

O jornalista do século XXI no interior de Mato Grosso do Sul - aos olhos de Balzac

Por Sidnei Ferreira¹

RESUMO –Este artigo tem por objetivo fazer uma análise comparativa entre as categorias de jornalistas, formuladas por Balzac, em meados do século XIX, em relação aos jornalistas do século XXI atuantes nos municípios de Água Clara e Três Lagoas, interior de Mato Grosso do Sul. Quem é este jornalista? Qual seu perfil? Sua ideologia e princípios? Essas são algumas perguntas que serão respondidas com base em pesquisa bibliográfica para identificar as categorias jornalísticas formuladas por Balzac, e pesquisa de campo, que compreende entrevistas com os jornalistas Luiz Correia da Silveira Filho e Ângela Maria de Jesus Gonzaga, proprietários dos jornais *Correio Regional* (Água Clara), e *Correio de Três Lagoas* (Três Lagoas), respectivamente. Foram analisados também três exemplares de edições distintas de seus respectivos periódicos, através de análise de conteúdo para identificar o perfil editorial desses veículos. Do *Correio de Três Lagoas* foram analisadas as edições de n. 371 (24 de agosto), 372 (8 de setembro) e 373 (22 de setembro). Do *Correio Regional* foram analisadas as edições 103 (01 a 15 de janeiro), 104 (15 a 31 de janeiro), e 105 (01 a 15 de fevereiro).

Palavras-chave – Jornalista do interior no MS, Correio de Três Lagoas, Correio Regional, Jornalismo.

1- Sidnei Carlos Santos Bonfim Ferreira é jornalista formado pela UniToleto/Araçatuba, professor universitário das Faculdades Integradas AEMS/Três Lagoas-MS e mestrando em Comunicação pela UFMS (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul)

INTRODUÇÃO

Este artigo nasceu de uma curiosidade pessoal sobre o perfil do jornalista do interior do Mato Grosso do Sul, após leitura do livro *Os jornalistas*, de Honoré de Balzac. A curiosidade surgiu em razão das definições formuladas pelo autor em relação aos jornalistas franceses de meados do século XIX. O objetivo aqui é verificar se há pontos de semelhança entre jornalistas-empresários atuantes nos municípios de Água Clara e Três Lagoas e os tipos de jornalistas descritos por Balzac.

No livro, Balzac classifica os jornalistas em dois grandes gêneros: o publicista e o crítico. O **publicista** é desmembrado em oito subgêneros – o jornalista, o homem de estado, o panfletário, o nadólogo, o publicista de carteira, o escritor monobíblia, o tradutor e o autor com convicções – e o **crítico** em cinco – o crítico da nobreza antiga, o jovem crítico louro, o grande crítico, o folhetinista e os pequenos jornalistas. A partir de cada subgênero, Balzac formula ainda uma série variedades.

Para análise neste artigo, foram adotadas as variedades – Diretor-redator-em-chefe-proprietário-gerente – do subgênero jornalista (gênero publicista), pois são as que mais se aproximam do perfil dos jornalistas Ângela Maria de Jesus Gonzaga e Luiz Correa da Silveira Filho, objetos deste estudo comparativo.

Em Mato Grosso do Sul, o Portal de Mídia (www.portaldemidia.ufms.br) mapeou e cadastrou 126 jornais impressos. Esses jornais, localizados em 44 municípios, apresentam o seguinte perfil: 49 (38,8%) são semanais, 36 (28,6%) são quinzenais e 11 (8,7%) são diários.

Devido seu crescimento industrial e conseqüentemente populacional, Três Lagoas também viu aumentar o número de veículos de comunicação nos últimos anos. Atualmente, são cinco jornais impressos: dois diários, um semanário e dois quinzenais; sete emissoras de rádio: cinco FM e duas AM; cinco sites de notícias; e uma emissora de Televisão.

Em Água Clara, há somente um jornal impresso quinzenal, uma emissora de rádio comunitária e dois sites de notícias. Um dos sites é de propriedade da mesma dona do jornal.

Antes de conhecer o perfil dos jornalistas é preciso situá-los em seus ambientes profissionais, nas cidades onde vivem e seus contextos históricos. Luiz Correia da Silveira Filho é proprietário do jornal *Correio de Três Lagoas* (Três Lagoas) e Ângela Maria de Jesus Gonzaga, do *Correio Regional* (Água Clara).

Como sobrevivem esses empresários-jornalistas? Como conseguem manter uma linha editorial independente em cidades de pequeno porte, tendo como maior patrocinador o poder

público? Qual a ideologia desses jornalistas? Essas são algumas das perguntas que a pesquisa busca responder.

Por meio de pesquisa bibliográfica baseada na obra de Honoré de Balzac, pesquisa de campo, análise de conteúdo e entrevista com os jornalistas citados foi possível identificar semelhanças e/ou diferenças entre os dois profissionais e o jornalista descrito por Balzac.

Para identificar o conteúdo dos jornais, foram analisadas as edições n° 371 (24 de agosto), n° 372 (8 de setembro) e n° 373 (22 de setembro) do *Correio de Três Lagoas*; e as edições n° 103 (01 a 15 de janeiro), n° 104 (15 a 31 de janeiro) e n° 105 (01 a 15 de fevereiro) do *Correio Regional*.

Aos proprietários foi aplicado um questionário com dez perguntas, cujas respostas poderão confrontar ou ratificar os conceitos de Balzac.

A relevância desse estudo está em buscar entender até que ponto houve evolução profissional do jornalista num espaço de tempo de pelo menos 200 anos e de que forma foi essa evolução.

2. OS JORNALISTAS AOS OLHOS DE BALZAC

Os jornalistas, verdadeiros reizinhos adulados, fazem tremer os governos, fazem e desfazem as reputações, suscitam invejas e rancores. E, mais frequentemente do que se imagina, também transformam sua influência em vantagens materiais de forma mais abjeta. (BALZAC, 1999, p. 8)

Em *Os jornalistas*, Balzac define um perfil crítico dos jornalistas de sua época. Essa crítica pode ser atribuída a muitos profissionais da área nos dias atuais. O autor traça classifica os jornalistas em dois gêneros: o publicista e o crítico.

PUBLICISTA – Conforme Balzac, o termo publicista foi utilizado em outras épocas referindo-se a grandes escritores, mas depois passou a ser aplicado a todos os escrevinhadores que fazem política. “O publicista é um homem ocupado com os compassos flutuantes da atualidade. Se alguma espinha aparece na superfície do corpo político, o Publicista a coça, a desdobra, a faz sangrar e tira dela um livro que quase sempre, é uma mistificação” (BALZAC, 1999, p. 21).

O Publicista é desmembrado em oito subgêneros: O Homem de Estado, O Panfletário, O Nadólogo, O Publicista de Carteira, O Escritor Monobíblia, O Tradutor, O Autor com Convicções e O Jornalista. Este último será nossa base de análise.

CRÍTICO – É um autor impotente. Os críticos de todo tipo, segundo Balzac, se fazem passar por bom filho. Eles fazem o mal não por especulação, mas porque o público gosta que lhes sirva todas as manhãs três ou quatro autores cobertos de críticas. Se um crítico faz um elogio a você em um jornal de Paris, pode muito bem assassiná-lo em um outro jornal de Londres.

O Crítico tem cinco gêneros: O Crítico da Nobreza Antiga, O Jovem Crítico Louro, O Grande Crítico, O Folhetinista e Os Pequenos Jornalistas.

2.1 O jornalista - Dentro do subgênero Jornalista, Balzac traz cinco variedades: o Tenor; o Fabricante de Artigos de Fundo, o Mestre-Jaques, os Camarilhistas e o Diretor-redator-em-chefe-proprietário-gerente.

2.1.2 Tenor - Dividido em dois moldes: oposição ou ministerial. Faça o que fizer o governo, o redator da Oposição deve encontrar nele o que censurar, culpar, criticar, aconselhar. Faça o que fizer o governo, espera-se do redator ministerial que ele defenda. O tenor Ministerial se vende como um bom moço. Geralmente espirituoso, divertido e alegre. Mas não tem opinião própria, vive da conveniência. Muito diferente do tenor Oposicionista que prefere atear fogo ao invés de confetes.

2.1.3 Fabricante de Artigos de Fundo - Raramente vai ao jornal. Envia artigos para serem publicados, na maioria das vezes artigos que comungam da mesma linha editorial do veículo. Se o redator de jornal ministerial normalmente é uma pessoa com chances de ser secretário ministerial, ou algum outro cargo. Já os redatores de oposição têm como asilo as academias de ciências e política ou espaço dentro dos partidos políticos onde atuam.

2.1.4 Mestre-Jaques - É uma espécie de quase censor do jornal. Analisa os artigos e reclamaos enviados ao jornal. Redige as notícias breves e acompanha o fechamento do jornal.

2.1.5 Camarilhistas - São aqueles redatores escalados para cobrir sessões no Legislativo. Os deputados amigos do dono do jornal terão seus discursos valorizados, já os de oposição serão sempre analisados em tons mais críticos.

2.1.6 Diretor-redator-em-chefe-proprietário-gerente - Dentro dessa categoria, Balzac classifica esses personagens em três tipos de proprietários-diretores-redatores-em-chefe de jornal: o ambicioso, o homem de negócios e o puro sangue.

Ele define que o ambicioso utiliza o veículo para fins partidários, promoção pessoal de políticos e de outras pessoas ligadas ao poder. Jornal que normalmente serve para reproduzir os feitos da administração municipal, com pouca autocrítica, mas com forte poder de formação de opinião.

Já o segundo tipo descrito por Balzac é o homem de negócios. Numa sociedade cada vez mais capitalista, é normal a expansão desse tipo de jornalista. As matérias pagas ganham prioridade nas linhas editoriais independente do valor-notícia. Para os jornalistas de negócio, o mais importante é a saúde financeira da empresa. Apesar de que nem sempre se caracteriza o jornalista homem de negócio pelo dinheiro que recebe, mas também pelos favores. Convites gratuitos para shows, eventos ou uma conquista em órgãos do governo sem necessidade das burocracias que pessoas comuns estão sujeitas, também são formas camufladas do tipo homem de negócios. “Vê em um jornal uma aplicação de capitais cujos juros lhe são pagos em influência, em prazeres e algumas vezes em dinheiro”.

Por fim, o tipo puro-sangue é o mais raro. Balzac considera este jornalista como aquele que nasceu com a vocação de fazer aquilo que gosta e vai morrer fazendo isso. Este seria o jornalista de forte ideologia, independente das forças contrárias, sempre lutaria para e pela liberdade de imprensa, sempre se pautaria pelo princípio de ouvir os dois lados. Enquanto o ambicioso e o homem de negócios fazem da folha um meio, para o puro-sangue sua folha é sua fortuna, sua casa, seu prazer. “O puro-sangue vive e morre jornalista”.

A categoria do Diretor-redator-em-chefe-proprietário-gerente é uma das características muito comuns no interior do Mato Grosso do Sul. Normalmente em cidades

relativamente pequenas e sem grande demanda de notícias. Os poucos veículos existentes com periodicidade semanal ou quinzenal são administrados e editados jornalisticamente pelos próprios donos.

Desde a venda da publicidade, a elaboração da matéria jornalística, diagramação, edição e distribuição do jornal são de responsabilidade do jornalista proprietário.

Mas independente do tipo desse jornalista diretor-redator-em chefe proprietário-gerente, é necessário que eles se preocupem sempre com o aumento da massa de assinantes. Balzac vê com pessimismo o jornal que não busca aumentar seu público de abrangência e observa um decréscimo do veículo, tendo em vista que as forças de um jornal estão diretamente ligadas ao tamanho do público que atingem.

Quanto mais assinantes tiverem determinados jornais, mais força de opinião ele terá e financeiramente também poderá respirar aliviado. Mas só isso não basta. É preciso ainda que a equipe de funcionários ou de pessoas que influenciam na redação jornalística sejam pessoas de talento.

Um jornal, para ter uma longa existência, deve ser uma reunião de homens de talento, ele deve fazer escola. Infelizes os jornais que se apoiam em apenas um talento. Na maior parte do tempo, o diretor fica com ciúmes das pessoas de talento que lhe são necessárias, cerca-se de então de pessoas medíocres que o bajulam e lhe fazem seu jornal bem barato (BALZAC,1999, p35)

3. Contexto dos municípios e dos jornais analisados

Considerando a variedade Diretor-redator-em-chefe-proprietário-gerente foram analisados os jornais *Correio Regional*, de Água Clara, cidade distante 170 km de Três Lagoas, e *Correio de Três Lagoas*. Ambos administrados por jornalistas proprietários. Esses dois veículos se assemelham no tipo de serviço prestado à comunidade em que circulam. Com periodicidade quinzenal, retratam poucos assuntos factuais e de críticas ao governo municipal.

3.1 Três Lagoas

A cinco anos de completar seu primeiro centenário de emancipação político administrativo, Três Lagoas atinge a marca dos 100 mil habitantes, conforme dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas).

Localizada na região Centro-Oeste do Brasil, a cidade integra o grupo de 11 outros municípios que formam o chamado Bolsão Sul-mato-grossense, uma região subdividida

informalmente no estado do Mato Grosso do Sul. Entre eles, Três Lagoas é a maior em número de habitantes, território, comércio, indústria e principalmente economia.

Fundada em 1915, Três Lagoas tem hoje 96 anos de emancipação. Parte de seu crescimento e desenvolvimento econômico se atribui as suas personalidades políticas de grande influência no Estado e no País. Da cidade já foram projetados Deputados (Estadual e Federal), Governador e Senador. A atual vice-governadora do Estado, Simone Tebet, também é filha de Três Lagoas.

Mas foi a industrialização o divisor de águas desse potencial econômico. Em 1998 a cidade ganhou sua primeira indústria de grande porte, a fábrica de biscoitos Mabel. Depois a porta da industrialização foi se abrindo para inúmeras outras. As mais recentes são as fábricas de celulose e papel, International Paper e Fíbria, antiga VCP. Atualmente essas duas empresas estão em processo de ampliação. No momento, também em construção em Três Lagoas outra indústria de celulose. A Brasil Eldorado promete ser a maior fábrica do mundo nesse ramo, com previsão de ser inaugurada até dezembro de 2012.

3.1.2 Imprensa de Três Lagoas

Devido seu crescimento industrial e conseqüentemente populacional, Três Lagoas também viu aumentar o número de veículos de comunicação nos últimos anos. Atualmente, são cinco periódicos impressos em circulação: dois diários (*Jornal do Povo* e *Hoje MS*), um semanário (*Acontece*) e dois quinzenais (*Correio de Três Lagoas* e *Dia a Dia*).

São sete emissoras de rádio, quatro na frequência FM comercial: *Cidade FM*, *Três Lagoas FM*, *Band FM* e *Cultura FM*, uma comunitária *Pantanal FM* e duas AM: *Disuforae Rádio Caçula*.

Sites de notícias são pelo menos cinco em atividade: *jptl.com.br*, *hojems.com.br*, *minutoaminuto.com.br*, *radiocacula.com.br* e ainda *perfilnews.com.br*. Os dois primeiros sites são ligados aos veículos *Jornal do Povo* e *Hoje MS*, respectivamente.

Emissoras de televisão existem três com equipes de jornalismo na cidade. Porém, apenas uma delas, *TV Concórdia* – retransmissora da TV Cultura, tem programação local. As outras duas emissoras TV Morena e TV Campo Grande conta apenas com escritório em Três Lagoas e o material produzido pelas equipes são enviados para a rede estadual.

3.1.3 *Correio de Três Lagoas*

O *Correio de Três Lagoas* foi fundado em 2003 pelo jornalista Luiz Correia da Silveira Filho. De acordo com informações publicadas no expediente do jornal, localizado na página dois, o *Correio de Três Lagoas* circula em 11 cidades de Mato Grosso do Sul: Três Lagoas, Brasilândia, Água Clara, Bataguassu, Ribas do Rio Pardo, Inocência, Paranaíba, Cassilândia, Selvíria, Campo Grande e Aparecida do Tabuado. Impresso no formato Standard, 5 mil exemplares por edição. São oito páginas, sendo capa, contra capa e as duas centrais coloridas. As demais em preto e branco.

3.2 *Água Clara*

Água Clara tem sua economia baseada fundamentalmente no plantio e extração de madeiras, no plantio de soja e na pecuária. Seu acesso privilegiado, perto da divisa com o estado de SP e distante 180 km da capital, Campo Grande, atraiu muitos investimentos nas décadas de 80 e 90.

A cidade conta com cerca de 30 indústrias de madeiras. A matéria-prima é utilizada na fabricação de móveis, mangueiros, utensílios domésticos e até casas. Água Clara foi um dos municípios de MS que se destacaram no Reflorestamento.

Destaque também na economia é a Indústria Imbaúba Laticínios, fundada em 1991 com capacidade para processar 100 mil litros de leite por dia.

Com a instalação da Multinacional Cobb-Vantress e a Granja Alvorada, foram investidos em Água Clara R\$ 42 milhões em equipamentos e instalações da maior produtora de aves avós do mundo, além de garantir 250 empregos diretos para a população Água-Clarense.

Recente conquista para alavancar ainda mais a economia da cidade é a construção da Hidrelétrica São Domingos, na confluência dos Rios Verde e São Domingos, entre os municípios de Água Clara e Ribas do Rio Pardo. As obras começaram a pouco e deve gerar, em média, 1.500 postos de emprego, durante os 27 meses de atividades. Serão investidos R\$ 290 milhões na construção da usina, além de gerar aproximadamente 9 milhões anuais em ICMS e levar mais investimentos para Água Clara.

3.2.1 Imprensa de Água Clara

Apenas um jornal local, da mídia impressa, retrata a cada 15 dias os principais acontecimentos de Água Clara. É o *Correio Regional*. Outras notícias são postadas por meio de dois sites www.aguaclarams.com.br e www.correio regionalnews.com.br. Há ainda uma emissora de rádio comunitária que opera na frequência 87,9 Mhz, denominada *Amizade FM*. Esta emissora é administrada por membros do Rotary Club da cidade há pelo menos oito anos.

3.2.2 Correio Regional

O *Correio Regional* foi fundado em 2005 pela jornalista Ângela Maria de Jesus Gonzaga. Na época da fundação a proprietária cursava o primeiro ano de jornalismo nas Faculdades Integradas AEMS, de Três Lagoas, aonde viria se formar três anos depois. Com periodicidade quinzenal, o *Correio Regional* circula além de Água Clara, Três Lagoas e Campo Grande. Num formato Standard, são impressos mil exemplares por edição. São oito páginas, mas apenas a capa e contra capa são coloridas. Este jornal também pode ser acessado pelo site www.correio regionalnews.com.br.

4. Análise de conteúdo

O que é análise de conteúdo atualmente? Essa resposta pode ser encontrada no livro *Análise de Conteúdo*, de Laurence Bardin, professora-assistente de Psicologia na Universidade de Paris V, que aplicou as técnicas da análise de conteúdo na investigação psicossociológica e no estudo das comunicações de massas. Seu livro *Análise de Conteúdo*, procura ser um manual claro, concreto e operacional desse método de investigação, que tanto pode ser utilizado por psicólogos e sociólogos, qualquer que seja a sua especialidade ou finalidade, como por psicanilistas, historiadores, políticos e jornalistas.

De acordo com Bardin, é um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. O fator comum destas técnicas múltiplas e multiplicadas – desde o cálculo de frequências que fornece dados cifrados, até à extração de estruturas traduzíveis em modelos – é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência.

Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois pólos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade. Absolve e cauciona o investigador por esta atração pelo escondido, o latente, o não-aparente, o potencial de inédito (do não dito), retido por qualquer mensagem. Tarefa paciente de desocultação, responde a esta atitude de voyeur de que o analista não ousa confessar-se e justifica a sua preocupação, honesta, de rigor científico.

Analisar mensagens por esta dupla leitura, onde uma segunda leitura se substitui à leitura normal do leigo, é ser agente duplo, detetive, espião. Daí a investir-se o instrumento técnico enquanto tal e a adorá-lo como um ídolo capaz de todas as magias, fazer-se dele o pretexto ou o álibi que caucione vãos procedimentos, a transformá-lo em gadget inexpugnável do seu pedestal, vai um passo que é preferível não transpor.

O maior interesse deste instrumento polimorfo e polifuncional que é a análise de conteúdo reside – para além de suas funções heurísticas e verificativas – no constrangimento por ela imposto de alongar o tempo de latência entre as intuições ou hipóteses de partida e as interpretações definitivas. Ao desempenharem o papel de “técnica de ruptura” face à intuição aleatória e fácil, os processos de análise de conteúdo obrigam à observação de um intervalo de tempo entre o estímulo-mensagem e a reação interpretativa. Se este intervalo de tempo é rico e fértil, então há que recorrer à análise de conteúdo. (BARDIN,1977)

Como proposta na metodologia, foram analisadas três edições sequenciais do jornal *Correio de Três Lagoas*. As edições de 24 de agosto (N.371), 08 de setembro (N. 372), e 22 de setembro (N. 373). Apesar de constar no expediente do referido jornal que a periodicidade é semanal, os três exemplares analisados tem um período de 15 dias entre uma edição e outra.

Na análise das três edições foi verificada oito chamadas de capa, sendo que seis dessas matérias foram editadas na íntegra e apenas duas chamadas tinha a matéria na página interna.

Nas páginas internas foram publicadas 31 matérias, 13 artigos e três notas curtas de cunho publicitário informativo. As editoriais dessas matérias foram 14 sobre Política, observa-se que foram apenas matérias positivas e elogiosas sem críticas, seis sobre Esporte, quatro matérias sobre Economia, três sobre Social, duas sobre Educação, uma sobre Segurança Pública e uma sobre Esporte.

Constata-se também pouquíssima produção própria do veículo. Das 31 matérias publicadas, 20 eram de assessoria de imprensa ou reproduzidas de outros jornais.

EDIÇÃO	371	372	373	TOTAL
Chamada de capa	01	00	00	01
Matérias na capa	02	03	02	07
Matérias internas	12	10	10	32
Matérias locais	09	06	09	24
Matérias de outras cidades	03	04	01	08
Publicidade	5	7	6	18

Editorias

EDIÇÃO	371	372	373	TOTAL
Política	03	07	03	13
Educação	01	00	01	02
Esporte	00	01	00	01
Cotidiano	01	00	00	01
Cultura	00	02	04	06
Assessoria de Imprensa	05	05	06	16
Geral	00	03	02	05

Do jornal *Correio Regional* também foram analisadas três edições sequenciais, mas de período distinto ao do *Correio de Três Lagoas: Edição de 01 a 15 de janeiro (N.103)*, de 15 de janeiro a 31 de janeiro (N. 104) e de 01 a 15 de fevereiro (N. 105).

EDIÇÃO	103	104	105	TOTAL
Chamada de capa	02	02	02	06
Matérias na capa	01	01	01	03
Matérias internas	06	11	11	28
Matérias locais	07	11	12	30
Matérias de outras cidades	00	01	00	01
Publicidade	32	33	34	99

Editorias:

EDIÇÃO	103	104	105	TOTAL
Política	03	05	03	11

Educação	02	01	03	06
Esporte	01	00	00	01
Cotidiano	01	03	02	06
Cultura	00	00	02	02
Saúde	00	00	00	00
Geral	00	03	02	05

5. Os Jornalistas

Principais personagens desse artigo, os dois jornalistas conservam muitas características no campo de trabalho. Mais do que serem proprietários, carregam a responsabilidade de pauta as notícias, editar as matérias e até mesmo vender anúncios. O que diferencia os dois, além das cidades onde circulam os jornais, é a formação. Luiz Correia da Silveira Filho não possui curso superior na área de comunicação e atua em Três Lagoas. Por outro lado, Angela Maria de Jesus, optou pelo profissionalismo e o jornal *Correio Regional* foi uma ideia surgida logo quando iniciou a graduação pelas Faculdades Integradas AEMS de Três Lagoas.

5.1 Luiz Correia da Silveira Filho (*Correio de Três Lagoas*) não é formado em jornalismo mas atua no ramo há nove anos. Ele conta que o jornal *Correio de Três Lagoas* surgiu em 2002 com o objetivo e fidelidade de divulgar as belezas de Três Lagoas e por isso deu um nome homônimo ao periódico. Atualmente ele desempenha quatro funções no jornal: Diretor, Fotógrafo, Vendedor de Anúncios e Responsável pela distribuição.

O veículo conta com apenas 50 assinantes fixos o que corresponde a 5% da receita. Os classificados e editais de pessoas físicas garantem 15% da receita, enquanto que 30% é de publicidade. A maior parte, 50%, é composta por verba pública. Apesar disso, garante que a linha editorial do jornal é neutra em relação ao governo local.

Filiado ao PSD, Luiz diz ter recusado convites para sair candidato e que nunca exerceu mandato eletivo. Segundo ele, o maior prestígio em ser dono do próprio jornal é ter acesso livre em todos os lugares, como ele mesmo define. “Sempre tive bom trânsito em todos os partidos, procuro sempre tratar todos bem, o que me dá respeito perante todas as classes”.

Questionado quais critérios utiliza para publicar ou não matérias negativas ao governo seja municipal ou estadual, o jornalista é taxativo. “Nosso jornal tem a finalidade de divulgar somente as coisas boas de todos os governos” e defende que o papel do jornal nas pequenas

idades é procurar divulgar as coisas boas que tem no município, na intenção de todos enxergarem o lado bom.

O jornalista descarta qualquer possibilidade de mudar de ramo e finaliza dizendo que nasceu para ser jornalista e que veio com a missão de propagar bem as coisas boas que existem.

5.2 Ângela Maria de Jesus Gonzaga (*Correio Regional*), formada em Comunicação Social pelas Faculdades Integradas AEMS, de Três Lagoas, conta que quando surgiu o jornal *Correio Regional* em janeiro de 2006, ela ainda cursava o segundo ano de graduação.

A jornalista acumula três funções: Redatora, fotógrafa e distribuição do jornal. Apesar de afirmar que o veículo é parcial ao governo na cidade de Água Clara, reconhece que o jornalismo deve ser independente e imparcial. “Na realidade não é bem assim que as coisas acontecem. Sempre que acontece algum fato relevante, ou que somos procurados para noticiarmos algum episódio, procuramos ouvir os dois lados, entender o que está acontecendo e se possível buscar junto ao setor responsável uma solução ou pelo menos uma explicação para a situação apontada. Não é que eu não queira publicar nada contra o governo, nem a favor, mas é procurar entender o que está acontecendo, dicas de saúde, entretenimento, entre outros”.

Filiada ao PSL, Ângela diz que nunca exerceu mandato eletivo e em outras ocasiões recusou convite para ser candidata a vereadora. Atualmente também exerce a função de Assessora de Imprensa na prefeitura de Água Clara, cargo que aliado ao de proprietária de jornal lhe garante status e prestígio. “Ter nosso trabalho reconhecido é muito bom, recebo muitos convites para participar de eventos em diversas instituições, o que faz parte do meu trabalho e claro sempre que é possível atendo e compareço. Que seja para fazer cobertura ou só como convidada”.

Realizada na área, a jornalista afirma que dificilmente mudaria de profissão, mesmo que tivesse oportunidade de outras áreas. Porém, não vê problema algum em conciliar funções distintas, tais como dar aula em universidade ou até mesmo escrever livro-reportagem.

6. Considerações Finais

Percebe-se que pelo perfil dos dois jornalistas ora analisados há muitas caricaturas descritas por Balzac que formam um primoroso retrato da imprensa contemporânea. São os mesmos perfis, as mesmas ambições, as mesmas ilusões, as mesmas estratégias de

sobrevivência e os mesmos expedientes, como pode ser notado na definição da categoria Diretor-redator-em-chefe-proprietário-gerente.

Os três tipos de jornalistas dessa categoria: Ambicioso, Homem de Negócios e Puro Sangue são facilmente identificados e se misturam. É difícil rotular os dois jornalistas, Angela e Luiz Correa, em apenas uma tipificação das três existentes. Da filiação partidária, aos convites sociais recebidos, das juras de amor pela profissão a recusa em publicar matérias contrárias ao governo. Tudo isso aparenta elementos reforçando o conceito de que em cidades pequenas prevalece o jornalismo voltado apenas para o faturamento, sem distinção entre notícia e matéria paga, resultando em baixa credibilidade diante do público, principalmente por causa das influências políticas, partidárias, econômicas, religiosas etc.

Sob este aspecto, ser dono de jornal não é nada fácil, ainda mais quando se tem o conflito pessoal entre o dono/proprietário e o dono/jornalista. Principalmente quando o jornalista/empresário pretende se manter incorruptível, sem ceder a este ou aquele grupo instalado no poder.

Outra dificuldade é a falta de assinantes fixos nos jornais de propriedade dos jornalistas pesquisados nesse artigo. Sem assinantes, eles são forçados a desempenharem duplo papel em buscar as informações e ao mesmo tempo em vender anúncios publicitários. Não havendo essa separação entre jornalismo e publicidade, fica evidente que a linha editorial também perde sua imparcialidade.

Com a afirmação dos dois jornalistas que atuam sempre em prol do governo, isso nos leva a acreditar que jornais em pequenas cidades não tem outra função a não ser aquela de destinação para apoiar um partido, uma empresa, um grupo político, o prefeito, uma denominação religiosa etc, sendo portanto, não um jornal para a comunidade, mas um jornal partidário ou de grupo, usado como meio de sobrevivência.

Referência Bibliográfica

BALZAC, Honório de, Os Jornalistas; tradução de João Domenech.-Rio de Janeiro: Ediouro,1999.

BARDIN, Laurence, Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições 70,1977

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional – Florianópolis: Insular, 2005.

Sites

BUCCI, Eugênio. **O que é ser jornalista?**Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-que-e-ser-jornalista> Acesso em 08 de setembro de 2011

FERNANDES, Mário, **ONÇA**, Alexander, **RAFAEL**, Helder. **Pesquisa revela primeiros dados sobre a imprensa de Mato Grosso do Sul. Disponível em** <http://www.portaldemidia.ufms.br/wp-content/uploads/2011/08/Relatorio-Portal-de-Midia.pdf>. Acesso em 10 setembro 2011.

Dados sobre Água Clara, disponível em <http://www.aguaclarams.com.br/cidade/Default.aspx>. Acesso em 23 de outubro de 2011