Nativa FM – Erval Seco).

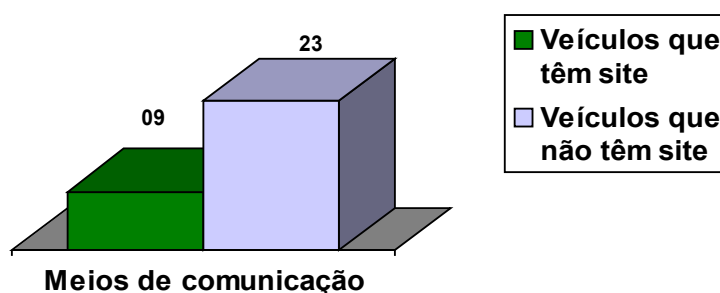
“Em sua maioria, as notícias são locais e regionais, redigidas pelo próprio departamento de jornalismo da emissora, através de informações buscadas ou trazidas pelas próprias fontes; contamos ainda com alguns colaboradores da cidade e região; e também buscadas através da internet. Mantemos vários relacionamentos de fontes de informação com diversos órgãos e departamentos de informações de todo o Brasil” (Rádio Luz e Alegria AM – Frederico Westphalen).

“As pautas são colhidas através de rádios, TV, jornais, e outras fontes de informações onde depois de colhidos os fatos básicos, são repassadas ao jornalista para revisão, e posteriormente a coleta de imagens próprias ou através de parcerias com fotógrafos da região. São recebidas também pautas de agências, de profissionais liberais, colaboradores, e interagindo com órgãos municipais e do Estado” (Jornal O Fato – Rodeio Bonito).

Por sua vez, as notícias locais são produzidas pelos jornalistas ou funcionários que trabalham como repórteres dos jornais e das rádios.

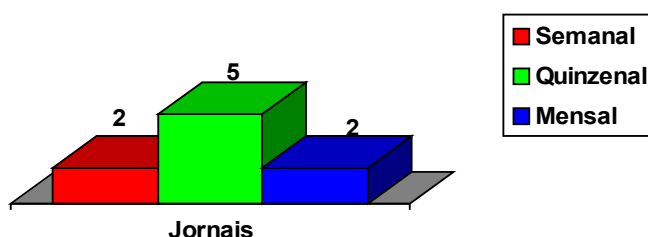
Entretanto, apesar dos 09 jornais e das 23 rádios estudadas, possuem acesso à Internet, a maioria não tem um site disponível para divulgação tanto de notícias quanto da própria história do veículo, como mostra o gráfico a seguir:

GRÁFICO 3 – Meios de comunicação que possuem site.



Em relação aos meios de comunicação impresso, ou seja, os 09 jornais, podemos descrever algumas de suas especificidades, como o período de publicação dos mesmos, que pode ser visualizado logo abaixo:

GRÁFICO 4 – Publicações dos jornais do Médio Alto Uruguai.



Apesar dos jornais concentrarem o maior número de jornalistas, as publicações são na maioria quinzenais. Entre os semanais estão o Jornal *O Alto Uruguai* de Frederico Westphalen, que circula em 22 municípios da região e está no mercado há mais de 40 anos e o Jornal *Folha da Produção* de Constantina, fundado em 2003 e que tem circulação em 18 cidades do Médio Alto Uruguai.

O rádio no interior continua exercendo o seu papel primordial de levar às informações até aos ouvintes mais distantes, onde nem a TV e muito menos a Internet conseguem chegar. Isso se confirma na descrição da programação de todos os veículos estudados. Tantos rádios comunitários, quanto AM e FM divulgam notícias ao longo de seus programas.

“12hs00 às 12hs45min: Jornal da Comunitária. Além disso, de hora em hora é transmitido o Momento da Notícia, produzido pela equipe da emissora” (Programação Jornalística da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen).

“Notícias de hora em hora e Radiojornal 89.3 das 12hs00 às 12hs50min” (Programação Jornalística da Rádio Universal FM de Rodeio Bonito).

“Os nossos programas jornalísticos são essencialmente notícias locais, regionais, nacionais e internacionais que provê exclusivamente de agências de notícias. Entrevistas são agendadas de segunda à sexta das 08hs15min às 09hs00min no Programa Bom dia Notícias, com apresentação de Carlos Crema e Patrícia Zanella; e também ao meio-dia um horário especial, com notícias no Jornal do Meio Dia” (Programação Jornalística da Rádio Ametista AM de Planalto).



Nas rádios comunitárias e FM, as informações são divulgadas em meio a programação musical ou em jornais do meio-dia. Já as rádios AM, cumprem com esse papel durante a maior parte de sua programação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao pesquisar o jornalismo na região norte do Rio Grande do Sul, especialmente do Médio Alto Uruguai, podemos destacar alguns aspectos que podem ser entendidos como importantes ao estudo do jornalismo interiorano.

Em primeiro lugar, podemos considerar o modelo empresarial dos jornais e das rádios estudadas. O que se observou foi, que ainda há, um modelo de gestão pouco profissionalizado, visto que em 32 meios de comunicação atuam apenas 10 jornalistas formados, o que dificulta algumas ações estratégicas e de longo prazo. Os recursos advindos da publicidade são suficientes para cobrir despesas e talvez até mesmo pudesse haver investimentos, porém a falta de um gerenciamento amplo, poucas oportunidades aparecem.

Além das questões ligadas à organização empresarial, é preciso ressaltar as modificações crescentes na forma de “fazer jornalismo”, a partir do surgimento dos media digitais. A história da evolução da imprensa está ligada aos seus processos e dispositivos tecnológicos, como por exemplo, as alterações surgidas no jornalismo quando da transposição das máquinas de escrever para a redação informatizada, nos anos 90. Os jornais e rádios estudados, até mesmo por terem uma pequeníssima estrutura, realizam um grande uso da Internet.

Todos os veículos possuem, no mínimo, um computador com acesso a rede e a utilizam para pesquisar e divulgar notícias de caráter estadual, nacional e internacional. Muitas vezes, o que acontece, é que essas informações não recebem nenhum tratamento jornalístico ou de redação pelo profissional do meio e são divulgadas assim como encontradas. No jornalismo interiorano, essa utilização deveria ser mais cuidadosa, visto que o público leitor ou ouvinte encontra-se mais próximo e se faz mais exigente pela qualidade da informação.

No entanto, no que se refere à produção jornalística local, o tratamento é diferenciado. Os relatos da pesquisa demonstram que a maioria dos jornais e das rádios trabalham esse tipo de informação por meio de entrevistas com as próprias fontes, no local dos acontecimentos ou nos estúdios. É o que Melo (2007) havia destacado



anteriormente, a vantagem da proximidade da prática da atividade jornalística no interior que difere das grandes capitais.

Essa valorização pelo local, pode ser uma tendência, a ser seguida pelos meios de comunicação do interior, já que cada vez mais os media digitais assumem o papel do global. Mesmo, que essa tendência já pode ser percebida, somente quando ela for totalmente efetivada e profissionais qualificados começarem a “invadirem” as redações, é que teremos um jornalismo cada vez mais próximo e de qualidade, ou seja, como afirmam Martins e Silva (2004, p. 9) “se o jornalismo interiorano quiser ganhar a credibilidade dos leitores e o reconhecimento “glocal”, terá que utilizar as mesmas ferramentas dos grandes jornais sem menosprezar os interesses e as especificidades do interior”.

REFERÊNCIAS

CAMPOS, P. C. **O papel do jornal do interior**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd20092000.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2007.

CORREIA, J. C. **Jornalismo regional e cidadania**. Disponível em: http://ubista.ubi.pt/~comum/jcorreia_jornregional.html>. Acesso em: 20 out. 2007.

DORNELLES, B. **Jornalismo comunitário em cidades do interior**. Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 2004.

FLORES, A. R; PRESTES, R. M (Orgs.). **Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável: Território do Médio Alto Uruguai**. Frederico Westphalen: URI, 2006.

Federação das Associações Municipais do Rio Grande do Sul – Famurs. Disponível em: <<http://www.famurs.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2008.

Fundação de Economia e Estatística – FEE. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br>> Acesso em: 24 nov. 2008.

HOHLFELDT, A; BARBOSA, M. (Orgs). **Jornalismo no século XXI: a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, pp. 120-137.

MARINI, W. **Dez tendências do jornalismo regional**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd200198h.htm>>. Acesso em: 07 jul. 2009.

MARTINS, S. L; SILVA, E. D. **A cara do jornalismo do interior**. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/dossie5_b.htm>. Acesso em: 07 jul. 2009.

MELO, I. A. **Imprensa no Interior: um jornalismo de proximidade**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=427DAC005>>. Acesso em: 07 jul. 2009.



RUDIGER, F. **Tendências do Jornalismo**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

PEREIRA, J. A. C. **De São José dos Campos para o Vale**: a consolidação do Jornal Vale Paraibano como Porta-voz da Cultura do Vale do Paraíba. Comunicações OK. Disponível em: <http://www.metodista.br/unesco/GCSB/index.htm>>. Ano 1, nº1, jan/jun, 2004. Acesso em: 20 out. 2007.

VIANA, R. P. A. **Informatização da Imprensa Brasileira**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.