



O Correio do Povo em três tempos: As mudanças editoriais do tradicional jornal gaúcho, a partir do olhar de jornalistas de suas redações¹

Juliano Martins Soares²
Me. Maria Alice Bragança³

Comunicação Social – Jornalismo, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS.

RESUMO

Este artigo descreve de forma resumida os resultados da monografia de conclusão de graduação que pretendeu registrar as mudanças no Jornalismo do tradicional gaúcho **Correio do Povo**, em três diferentes fases. A primeira dessas fases analisadas abrange o período em que o jornal pertenceu à família Caldas Júnior; a segunda, quando a empresa foi comprada pelo empresário Renato Bastos Ribeiro; e a terceira, a aquisição pela Rede Record de Comunicação. As análises têm como base os depoimentos, coletados através de entrevistas em profundidade, de jornalistas que atuaram e ainda atuam nas redações do jornal, durante as três fases.

PALAVRAS-CHAVE:

Jornalismo, História da Imprensa, **Correio do Povo**.

INTRODUÇÃO

Possuidor de uma história jornalística centenária no Rio Grande do Sul, junto dos outros veículos da antiga empresa familiar Caldas Júnior, como a Rádio Guaíba e a TV 2 Guaíba, o **Correio do Povo** foi comprado pela Rede Record de Comunicação, uma empresa jornalística e de entretenimento que tem crescido significativamente no país. Como forma de atingir todo o território nacional, ela comprou a Caldas Júnior, que vivia dificuldades para realizar novos investimentos financeiros e tecnológicos em seus veículos.

Como principal problema de pesquisa, indagamos se o jornal **Correio do Povo** apresentou mudanças significativas em seu jornalismo durante os diferentes períodos em que possuiu proprietários distintos.

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

2. Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo. Universidade Feevale. E-mail: Juliano4411@hotmail.com

3. Orientadora do Trabalho. Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Feevale. E-mail: alice_braganca@hotmail.com



Para responder a esse problema, apresentou-se como hipótese a possibilidade de que, desde a sua fundação em 1895, a Companhia Jornalística Caldas Júnior atravessou momentos históricos diferenciados da vida nacional e do próprio desenvolvimento das empresas de comunicação, fazendo com que, na troca de proprietários, tenham sido feitas mudanças importantes na forma de apuração e difusão de notícias e reportagens no jornal, bem como na linguagem utilizada. O objetivo geral deste estudo centrou-se em questionar se ocorreram mudanças significativas no Jornalismo praticado no **Correio do Povo**, bem como registrá-las.

METODOLOGIA

Para a construção desse trabalho, utiliza-se pesquisa exploratória e entrevista em profundidade. O objetivo da pesquisa exploratória é trazer à luz um problema de pesquisa que tem pouco ou nenhum estudo anterior. Pretende-se, com análise historiográfica e observação participante, determinar padrões acerca de determinado tema. No caso do estudo em questão, quer-se traçar paralelos entre o processo de construção da notícia, o fazer noticioso, praticado no **Correio do Povo**, de antes, e o que é feito agora. Para tal atividade, faz-se necessária a análise, através de estudo bibliográfico, dos conceitos de Jornalismo que são elucidados pelos autores escolhidos. Através de Christa Berger (2002), abordamos os conceitos do Jornalismo, a partir da Comunicação. Junto a ela, estão Mauro Wolf (2006) e Nelson Traquina (2001), que nos trazem teorias a respeito da construção das notícias. Completa o estudo teórico sobre o campo jornalístico em formação Nilson Lage (2003), que analisa o processo de comunicação jornalística aliando teoria e prática. Mas o estudo bibliográfico constitui apenas uma parte do trabalho. Os dados a que se chegou advieram, na maior parte, da observação participante, da participação do pesquisador nas rotinas produtivas no interior do jornal e das entrevistas em profundidade. Assim, começamos a justificar o uso desse tipo de técnica e da observação do fazer jornalístico, advinda da antropologia, como uma observação etnográfica. Além disso, a observação do pesquisador, no nosso caso, na redação, devolve a subjetividade e a humanidade aos narradores dessa história cotidiana, que ajuda os leitores a se situarem no mundo. A observação, aqui apresentada, deve causar estranhamento, visto que não é hábito, por exemplo, fotografar ou questionar jornalistas no ato do seu trabalho.



“Entrevista é uma das mais comuns e poderosas maneiras que utilizamos para tentar compreender nossa condição humana” (DUARTE apud FONTANA e FREY, 2008, p. 62). A entrevista, em âmbito geral, é técnica importante para obtenção de informações, ainda mais quando se trata das ciências sociais. O método escolhido para a construção desse trabalho é a entrevista em profundidade que, diferente da entrevista jornalística – a que busca a fonte como testemunha objetiva do fato ocorrido – torna o entrevistado um colaborador na construção do caminho de resolução do problema de pesquisa. Para Jorge Duarte,

A entrevista em profundidade não permite testar hipóteses, dar tratamento às informações, definir a amplitude ou quantidade de um fenômeno. Não se busca, por exemplo, saber quantas ou quais proporções (sic) das pessoas que identifica determinado atributo na empresa A. Objetiva-se saber *como* ela é percebida pelo conjunto de entrevistados. Seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para *compreensão de uma situação ou estrutura de um problema* (2008 p. 63).

Nota-se que, através da entrevista em profundidade, de forma dinâmica e flexível, pode-se perceber tanto a realidade do entrevistado e sua relação com o problema de pesquisa, quanto descrever o processo sobre o qual se quer investigar, através das respostas deste entrevistado que tem relação com o processo. No caso do **Correio do Povo**, se buscou informações que pudessem dar conta da realidade da redação do jornal, em períodos distintos.

Para tanto, a primeira entrevista em profundidade foi realizada com o atual Diretor de Redação do **Correio**, Telmo Ricardo Borges Flor. A escolha se deu em função da relação da fonte com o jornal, que se desenrola desde o início dos anos 1980. O jornalista Telmo Flor ingressou na Companhia Jornalística Caldas Júnior através da Rádio Guaíba. Foi repórter, redator e apresentador, em certas ocasiões, de programas radiofônicos. Transferiu-se para o **Correio do Povo** quando ocorreu a mudança de administração em 1987, com a compra pelo empresário gaúcho do agronegócio, Renato Bastos Ribeiro. Nesse período acontece uma grande mudança no jornal, com a adoção do formato tablóide e, por conseqüência, da transformação na maneira de ver e redigir os textos das matérias. Essa primeira entrevista em profundidade foi a base para a definição das seguintes. Decidimos conversar com outros jornalistas e procurar retratar possíveis mudanças nas coberturas sob o ponto de vista deles. Sobre as três fases distintas de administração, procuramos três profissionais que pudessem ser capazes de



contribuir de forma significativa com elementos que caracterizassem o Jornalismo de cada época. Recorremos mais uma vez a Duarte, que diz que,

Validade e confiabilidade no uso da técnica de entrevistas em profundidade dizem respeito, particularmente, a três questões: 1. Seleção de informantes capazes de responder à questão de pesquisa; 2. Uso de procedimentos que garantam a obtenção de respostas confiáveis; 3. Descrição dos resultados que articule consistentemente as informações obtidas com o conhecimento teórico disponível (2008 p. 68).

Assim, pode-se completar que “uma pessoa somente deve ser entrevistada se realmente pode contribuir para ajudar a responder à questão de pesquisa” (DUARTE, 2008 p. 68). A escolha das fontes para a entrevista em profundidade dá-se pela capacidade que elas têm de dar informações confiáveis. Após o diretor de redação do **Correio do Povo**, foram ouvidos os jornalistas Jurandir Soares, Roberto Tavares e Marcos Emílio Santuário, escolhidos como fontes de informação sobre as três fases sócio-históricas analisadas nesta monografia. Os jornalistas citados foram escolhidos devido as suas posições estratégicas dentro da redação. Telmo Flor, por ser o diretor de redação e ter passado por fases diferentes de administração. Jurandir Soares, por ter trabalhado no **Correio** e nas outras folhas do grupo. Roberto Tavares por ter escrito a edição número 1, “Renasce o **Correio do Povo**”, em 1986 e estar atuando até hoje no jornal e Marcos Santuário, que pôde contribuir com a experiência de ter trabalhado na redação de Renato Ribeiro e ter percebido as mudanças que ocorreram quando a Rede Record assumiu. As entrevistas foram todas realizadas no ambiente de trabalho dos profissionais, ou seja, no prédio do **Correio do Povo**, acompanhando suas rotinas produtivas e fazendo parte do cotidiano da redação. Com as entrevistas transcritas, partimos para uma análise do conteúdo das falas, para localizar o que havia mudado e, se houvesse mudanças, passar a registrá-las. As considerações sobre as entrevistas, além da pesquisa teórica, também tiveram como parâmetro o conteúdo estudado de algumas capas do jornal, que compuseram uma análise composta.

A pesquisa e investigação aqui relatadas buscaram auxílio na fotografia como instrumento de registro não apenas do espaço físico do **Correio do Povo**, como também das tecnologias utilizadas por sua redação. Com ajuda do arquivo do próprio jornal, que cedeu fotografias das redações das épocas de Breno Caldas (até 1984) e Renato Ribeiro (até 2007), pudemos perceber a evolução tecnológica de que se fala. Refletindo sobre um quase anonimato dos jornalistas, buscamos registrá-los, na redação do ano de 2010,



em diversas ações e setores do jornal, rompendo com uma possível ideia de transparência que busca omitir a subjetividade dos envolvidos no processo de “construção da realidade” através da “construção da notícia”. Com sua influência cada vez mais restrita no campo acadêmico, a “teoria do espelho” parece ainda animar os posicionamentos de alguns jornalistas.

1. O Jornalismo no Correio sob o ponto de vista dos jornalistas

O **Correio do Povo** e as diferentes fases do jornal, delimitadas a partir da mudança de seus proprietários, foram analisados e apresentados com base nas entrevistas realizadas com os profissionais que de alguma forma estiveram – e ainda estão – trabalhando no veículo. A primeira entrevista que serviu como ponto de partida para definição dos caminhos da pesquisa foi realizada com o atual diretor de redação do **Correio do Povo**, Telmo Flor. Essa entrevista contribuiu para a definição dos outros entrevistados e com a construção do roteiro de questões a serem feitas a eles. Assim, trechos do depoimento do jornalista Telmo Flor (2010)¹ compuseram também os depoimentos dos demais jornalistas, correspondentes às diferentes fases.

A primeira fase analisada abordou a época em que o herdeiro do fundador do **Correio**, Breno Caldas, esteve à frente do jornal até o seu fechamento em 1984. Sobre esse período, conversamos com o jornalista Jurandir Soares, que, na década de 1970, era redator da editoria de “Internacional”. Após 1984, o **Correio** deixa de circular por dois anos. Em 1986, quando é comprado por Renato Bastos Ribeiro, empresário gaúcho do ramo da soja, reabre e assume o formato tablóide. Definimos essa época como segundo período administrativo, sobre o qual conversamos com o jornalista Roberto Silveira Tavares, que ingressou na Companhia Jornalística Caldas Júnior em 1975, na Rádio Guaíba. Sua transferência para o **Correio do Povo** deu-se em 1977. Tavares acompanhou, portanto, todas as mudanças por que passou o jornal, já que o jornalista ainda trabalha na redação atual do **Correio**.

Em 1987, o **Correio** passou por uma reformulação significativa. A adoção de um manual de redação, propondo normas para uma renovação da linguagem, e a transformação para o formato tablóide são exemplos disso. O terceiro olhar sobre o **Correio do Povo** foi fornecido pelo jornalista Marcos Emílio Santuário, atual subeditor

¹ Telmo Ricardo Borges Flor. Entrevista ao autor. Porto Alegre, 22 de março de 2010.



do caderno “Arte e Agenda”. Com essa entrevista, pretendeu-se situar o Jornalismo praticado pelo jornal sob o signo da Rede Record – pertencente ao Bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus – terceira proprietária da Empresa Jornalística Caldas Júnior. A empresa foi adquirida de Renato Bastos Ribeiro em março de 2007.

O período Breno Caldas, retratado na fala do jornalista Jurandir Soares (2010)², é marcado pela existência de uma redação conservadora. Era um jornal lido por uma elite aristocrática gaúcha e, dessa forma, a redação era o reflexo dos leitores, ou vice-versa. Dentro dessa redação, nasce a figura do “copydesk”, responsável por cortar e editar os textos dos jornalistas acostumados a escrever grandes quantidades de texto para preencher o antigo tamanho standard.

Além de conservadora, uma redação acomodada. Junto da fala de Soares (2010), durante a pesquisa bibliográfica, recorremos aos textos de Francisco Rüdiger (2003) e Jacques Wainberg (2002), para elucidar um pouco da história do centenário jornal, objeto da pesquisa. História essa que se confunde com a história do Estado e com a própria história do desenvolvimento da imprensa gaúcha. Os autores nos ajudaram a conhecer o que havia sido estudado até então, sobre o **Correio**, e corroborar o que disseram os entrevistados. No caso de Jurandir Soares (2010), notamos a existência do comodismo em função da espera do envio das informações das agências de notícias, que começavam a florescer durante a gestão Breno Caldas no **Correio do Povo**.

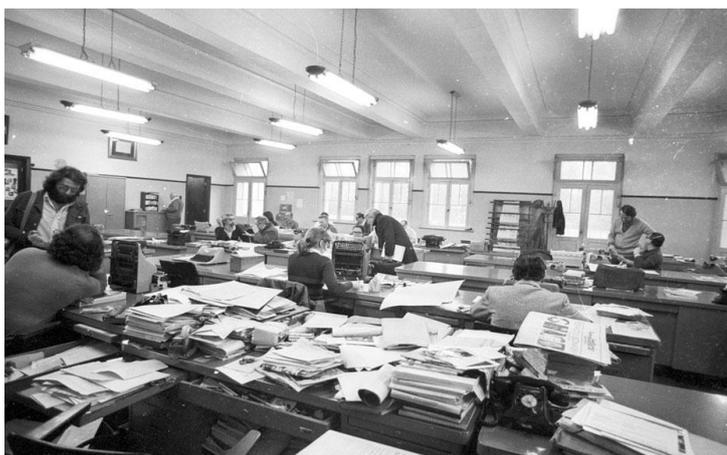


Figura 1. Redação do **Correio do Povo** em agosto de 1974
Fonte: Maaurecy Santos / Acervo do **Correio do Povo**

² Jurandir Soares. Entrevista ao autor. Porto Alegre, 07 de maio de 2010

Após a transformação ocorrida no **Correio** entre 1986 e 1987, época em que o jornal foi comprado pelo empresário gaúcho Renato Bastos Ribeiro, o jornalista Roberto Tavares foi responsável pela edição número 1, após a volta, em 1986. “**Renasce o Correio do Povo**” foi a primeira manchete, depois de quase dois anos em que o jornal ficou sem circular. A marca da gestão de Renato Ribeiro, segundo Tavares (2010)³, foi o investimento em inovação e modernização tecnológica, como também afirmou Telmo Flor (2010).

Se no **Correio** standard de Breno Caldas, escrevia-se “a metro”, conforme citou Roberto Tavares, no novo jornal, recém-nascido e já transformado em tablóide, a ordem do dia era “economize palavras”. Outra marca desse novo tempo que o jornal começava a viver era a adequação a uma nova realidade textual, mais enxuta e objetiva. O texto de gabinete cedia lugar à pirâmide invertida e, com isso, uma revolução se mostrou aos profissionais que tiveram de se adaptar. Vem daí a necessidade de profissionais especializados em editar os textos, que ainda eram escritos como se fossem diagramados em formato grande. Flor (2010) e Tavares (2010) marcam esse período como característico da migração dos profissionais da Rádio Guaíba para o jornal impresso, sobremaneira para assumirem os papéis de redatores.



Figura 2. Redação informatizada em 1998.
Fonte: Ricardo Giusti / Acervo do **Correio do Povo**.

³ Roberto Silveira Tavares. Entrevista ao autor. Porto Alegre, 05 de maio de 2010.



Sobretudo, a maneira como se fez jornalismo na era Renato Bastos Ribeiro estava vinculada ao novo pensamento empresarial. Passava pela necessidade de conter gastos, se procurar lucros e fazer com que o **Correio** renascido das cinzas fosse lido por um público que havia passado por muitas transformações. Ao importar o modelo americano de jornal tablóide com matérias extremamente curtas do US Today, com objetivos mercadológicos, Renato Ribeiro, apoiado pelos editores e diretores da época, provocou uma transformação profunda na maneira de fazer jornalismo. Era preciso, além de manter o negócio funcionando de forma estável, respeitar e procurar atender as expectativas de um novo público, que já não se concentrava tanto na elite rural, buscada na era Breno Caldas. Segundo Tavares (2010), o Jornalismo praticado na redação de Renato Ribeiro era outro em função, também, da mudança comportamental do leitor e do paradigma do repórter da época, frente ao trabalho. E isso também foi levado em consideração para se criar o novo **Correio**.

Na fala do jornalista Roberto Tavares (2010), foram tempos de uma completa revolução na maneira como se via o jornal impresso **Correio do Povo**. Repórteres passaram a existir de uma forma diferenciada dentro da redação. A tecnologia passou a ditar a forma como o jornal era produzido. A necessidade econômica passou a influenciar na maneira como se publicava notícias. O texto de gabinete, extremamente longo, deu lugar a um texto objetivo, duro, que estava fazendo parte de uma nova maneira de construir o jornal, que passara a ser feito de forma engessada, sem possibilidades de mudança ou flexibilização de espaço. Os textos eram previstos daquela forma e não poderiam mudar, como ressaltou Tavares (2010). O jornalista era desafiado a escrever pouco, a colocar todo o ocorrido em poucas linhas, que não ultrapassassem duas ou três colunas.

O objetivo da entrevista com o jornalista Marcos Santuário foi situar o Jornalismo praticado durante a fase de administração da Rede Record, que teve início em março de 2007, tentando localizar possíveis mudanças com relação às práticas anteriores. O depoimento de Marcos Santuário (2010)⁴ ajudou a situar as possíveis transformações editoriais por que têm passado o **Correio do Povo**, desde a era Renato Ribeiro, pois, na sua fala, ficam evidenciadas comparações entre a primeira e a era Record.

⁴ Marcos Emílio Santuário. Entrevista ao autor. Porto Alegre, 07 de maio de 2010.



Para Santuário (2010), as fontes do **Correio do Povo** continuam as mesmas. Com base na indagação principal da pesquisa, poder-se-ia pensar que, do ponto de vista jornalístico, as fontes do **Correio** pudessem ter se alterado. Segundo Santuário (2010), às fontes comumente consultadas quando da administração Renato Ribeiro, somaram-se outras, sob o olhar da Rede Record, que facilitam o trabalho em âmbito nacional.

Segundo Santuário (2010), o trabalho de Jornalismo sob o olhar da Record ganha viés nacional. Com o aporte de uma rede, o **Correio do Povo** não se limita mais apenas à cobertura local, que continua sendo seu mote de existência, mas consegue dar lugar, também, às informações nacionais que se relacionam com o Rio Grande do Sul. Rádios, TVs e jornais do grupo trabalham de forma complementar.

Uma das marcas da administração Record, segundo os jornalistas Tavares (2010) e Santuário (2010), foi ter retirado o formato engessado imposto na era Renato Ribeiro, para as matérias. Há mais liberdade com relação ao tamanho das matérias e as aberturas de fotos. Porém, o texto ainda continua sucinto e objetivo.

A tecnologia sempre foi uma das principais marcas no **Correio do Povo**. Na sua fundação, Caldas Júnior, no início do século XX, foi pioneiro em investir na produção de jornais empresarialmente, comprando maquinário específico para a prática. Passados os anos e chegada a crise de 1984, Renato Ribeiro, ao comprar os veículos da Caldas, em 1986, faz novos investimentos pesados em evolução tecnológica. Primeiro, a informatização da redação, como lembrou Tavares (2010), no início dos anos 1990.

Até 2007, o jornal vinha bem. Mas foi a tecnologia, ou a necessidade dela, segundo Telmo Flor (2010), o principal motivo que levou o jornal a ser vendido para o Grupo Record. Na administração Record, que começou em 2007, foi a tecnologia a que os veículos da Companhia Jornalística Caldas Júnior foram submetidos que também acabou levando às mudanças citadas pelos jornalistas entrevistados, entre as quais a maneira de abordar notícias e publicá-las.



Fig. 3 Jornalistas na redação em 2010.
Fonte: Juliano Martins

Apesar de toda a modificação tecnológica levantada pelos jornalistas entrevistados e que está presente organicamente na história do **Correio do Povo**, desde a sua fundação, e que, de certa forma, auxiliou nas transformações editoriais pelas quais o **Correio** tem passado, no discurso de Marcos Santuário (2010), o jornal continua com o mesmo objetivo comunicacional de sempre. Continua servindo o leitor e buscando a verdade.

Mas para Santuário, a essência da profissão de jornalista, vivida dentro do **Correio do Povo**, resume-se na busca pela verdade e no dever de informar. Mesmo tendo, no processo de comunicação jornalístico, diversos interesses e ações em tensionamento, oras sobrepostas, oras andando lado a lado e, na maioria das vezes, os jornalistas ausentes conscientemente desse processo, o jornalismo “é uma soma pra encontrar um equilíbrio entre vender o jornal e não vender as notícias. Esse é o equilíbrio que todo o jornalista busca” (SANTUÁRIO, 2010).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das entrevistas e dos pressupostos teóricos, observou-se que a concepção de reportagem noticiosa descrita pelos jornalistas que fizeram um relato sobre a época em que Breno Caldas era o diretor da redação, diferencia-se da encontrada em autores como Nilson Lage (2003). A relevância dada aos temas tratados pelos textos é relacionada



muito mais ao espaço ocupado pelas matérias – escrever “a metro” –, do que, realmente, uma reportagem cuja definição seria contar uma história utilizando elementos textuais diversos, explicando todos os pontos dessa história, de forma que a narrativa seduza o leitor. O texto descrito como “reportagem elaborada” no período Breno Caldas era uma colagem de diversos fatos, fornecidos pelas fontes oficiais, na maioria das vezes, como explicou o jornalista Jurandir Soares (2010).

A era Ribeiro inaugura a figura do redator de matérias, antigo copidesque, que existia na era Breno Caldas. O redator é uma figura importante na mudança de 1987, e foi uma criação própria do **Correio do Povo**, pois trouxe os profissionais da Rádio Guaíba para editarem os textos dos jornalistas do impresso, que ainda escreviam como se estivessem produzindo para o antigo standard.

Na redação de Renato Ribeiro, começa a aparecer com muito mais força a figura do repórter, ainda que fosse o profissional que escrevesse textos curtos, longe da reportagem defendida por Lage (2003). Em Breno Caldas, os jornalistas eram receptores de textos de agências e sucursais. Em Renato Ribeiro, são repórteres com nova visão de jornalismo. Os que sobreviveram de uma era para a outra, tiveram de se adaptar, ou não teriam lugar na redação. A tecnologia foi uma das determinantes para essa situação.

O **Correio** está buscando todos os públicos, como forma de sobrevivência mercadológica e busca de liderança no mercado gaúcho de jornais, já que antes, e pudemos perceber nas falas dos entrevistados, o público predominante era o de faixa etária mais elevada. Aliando tecnologia, adoção de linguagem, ele fala agora, também, para públicos mais jovens e de outras classes sociais. Conforme Roberto Tavares (2010) que salienta que o jornalismo não cria hábitos, apenas aproveita as tendências da época sócio-histórica, pode-se perceber que a Rede Record também viu a ascensão de uma classe leitora, baseada em dois pontos: na velocidade acelerada das comunicações do século XXI e no consumo. A parte gráfica do jornal e a sua linguagem têm caminhado, conforme admite Telmo Flor (2010), para atender essas demandas, rumo a uma adaptação de linguagem a um nível de entendimento generalizado. Porém, não é possível dizer que o **Correio** caminha para a popularização, segundo Flor (2010). O jornal ainda apresenta notícias internacionais, de política e de economia nas suas capas, o que o credencia ainda como quality paper.



O **Correio do Povo** caminha na direção da evolução do Jornalismo e das transformações operadas pela sociedade e suas relações. Adapta linguagens, tenta atingir públicos diferenciados, percebe as alterações mercadológicas e trata de se integrar a elas. Alia tecnologia a todo esse processo. Aos poucos, se integra a uma rede de comunicação e começa a refletir nas suas páginas, conteúdos e formas que trazem os resquícios dessa complementação. As adoções gráficas e de linguagem por que tem passado o **Correio do Povo** refletem a própria mudança de paradigma social. A sociedade não está se popularizando, mas as classes mais populares estão chegando ao patamar de sociabilidade, já que passam a consumir de forma mais sistemática, incluindo os produtos noticiosos, como os jornais. Na esteira das transformações no campo jornalístico e nas relações sociais, este estudo se propôs a registrar, sob o ponto de vista do Jornalismo e dos jornalistas, agentes construtores do processo de apuração, as modificações no processo jornalístico do centenário **Correio**. Ainda é muito cedo para determinar quais as mudanças, categoricamente, o **Correio do Povo** tem promovido, ainda que as principais, grosso modo, tenham sido percebidas e listadas. Este estudo registra, num tempo de consolidação do Jornalismo, o movimento feito pelo jornal, e se coloca como primeira iniciativa de análise da possível popularização, se esse fenômeno pode ser tomado por este nome, do periódico. Os próximos estudos terão mais tempo e outros subsídios teóricos, práticos e sócio-históricos para encontrar respostas mais definitivas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, Christa. Jornalismo na comunicação. In **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. WEBER, Maria Helena, BENTZ, Ione e HOLFELDT, Antonio (orgs.). Porto Alegre: Sulina, 2002. 296 p.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. In **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (orgs.). 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008. 380 p.

RÜDIGER, Francisco. **Tendências do Jornalismo**. 3ª ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003. 144 p.



WAINBERG, Jacques A. A morte de jornais centenários e o caso do Rio Grande do Sul. In **O Jornal: da forma ao sentido**. MOUILLAUD, Maurice e DAYRELL, Sérgio (orgs.) 2^a ed. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2002. 588 p

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 9^a ed. Lisboa, Portugal: Presença. 2006.
274 p