

Faculdades Integradas Teresa D' Ávila

Fabricio Bicudo de Oliveira

Impressos do Vale: uma análise das rotinas
produtivas dos jornais Tribuna do Norte e
Valeparaibano.

Lorena, 2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Faculdades Integradas Teresa D' Ávila

Fabricao Bicudo de Oliveira

Impressos do Vale: uma análise das rotinas
produtivas dos jornais Tribuna do Norte e
Valeparaibano

Trabalho monográfico apresentado à Faculdade de Comunicação Social, habilitação em jornalismo das Faculdades Integradas Teresa D' Ávila como Trabalho de Conclusão de Curso. Sob orientação da Prof.^a Me. Neide Aparecida Arruda de Oliveira

Lorena, 2008

Dedicatória

Aos meus pais, pelo apoio e por acreditarem em mim.

Agradecimentos

À minha família, pela compreensão e apoio nos momentos difíceis.

Aos meus colegas e professores, pela ajuda na busca por fontes.

À minha orientadora, professora Neide Aparecida Arruda de Oliveira,
pelo incentivo e por acreditar em minha proposta de pesquisa.

“A sociedade é maior que o mercado. O leitor não é consumidor, mas cidadão. Jornalismo é serviço público, não espetáculo”.

Alberto Dines

Resumo

OLIVEIRA, Fabricio Bicudo de. Impressos do Vale: uma análise das rotinas produtivas dos jornais Tribuna do Norte e Valeparaibano. 2008. 99 f. Monografia (Graduação) – Faculdade de Comunicação Social, Faculdades Integradas Teresa D'Ávila, Lorena, 2008.

O jornalismo vive uma nova tendência mundial, a regionalização da informação. Este trabalho propõe uma análise desta realidade no Vale do Paraíba Paulista, por meio de um estudo que busca entender as rotinas produtivas dos jornais *Tribuna do Norte*, de Pindamonhangaba, e *Valeparaibano*, de São José dos Campos. Temos por objetivo confrontar a rotina de produção jornalística dos referidos veículos com os modelos propostos e sistematizados por Wilson da Costa Bueno na tese “Caracterização de um objeto-modelo conceitual para análise da dicotomia imprensa industrial/artesanal no Brasil”. Na região do Vale do Paraíba Paulista percebemos o fazer jornalístico industrial (baseado em uma estrutura pré-definida) e o artesanal (resultado de baixos e precários investimentos). O estudo traz um levantamento de quantos veículos impressos existem nas microrregiões de Guaratinguetá e São José dos Campos e faz uma relação de exemplares produzidos por habitantes dos municípios, de modo a entendermos em qual universo estamos inseridos.

Palavras-chave: jornalismo regional, imprensa industrial, imprensa artesanal, *Tribuna do Norte*, *Valeparaibano*.

Abstract

OLIVEIRA, Fabricio, Bicudo. Printouts of the Valley: an analysis of productive routines of Tribune newspapers North and Valeparaibano. 2008. 99 f. Monograph (Graduation) - Faculty of Social Communication, Faculty Integrated Teresa D'Avila, Lorena, 2008.

The journalism lives in a new global trend, the regionalization of information. This paper proposes an analysis of this reality in Vale do Paraiba Paulista, through a study that seeks to understand the productive routines of newspapers *Tribune North*, Pindamonhangaba, and *Valeparaibano* of São José dos Campos. We meant to confront the routine of journalistic production of such vehicles with the models proposed by Wilson and systematized da Costa Bueno in the thesis "characterization of an object-conceptual model for analysis of the dichotomy press industrial / craft in Brazil." In the region of Vale do Paraiba Paulista can realize the journalistic industry (based on a pre-defined structure) and craft (result of low and unstable investment). The study provides a survey of how many vehicles are printed in micro-Guaratinguetá and São José dos Campos and is a relationship of copies produced by inhabitants of the municipalities, so we understand the universe in which we operate.

Key-words: regional journalism, media industry, press craft, *Tribune North*, *Valeparaibano*.

Lista de gráficos e ilustrações

Gráfico 01 – Periodicidade dos jornais contabilizados	71
Figura 01 – Edição de 25 de julho e 29 de julho de 2008 observados na pesquisa	77
Figura 02 – Capa da edição, de 16 de outubro de 2008, observada na pesquisa ...	91

Lista de tabelas

Tabela 01 – Circulação média diária dos jornais	48
Tabela 02 – Perfil de venda dos jornais diários	48
Tabela 03 – Estrutura de leitura dos jornais diários	48
Tabela 04 – Número de jornais brasileiros	49
Tabela 05 – Os maiores jornais brasileiros em circulação	50
Tabela 06 – Divisão geográfica do Vale do Paraíba de 2005 e censo demográfico 2007	57
Tabela 07 – Jornais criados na cidade de Cunha no século XX	60
Tabela 08 – Levantamento: jornais existentes nas microrregiões de São José e Guaratinguetá	70
Tabela 09 – Resultados obtidos durante o período de pesquisa	71
Tabela 10 – Jornais fundados no século XIX ainda em circulação	73
Tabela 11 – Perfil dos leitores do jornal <i>Valeparaibano</i>	86

Sumário

1.0 Apresentação	12
2.0 Objetivos	14
2.1 Objetivo geral	14
2.2 Objetivos Específicos	14
3.0 Justificativa	15
4.0 Formulação do problema	16
5.0 Hipóteses	17
6.0 Metodologia	18
7.0 Revisão de Literatura	20
7.1 BUENO, Wilson da Costa. Caracterização de um objeto-modelo conceitual para a análise da imprensa industrial/imprensa artesanal	20
7.2 CHAPARRO, Manuel Carlos. Buscas práticas para uma teoria prática de ação jornalística	29
7.3 LAGE, Nilson. Ideologia e técnica da notícia	33
Capítulo I - A história do jornalismo impresso no mundo e no Brasil.....	36
1.1 Primeiras impressões	36
1.2 Na Antiguidade	37
1.3 A imprensa pré-industrial	38
1.4 A imprensa capitalista e a industrialização	41
1.5 Novas tecnologias de comunicação	43
1.6 No Brasil: de colônia à atualidade	44
Capítulo II - O jornalismo regional	51
2.1 Conceitos e definições	51
2.2 Tendências e perspectivas do jornalismo regional	52
2.3 O jornalismo impresso no Vale do Paraíba Paulista	55
2.4 Levantamento: os jornais existentes nas microrregiões de Guaratinguetá e São José dos Campos	61
Capítulo III - A rotina produtiva do jornal <i>Tribuna do Norte</i>	72
3.1 A história do jornal <i>Tribuna do Norte</i>	72
3.2 A rotina produtiva do “ <i>Tribuna do Norte</i> ”	74
3.2.1 Características gerais, de produção e estrutura física	74
3.2.2 As edições observadas	77

Capítulo IV - A rotina produtiva do jornal <i>Valeparaibano</i>	82
4.1 A história do jornal <i>Valeparaibano</i>	82
4.2 A rotina produtiva do “ <i>Valeparaibano</i> ”	85
4.2.1 Características gerais, de produção e estrutura física	85
4.2.2 A edição observada	91
Capítulo V - Discussão dos resultados.....	93
5.1 O jornal <i>Tribuna do Norte</i> e sua rotina produtiva artesanal	93
5.2 O jornal <i>Valeparaibano</i> e sua rotina produtiva industrial	94
8.0 Referências bibliográficas	96
9.0 Apêndice I – A experiência do projeto experimental	100
9.1 Do ponto de vista acadêmico	100
9.2 Frente ao mercado de trabalho	100
10.0 Apêndice II – Detalhamento das ações executadas	101
11.0 Apêndice III – Orçamento	103

1.0 Apresentação

Quando observamos pela primeira vez um jornal regional, temos a impressão de que aquele veículo é resultado do trabalho de inúmeros jornalistas em uma redação. Grande engano, na maioria das vezes, o material apresentado é desenvolvido por poucos profissionais, que fazem algumas coberturas, mas que usam o que assessorias ou agências enviam para preencher as páginas. Tal realidade pode ser explicada pela falta de recursos, pois, na grande maioria dos veículos, inúmeras pautas ficam sob responsabilidade de um único repórter.

Uma estrutura inadequada promove alterações no produto final e nos faz refletir sobre a real essência do fazer jornalismo, que prima por seguir uma série de etapas. Entre elas: jornalistas fazem a apuração dos fatos, questionam a parcialidade dos textos e desenvolvem uma linha editorial independente de interesses.

Este Trabalho de Conclusão de Curso propõe uma análise da rotina de produção de dois veículos impressos do Vale do Paraíba Paulista. O jornal *Tribuna do Norte*, de Pindamonhangaba, que é o 5º mais antigo do Brasil e o 2º mais antigo do Estado de São Paulo ainda em funcionamento e o jornal *Valeparaibano*, o de maior circulação. Para tanto, utilizar-se-á de extensa bibliografia e uma análise participante nas redações dos objetos de estudo.

A pesquisa dialoga sobre a história dos jornais, desde seu surgimento antes de Cristo até a atualidade. Um levantamento, com informações referentes ao número de jornais existentes nas microrregiões de Guaratinguetá e São José dos Campos, do Vale do Paraíba, é apresentado de modo a entendermos em qual universo produtivo estamos inseridos.

Os jornais escolhidos como objetos de estudo serão alvo de uma observação participante de modo a compreendermos como são construídos. As rotinas produtivas serão analisadas a partir dos modelos sistematizados pelo professor Wilson da Costa Bueno que divide a produção dos jornais em industriais (aqueles produzidos por uma redação) e artesanais (aqueles abastecidos por releases de assessorias e agências).

Por se tratar da pesquisa de dois veículos impressos, o formato escolhido é a monografia baseada na análise de dados. Para tanto, o trabalho é dividido em

capítulos, entre eles: a revisão de literatura, metodologia e discussão dos resultados.

2.0 Objetivos

2.1 Objetivo geral

- Analisar as rotinas produtivas dos jornais *Tribuna do Norte* e *Valeparaibano*, localizados na região do Vale do Paraíba Paulista.

2.2 Objetivos específicos

- Entender de que forma os jornais *Tribuna do Norte* e *Valeparaibano* desenvolvem a construção de seus exemplares;
- Confrontar a rotina de produção jornalística dos referidos veículos com os modelos propostos e sistematizados por Wilson da Costa Bueno na tese “Caracterização de um objeto-modelo conceitual para análise da dicotomia imprensa industrial/artesanal no Brasil”;

3.0 Justificativa

Quando estamos nas faculdades ou universidades da região e nossos professores nos dão aulas sobre jornalismo impresso, sempre fazemos uso de livros e trabalhos acadêmicos que retratam perspectivas não compatíveis com a nossa realidade. Aqui no Vale do Paraíba, esta falta de material pode ser explicada pelo grande interesse dos professores e pesquisadores da área em desvendar as mídias digitais e estudar novas tecnologias, restando pouco espaço para a mídia regional.

Pensando em preencher parte desta lacuna, este trabalho pretende desenvolver um material que possa ser usado como referência por aqueles que se interessam pela mídia impressa do Vale do Paraíba.

Esta monografia quer ser a base de futuras pesquisas ligadas ao jornalismo impresso regional; quer disponibilizar dados e números capazes de fazer com que os leitores dos veículos vejam os jornais com outros olhos.

A sociedade brasileira passa por diversos problemas sociais, que de certa forma, são provocados por uma política isenta de cobranças. A informação é o caminho da mudança, deixar o leitor bem informado, sobre os fatos do mundo e da região onde mora, é a melhor forma de ensinar as pessoas a ter opinião. Este processo pode ser visualizado numa nova tendência do jornalismo mundial, a regionalização da informação.

Por estes motivos, torna-se fundamental esta pesquisa, que irá trazer para a comunidade acadêmica uma realidade que só tende a aumentar: a regionalização da informação.

4.0 Formulação do problema

Observando levantamentos divulgados anualmente pela ANJ (Associação Nacional dos Jornais) percebemos que o número de jornais cresce constantemente no Brasil. A mais recente tabela divulgada pelo IVC (Instituto Verificador de Circulação) revela que circulam pelo território brasileiro 3.076 jornais, com tiragem média de 8.083 milhões de exemplares/dia.

Novos veículos surgem e a sensação que temos é que empresas jornalísticas, com estruturas sólidas, proliferam-se. Mas nem sempre isso é uma realidade, pois nem todos os jornais chegam às bancas depois de passar por um intenso processo de produção, comum em veículos existentes nas grandes capitais. Na região do Vale do Paraíba Paulista chegamos aos jornais *Tribuna do Norte* e *Valeparaibano*, que possuem naturezas produtivas completamente diferentes.

Em meio a um universo de tantas particularidades, surge esta pesquisa, que busca responder as seguintes indagações: De que forma estes veículos realizam a produção de seus jornais? São jornais artesanais ou industriais?

5.0 Hipóteses

- O jornal *Tribuna do Norte* produz suas edições fazendo uso da rotina produtiva artesanal apresentada por Wilson da Costa Bueno.
- As características presentes no processo de construção das edições do jornal *Valeparaibano* são compatíveis com a rotina produtiva industrial sistematizada por Bueno.

6.0 Metodologia

Para a realização desta pesquisa, que tem por objetivo descobrir em qual rotina produtiva nossos objetos de estudo se encaixam, faremos uso do método de observação participante, que segundo Peruzzo (2005, p.135) “consiste na observação participativa de segmentos do processo de comunicação de massas com a finalidade de descobrir os comportamentos, os usos e as interpretações que faz o público do meio de comunicação de massa”.

Quanto ao papel do pesquisador, é importante salientar:

O pesquisador se insere no grupo pesquisado, participando de todas as suas atividades, ou seja, ele acompanha e vive (com maior ou menor intensidade) a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação. Porém, o investigador não 'se confunde', ou não se deixa passar por membro do grupo. Seu papel é o de observador (PERUZZO, 2005, p. 134).

Peruzzo (2005, p. 134) lembra que “o observador pode ser 'encoberto' ou 'revelado', ou seja, o grupo pode ter ou não conhecimento de que está sendo investigado”. No caso desta pesquisa optamos pelo observador revelado.

Os resultados obtidos nesta observação participante serão analisadas a partir dos modelos sistematizados pelo professor Wilson da Costa Bueno que divide a produção dos jornais em industriais (aqueles produzidos por uma redação) e artesanais (aqueles abastecidos por releases de assessorias e agências).

Foram escolhidos para análise dois jornais existentes no Vale do Paraíba Paulista: o jornal *Tribuna do Norte* (o mais antigo veículo de comunicação impressa fundado na região ainda em funcionamento) e *Valeparaibano* (o de maior circulação).

Durante um determinado período foram realizadas visitas nas redações para acompanharmos de que forma as edições são construídas. As observações aconteceram em momentos diferentes, devido a disponibilidade do pesquisador.

As visitas no *Tribuna do Norte* aconteceram nos dias 22, 23, 24, 25, e 28 de julho de 2008, sempre no período da tarde, das 13h às 18h. Foram observadas as edições de 25 e 29 de julho.

As visitas ao jornal *Valeparaibano* aconteceram nos dias 14, 16 e 17 de julho, no dia 15 de setembro e no 15 de outubro de 2008. O veículo observado permitiu que nossa pesquisa acompanhasse o processo de produção que resultou na edição do dia 16 de outubro.

No capítulo número dois desta pesquisa apresentamos um levantamento, resultado da coleta de exemplares dos jornais existentes nas microrregiões de Guaratinguetá (microrregião onde localiza-se a instituição de ensino provedora deste estudo) e São José dos Campos (microrregião onde localizam-se nossos objetos de estudo). Durante os meses de março, abril e maio de 2008 o pesquisador visitou as cidades selecionadas e coletou nas principais bancas dos municípios os jornais existentes. O levantamento apresentado tem por objetivo nos apresentar o universo que nossa pesquisa se insere.

7.0 Revisão de Literatura

7.1 BUENO, Wilson da Costa. **Caracterização de um objeto-modelo conceitual para a análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal no Brasil.** Dissertação apresentada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo como exigência parcial do curso de Pós-graduação para obtenção do título de Mestre no Departamento de Comunicação e Artes. São Paulo. 1977.

A dissertação do professor Wilson da Costa Bueno data de 1977. Ao todo, são 486 páginas divididas em introdução, três capítulos, conclusões, anexos, bibliografia e resumo. O tema central do trabalho prevê uma análise da dicotomia imprensa industrial e imprensa artesanal no Brasil.

O autor inicia a referida reflexão mostrando o quanto sua pesquisa é relevante para a comunidade acadêmica, de modo a “filiar-se à própria dinâmica da praxis científica que garante e exige a eterna mudança dos homens e das coisas, embora alguns, conscientemente, não a desejam e muitos, inconscientemente, preferiram não enxergá-la” (p. VIII).

Para que a análise do professor Bueno pudesse se tornar concreta, ele afirmou em seu texto introdutório a importância de se caracterizar, de forma definida, seu objeto-modelo.

A caracterização deste objeto-modelo desenvolveu-se em três níveis: um primeiro que consistiu na elaboração de um conjunto de traços-chave do objeto (a dimensão conceitual), a partir da ampliação do conceito do tipo ideal de Max Weber¹, um segundo que se resumiu na tentativa de incorporar a estes traços-chave sua correspondência empírica e de visualizá-los dentro de um contexto histórico (dimensão contextual) e, finalmente, um terceiro que punha à prova os dois primeiros pelo confronto direto com a realidade (dimensão investigativa) (p. X).

O primeiro capítulo destina-se à dimensão conceitual, ou seja, o estudo de algumas “premissas básicas em que nos apoiamos para a análise da relação imprensa industrial/imprensa artesanal” (p. 2).

Para tanto “é preciso, primeiramente, especificar os elementos que caracterizam as duas modalidades de imprensa, formando o que chamamos de conjunto-tipo ideal” (p. 3).

1 Intelectual alemão, jurista, economista e considerado um dos fundadores da sociologia. Falecido em 1918, foi um dos primeiros cientistas sociais importantes a levar em conta a importância da religião ou da mentalidade religiosa na configuração da economia política. O objetivo dele foi relutar a tese de Karl Marx, segundo a qual o capitalismo nascera somente da exploração do homem pelo homem. Para Weber, o moderno sistema econômico teria sido impulsionado por uma mudança comportamental provocada pela Reforma Luterana no século XVI. Ocasão quando dela emergiu a seita dos calvinistas com seu forte senso de predestinação e vocação para o trabalho.

O conjunto-tipo ideal, no caso específico da imprensa, é formado por elementos que se agrupam em três classes interdependentes: os elementos do jornal enquanto empresa, isto é, como forma de organização e produção; a classe dos elementos do jornal enquanto produto final da empresa, com o qual o leitor mantém contato direto; e a classe dos elementos que pertencem à relação jornal/comunidade, isto é, as variáveis que intervêm no processo de comunicação entre o jornal, enquanto empresa e produto de consumo, e a comunidade em que ele circula (p. 04).

Logo depois da seguinte reflexão, o professor Wilson da Costa Bueno solicita-nos atenção para o conceito de dualidade. De modo a entendermos que não é possível que um mesmo veículo de imprensa possa ser industrial e artesanal.

O elemento 'jornal como empresa' é caracterizado da seguinte forma: "A infraestrutura material, que compreende não apenas as dependências físicas do jornal mas todos os recursos que ele dispõe para a obtenção de um produto elaborado, é um traço distintivo entre as duas modalidades de imprensa" (p. 5).

Uma imprensa industrial apresenta um setor de redação, princípios administrativos, funcionários desempenhando atividades específicas. O número de jornalistas aumenta gradativamente conforme a necessidade do veículo. Muitas vezes é preciso contratar não só jornalistas mas profissionais qualificados para diagramação, e outros setores. É pouco comum neste tipo de imprensa o repórter 'faz tudo', os profissionais são destinados a editorias e se especializam nestes setores específicos. "A especialização permite um tratamento adequado da mensagem e um equilíbrio entre o vocabulário técnico e a linguagem do jornal" (p. 7).

O jornal é, também, na imprensa industrial, o elemento mais importante, se não o único. Quase sempre, dentro de uma mesma organização, ele sofre apenas a concorrência de outros meios de comunicação por ela mantidos, mas, ao que se demonstra, esta concorrência não se estrutura no sentido de estabelecer prioridade e sim, como um elemento de reforço para todos os veículos que integram a rede (p. 7).

De acordo com o autor, a palavra que fica para definir a imprensa industrial 'jornal como empresa' é o planejamento, já que crises são superadas facilmente em razão de um planejamento empresarial bem estruturado.

As características são contrárias quando o assunto caminha para definições de imprensa artesanal. Neste caso não há separação entre redação e outros setores do veículo. O número de empregados é reduzido e um mesmo funcionário geralmente é o diretor do jornal, o "redator, o repórter, o revisor, o contato de

publicidade, o paginador e o impressor” (p. 11).

O jornal vive em função dos colaboradores, os 'amigos do jornal', que se contentam em ver o nome apostado às colunas. A colaboração resolve, de imediato, dois problemas: o do jornal, incapacitado de remunerar repórteres e redatores e carente de 'notícias' e o dos colaboradores que, através do jornal, fixam a sua posição de líderes da comunidade em suas áreas de especialização (p. 11).

É interessante quando Bueno caracteriza a imprensa artesanal “pela ausência de um mínimo de agressividade em termos publicitários, pouco fazendo a empresa para se promover junto aos leitores e anunciantes” (p. 13).

De acordo com o autor o principal problema da imprensa artesanal esta nos altos custos de produção. Hoje boa parte dos veículos de interior depende de pequenas empresas para sobreviver, ao passo que a matéria-prima e mão-de-obra são de custo elevado.

As grandes empresas vêem a imprensa artesanal como um conjunto de veículos de tiragem e alcance limitados. Cria-se, assim, um círculo vicioso: como elas não anunciam, o jornal tem chances reduzidas de aumentar o seu lucro; como o lucro não aumenta, não há possibilidade, inclusive, de se aumentar a tiragem; como a tiragem não aumenta, a grande empresa não anuncia. Além disso, a ausência de dados reais sobre o número de leitores dos jornais da imprensa artesanal e, principalmente, sobre o seu comportamento em termos de hábito de leitura, assusta as agências publicitárias que não se vêem tentadas a arriscar 'no escuro' o dinheiro de seus clientes (p. 16-17).

Bueno corrobora alertando-nos de modo que boa parte do veículos da imprensa artesanal serve apenas para dar prestígio a seus proprietários, assim os espaços são vendidos para órgãos públicos.

No primeiro capítulo, continua o autor caracterizando o elemento “jornal como produto de consumo”. Os jornais da imprensa industrial são aqueles com um grande número de páginas, fazem uma cobertura ampla dos fatos, na maioria das vezes, são diários e adeptos às novas tecnologias gráficas.

A imprensa industrial força a separação entre a informação e a opinião, mantendo quase sempre a chamada página editorial. A intenção é fazer com que o leitor saiba identificar o que é opinião do jornal e o que é o 'relato puro' de um fato, mas, como se pode facilmente demonstrar, esta intenção se apoia no velho argumento da objetividade jornalística, totalmente superado nos dias atuais (p. 20).

A imprensa industrial, segundo o professor Wilson Bueno, dá preferência para os assuntos policiais, faz questão de separar jornalismo de literatura e faz coberturas internacionais, não porque acha menos importante os assuntos da cidade

sede do veículo, mas porque quer passar para o leitor uma “pretensa cobertura completa de tudo o que ocorre nos diversos cantos do mundo”. (p. 24)

Em termos de técnica jornalística, a imprensa industrial acompanha as tendências do jornalismo moderno e promove, frequentemente, uma série de inovações. A incursão pelo terreno do chamado 'jornalismo interpretativo', a supressão do lead tradicional e a humanização do relato, além da valorização crescente do departamento de pesquisa, são traços marcantes da vanguarda jornalística localizada em alguns órgãos desta modalidade de imprensa (p. 26-27).

Já a imprensa artesanal possui características contrárias a industrial. Tem um número reduzido de páginas, sua periodicidade é semanal, “o que dificulta a cobertura do dia-a-dia e empresta ao veículo uma característica particular” (p. 27).

Os veículos da imprensa artesanal, antes de funcionarem como informantes dos fatos quotidianos do mundo ou da comunidade, exercem o papel de um mero registrador dos fatos, embora essa função se revista de grande importância social. Dessa forma, eles se distanciam do grande jornal por que não tem condições de acompanhar o ritmo rápido e agitado do noticiário (reflexo de um mundo em permanente mutação) e estão mais afastados da revista semanal porque, em nenhum momento, dispensam um tratamento analítico às suas matérias. A informação e a opinião, na maioria das vezes, não podem, ao menos, ser distinguidas; ao contrário, toda matéria é geralmente opinativa mas os argumentos em que se apoiam se ressentem de uma fundamentação concreta (p. 27).

Bueno explica que na imprensa artesanal há pouco contato com as artes visuais e uma aproximação com a 'baixa literatura', já que os veículos impressos publicam crônicas e textos de amigos do jornal. A estrutura de texto também é analisada pelo professor:

Os princípios técnicos da redação, com raras exceções. São totalmente desprezados, vigorando ainda o célebre 'nariz de cera', um resquício da imprensa do século passado. Os títulos são antes opinativos e elogiosos que informativos e denotam, em sua confecção, nenhuma articulação com o planejamento gráfico das páginas do jornal (p. 34).

O terceiro tópico proposto pelo professor Wilson da Costa Bueno é o 'jornal como elemento da comunidade'. De características predominantemente urbanas, a imprensa industrial está localizada em grandes centros urbanos, o que a faz ganhar uma série de características. “Nels Anderson² aponta três características básicas do estilo de vida urbano: a transitoriedade, a superficialidade e o anonimato e, como podemos ver, a imprensa industrial, por extensão, também as incorpora” (p. 35).

2 Sociologia de la comunidad urbana. México, Fondo de Cultura Económica, 1965, p. 15-17.

A transitoriedade fica por conta do grande fluxo de informações, a superficialidade pelos obstáculos da apuração jornalística e o anonimato pela característica impessoalizante dos veículos. A urbanização promove uma uniformização da estrutura dialética e configura “uma relação denominada de informação, oposta à autêntica relação de comunicação, dialógica e bilateral”. (p. 38). “A função da imprensa industrial é, portanto, além de informar [...], divertir, contribuir para a socialização do indivíduo e preencher um vazio comunicacional, fato real no cotidiano do homem das grandes cidades” (p. 38).

Para que a imprensa se desenvolva é preciso que exista um público leitor. Bueno, em sua dissertação, refere-se a José Marques de Melo que apontou variáveis para o atraso da imprensa no Brasil. Uma delas e a mais importante é o analfabetismo. “A instrução [...] é condição necessária suficiente para que tenhamos um público de imprensa pois, se o número de letrados é reduzido, com certeza será também reduzido o universo potencial de leitores” (p. 41). “A natureza do conteúdo da imprensa é um elemento de vital importância na análise da relação que empreendemos entre jornal e comunidade, funcionando como dado básico para a distinção entre as duas modalidades de imprensa” (p. 50).

Bueno reserva o segundo capítulo para falar-nos da dimensão contextual do tema da pesquisa proposta, afirmando que os grandes jornais “configuram-se como autênticas indústrias culturais, explorando a informação e a opinião como fonte significativa de lucros” (p. 78). Se fecharmos nossos olhos para o Brasil, talvez poderíamos entender que esta é nossa realidade, mas na verdade o panorama nacional apresenta uma face bastante diversa. Já na década de 70, os veículos de mídia impressa eram usados como instrumentos políticos.

A realidade jornalística brasileira coincide, em grande parte, com a realidade da imprensa artesanal e será ingênuo admitir que tais empresas assumam a estrutura de uma indústria na verdadeira acepção do termo. Na pequena imprensa inexistem a divisão de trabalho e a hierarquização de cargos, tarefas ou funções, e, o que é mais sintomático, nem sempre há uma explicação explícita com o lucro, o que, se não elimina a possibilidade de defini-la como um indústria, pelos menos lhe empresta o caráter de uma indústria singular (p. 80).

Bueno explica que apesar das diferenças é importante dizer que as duas modalidades de imprensa são importantes, de modo que “num certo nível, elas jamais se excluem” (p. 81). Os jornais industriais até mesmo contribuem para o aparecimento de alguns jornais artesanais. “Definida em termos nacionais a

imprensa industrial abre lacunas na cobertura da informação local que a imprensa artesanal se incumba de preencher” (p. 82).

Estas conclusões de Wilson da Costa Bueno levam-nos a entender que a imprensa não está definida com uma estrutura dual, pois as “realidades que definem se imbricam e se complementam” (p. 84). Afinal, “a imprensa artesanal de hoje pode ser a imprensa industrial de amanhã” (p. 84).

É preciso ficar claro que:

O fundamental não é imaginar que a imprensa industrial e a imprensa artesanal constituam desigualdades, mas que elas, acompanhando todo o processo de racionalização do sistema capitalista, funcionam como desigualdades que se integram. Ainda mais: que elas se integram exatamente porque se configuram como desigualdades concretas (p. 84-85).

O autor continua o segundo capítulo colaborando com os conceitos de crescimento. Ele mostra-nos que o setor jornalístico não cresce como as outras áreas da economia, pois o índice de alfabetização não tem ocorrido de maneira proporcional. “Isso porque o incremento do hábito de leitura não deriva apenas destes fatores³ mas se constitui sobretudo em um fenômeno cultural” (p. 85).

Bueno coloca um subtítulo no segundo capítulo intitulado 'interferência e monopólio' para comentar três problemas fundamentais.

A interferência do Estado e a concentração de empresas, somando-se a estes um terceiro, talvez menos evidente mas não menos real: a mentalidade do empresário que condiciona a participação da empresa privada nos processos definidos pelos dois primeiros problemas (p. 87).

De acordo com o pesquisador, o início do século XX foi o momento marcante que consolida a passagem da imprensa artesanal para a imprensa industrial no nosso país.

Se chegarmos à conclusão de que os jornais, ou pelo menos alguns deles, no final do século passado, já se caracterizavam como unidades industriais, na verdadeira acepção do termo, teremos obtido um dado novo e surpreendente: a imprensa, antecipando-se a outros setores da economia, ingressou na era industrial, o que, no mínimo, destrói a idéia de que a industrialização representa um processo global, ou mesmo sugere a possibilidade de a imprensa ter exercido, neste momento, o papel de agente catalizador da expansão industrial no Brasil (p. 98).

Podemos considerar que o início do processo de industrialização no Brasil é fato culminante para o início da industrialização jornalística no Brasil. De modo que

3 O autor refere-se a fatores econômicos que melhoram as condições sociais dos moradores de um país.

depois a década de 30 o crescimento foi mais significativo. A economia brasileira começou a ganhar força e novas estruturas gráficas passaram a dominar o cenário jornalístico. Os jornais (Estado de S. Paulo e o Jornal do Brasil) proporcionaram a ascensão burguesa e uma nova estrutura configurou-se. “jornais desapareceram ou foram relegados ao interior do Estado e a da simultaneidade da alteração na tecnologia da impressão com outras modificações infraestruturais (circulação, distribuição e articulação jornal-leitor e jornal-anunciantes)” (p. 104).

O terceiro capítulo é dedicado à dimensão investigativa, ou seja, Bueno nos prova que a realidade imprensa industrial/artesanal não é algo superado ou em decadência e sim algo vigente em nossos dias.

A pesquisa de Bueno reduziu-se a uma análise de 276 jornais, distribuídos por 169 municípios paulistanos, do qual se extraiu uma amostra para a coleta dos dados com o objetivo de traçar a verdadeira dimensão da imprensa artesanal.

Projetando a sua real importância dentro do sistema global de comunicação que caracteriza o nosso país e, imbuído deste mesmo espírito, questionar a informação corrente de que a realidade que esta imprensa circunscreve está fadada a desaparecer (p. 137-138).

As hipóteses de Bueno foram:

- 1) A maior parte dos municípios paulistas não dispõe de veículos impressos e vivem em função de órgãos de informação externos, quase sempre distanciados de seus problemas.
- 2) Em termos absolutos, a tiragem dos jornais da imprensa artesanal é reduzida e grande e grande é sua periodicidade, mas baseados exclusivamente nestes dados, não podemos concluir, apressadamente, que a população é mal informada.
- 3) A imprensa artesanal não se constitui em empresa na verdadeira acepção do termo.
- 4) A infraestrutura dos jornais artesanais é precária.
- 5) No que se refere ao emprego das modernas técnicas de informação jornalística, o jornal artesanal de nossos dias, via de regra, pouco evoluiu em relação ao jornal do século passado.
- 6) O jornal vive em função da ajuda oficial e é evidente, na maioria dos casos, a sua dependência ao poder público municipal.
- 7) A imprensa artesanal está empenhada em desenvolver o espírito comunitário, isto é seu objetivo maior é promover a integração social dos elementos que pertencem a comunidade a qual circunscreve.
- 8) A imagem que o estudante de jornalismo faz é bastante negativa.
- 9) Nas grandes cidades do interior do Estado de São Paulo, surge um jornal que reúne, simultaneamente e de maneira proporcional, elementos dos dois conjuntos tipo ideal definidos no primeiro capítulo, isto é, que pode ser caracterizado como pertencente ao estágio de transição entre a imprensa artesanal e a imprensa industrial.
- 10) Uma característica básica do grande jornal do interior, aqui denominado de jornal de transição, é a tendência manifesta de se

voltar para o mundo externo à comunidade e refletir seus problemas [...] (p. 141-146).

Sobre os resultados Bueno discorre:

Os dados colhidos junto a amostra, de maneira geral, confirmaram as hipóteses [...], compondo um amplo quadro da imprensa artesanal no interior do Estado de São Paulo. Na verdade, alguns reparos devem ser feitos aos enunciados originais porque o confronto com a realidade demonstrou que havíamos superestimado a amplitude ou o alcance de alguns deles (p. 184).

As hipóteses são confirmadas ou contestadas uma a uma. Sobre a tendência e concentração afirma que:

A concentração da imprensa periódica de informação geral do interior do Estado de São Paulo é flagrante, menos a uma análise menos demorada. Dos 534 municípios que compõem as regiões administrativas do Estado [...] apenas 169 dispõem do tipo aqui considerado (p. 185).

Sobre a aparente insignificância das tiragens Bueno corrobora:

Em termos absolutos, não se pode contestar o fato de que a tiragem dos jornais que constituem o conjunto da imprensa artesanal seja reduzida. É comum, no Estado de São Paulo, os periódicos cuja a tiragem não supera os 500 exemplares (p. 193).

A mentalidade artesanal é explicada da seguinte forma:

Frequentemente, os periódicos do interior se constituem em empreendimentos personalísticos, comandados por pessoas idosas, tradicionalmente integradas à vida da comunidade, mas não especializadas [...]. Além disso, estas pessoas se servem dos jornais apenas como um meio de obtenção de prestígio ou de doutrinação política (p. 198).

Sobre o elemento humano, Bueno chegou a resultados interessantes, na época (1977) em que sua pesquisa foi realizada em aproximadamente 70% dos periódicos não se encontrava mais de três funcionários no setor redacional. O nariz de cera também foi um elemento visto com grande frequência. A dependência dos veículos frente a instituições políticas também fez com que Bueno chegasse à conclusão de que boa parte dos jornais tem a opinião comprometida.

Um das hipóteses do autor era que o trabalho da imprensa do interior era voltado para desenvolver um espírito comunitário. E os resultados não mostraram isso. Em nenhum momento o autor afirma que os veículos fogem da realidade onde estão inseridos, mas que o distanciamento tornou-se “um processo (ou fenômeno) natural, independente mesmo da vontade de jornalistas e leitores”. (p. 207)

O mais interessante de toda a dissertação é que o trabalho do professor

Wilson da Costa Bueno, apesar de ser de 1977, é atual e reflete uma realidade dos dias de hoje e do Vale do Paraíba.

O texto é de fácil leitura e entendimento. Um dos objetivos do autor é subsidiar a formação dos estudantes de comunicação, que pretendem atuar em uma área que está fadada a desaparecer. O texto consegue alcançar seus objetivos e levar-nos a uma viagem extremamente interessante.

7.2 CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo - Buscas Práticas para uma Teoria da Ação Jornalística**. São Paulo. Summus, 1994.

A referida obra de Chaparro é de extrema importância para todos os estudantes de jornalismo que desejam conhecer o que realmente acontece nas redações. O livro de 130 páginas é dividido em cinco capítulos (Introdução, Pragmática Viva, O Poder de (Des)Informar, O Poder da Norma e Propostas Teóricas) nos promove uma reflexão quanto a intenção do profissional frente suas adversidades cotidianas. A ética, a técnica e a estética das ações jornalísticas são analisados a partir de um jogo de intenções que motivam as mensagens, os princípios éticos e aéticos que molduram o dia-a-dia das redações.

Na introdução Chaparro nos apresenta de que forma se construiu o que conhecemos atualmente por pragmática. “A conexão teórica entre jornalismo e pragmática está assentada no reconhecimento de que a utilização da língua não se seduz a produzir um enunciado, senão que esse enunciado é a execução de uma ação social” (p.18). Ou seja, assim como as orações ou os textos podem ser verdadeiros ou falsos, a pragmática (conseqüências) dos atos da fala (escrita) podem ter êxito ou fracassar. Estas “conseqüências”, construídas a partir das intenções dos jornalistas são analisadas neste livro.

Quando praticamos o fazer jornalístico, praticamos um processo social de ações conscientes, controladas ou controláveis. Portanto, fazeres combinados com intenções. Se pensamos para praticar nossas ações, devemos ser responsáveis moralmente por nossos fazeres. Por sua vez, as intenções dos fazeres estão vinculadas aos motivos éticos do próprio jornalista.

O jornalismo é o elo que, nos processos sociais, cria e mantém as mediações viabilizadoras do direito à informação. Eis aí o vínculo com o princípio ético universal que deve orientar a moral das ações jornalísticas e em função do qual o jornalista assume a responsabilidade consciente pelo seus fazeres profissionais. É importante, entretanto, distinguir Ética de Moral. Ética (...) significa costume,(...) Moral tornou-se a disciplina que estuda e regula as ações do comportamento humano” (p. 23).

O primeiro capítulo é reservado a reportagens que foram acompanhadas pelo autor. Chaparro desenvolveu um rastreamento dos registros descritivos dos fazeres jornalísticos, por meio de uma observação direta, em diferentes fases de produção, ou “com a recuperação, por meio de entrevistas, das interveniências dos diversos

protagonistas e agentes da ação” (p. 27).

A escolha das reportagens a serem rastreadas obedeceu a três critérios, na medida do possível combinados:

- a) Serem reportagens de acontecimentos socialmente relevantes;
- b) Serem reportagens com alto potencial de conflito político, ideológico ou moral, com a caracterização de confronto de interesses;
- c) Serem relatos de verificações feitas fora da redação, no campo dos fazeres, onde o repórter, teoricamente, exerce com liberdade a responsabilidade moral pelas opções jornalísticas.

A esses três critérios se acrescentou um quarto, metodologicamente importante: o de, com as as escolhas, percorrer diferentes editorias” (p. 27).

Os casos observados foram os seguintes: Racionamento de água em São Paulo (discute a falta de água em bairros da capital paulista); Tempos de Magri: ribalta e bastidores (o então ministro do Trabalho, Antônio Rogério Magri, se reúne com empresários de São Paulo na Federação das Industrias do Estado de São Paulo); Interpretação Livre (a médica e socióloga Cristina Grela dá uma entrevista ao Estadão e é publicado aquilo que ela não disse); Um repórter que opta (o repórter fala do transporte público em SP e faz uso de muitas estatísticas); O rombo do IPESP (matéria discute o desvio de verba); A greve 'bancada' (primeiro dia de greve da Polícia Civil em 1990); Justiceiros protegidos (na cidade de Diadema cresciam os protestos contra a impunidade de justiceiros, pois o número de mortes é cada vez maior) e O 'crime' de Juarez (Juarez Soares era secretário de esportes da Prefeitura de São Paulo e era acusado de ser sócio de um clube de jogos de azar).

No segundo capítulo Chaparro promove mais algumas discussões, diz-nos o quanto é importante uma boa apuração, de modo a levar ao leitor informações precisas e de qualidade. Fala da força do boato, que pode causar sensações conflitantes no leitor que acompanha determinados jornais.

O boato motiva pautas, esconde ou expõe fatos, amplia ou reduz a dimensão dos acontecimentos, altera-lhes o significado, atrai ou repele a curiosidade dos repórteres, motiva ou inibe perguntas, direciona reportagens, gera ou elimina manchetes, produz desmentidos ou confirmações – e ao provocar tais efeitos (sinal de que interage eficazmente com a cultura dos meios), pode determinar ou modificar as intenções das mensagens jornalísticas, adequando-as aos interesses a que está vinculado (p. 64).

Chaparro continua e discorre a respeito da capacitação das fontes, com o objetivo de destacar a importância de se contactar bons profissionais para as

entrevistas.

O terceiro capítulo é reservado ao poder da norma. Nas grandes redações, o poder (explícito) que determina ou tolera as decisões no dia-a-dia jornalístico, ainda que de origem desconhecida, é expresso em normas formalizadas em um manual.

O autor sugere que há uma patologia de princípios no jornalismo brasileiro:

O escamoteio ou a distorção de informações; as pautas motivadas por interesses particulares não revelados; a irresponsabilidade com que se difundem falsas informações ao público; a acomodação dos repórteres a um jornalismo de relatos superficiais; os textos confusos e imprecisos; a facilidade com que a imprensa acolhe, sem apurar, denúncias que favorecem ou prejudicam alguém; a freqüente prevalência dos objetivos do marketing sobre as razões jornalísticas; o desprezo pelo direito de resposta; a arrogância com que se protege o erro e se faz a apropriação anti-social do direito à informação (direito do leitor) – são claros sintomas de um desequilíbrio de identidade do jornalismo, enquanto função social (p. 108).

Eis o modelo macropragmático para a ação jornalística que o autor propõe: a sociedade é resultado de princípios éticos e razões morais que nos levam as intenções. A atualidade é resultado de acontecimentos e demandas que nos levam aos fazeres (norteados pela técnica e estética). As intenções e os fazeres resultam no relato veraz que promove uma recepção ativa (expectativas e perspectivas). Esta recepção ativa quando relacionada a sociedade nos permite entender os comportamento e quando relacionada a atualidade nos permite entender as ações sociais.

O modelo pragmático proposto, descritivo da ação jornalística, não é um cadeado racionalista, fechado à complexidade pluralista dos processos sociais e culturais, dentro dos quais ocorre o jornalismo. São processos construídos pelo confronto e pela cooperação. Na concepção do modelo, as fronteiras para as interferências dos autores e atores sociais estão totalmente abertas nos três pólos de interação: com a sociedade, que estabelece princípios e costumes, portanto, as razões éticas e morais; com a atualidade, representada não apenas pelo que acontece mas, também, por aquilo que as pessoas querem dizer e saber sobre o que acontece; e com a recepção ativa, onde se dá o encontro de expectativas e perspectivas. A ação jornalística ocorre e desenvolve-se na dinâmica desse tripé e integrada a ele (p. 117).

Chaparro concluí a obra nos propondo atributos do produto jornalísticos, são eles: atributo de definição (interesse) e atributos de relevância (atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, conseqüências, curiosidade, dramaticidade e surpresa).

Este livro é de fácil leitura e certamente de grande importância para o referido trabalho que procura entender como funciona a construção dos impressos brasileiros.

7.3 LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis: Vozes, 1979.

O principal objetivo de “Ideologia e técnica da notícia” é fazer com que o leitor entenda como se dá a construção do texto que lemos nos jornais. O autor começa com a apresentação do objeto jornal, parte para as formas hoje tradicionais da notícia até chegar a uma discussão sobre o conceito de verdade extraído da práxis jornalística. A obra de 126 páginas é dividida em três capítulos.

O primeiro capítulo é dedicado à apresentação do objeto jornal. Lage inicia sua dissertação descrevendo a composição física das páginas de um impresso. Logo em seguida nos diz como se deu o processo de desenvolvimento tecnológico da imprensa.

Os jornais, principalmente, são mercadorias altamente perecíveis. Uma distribuição capilar, como a que se exige quando é necessário servir a um grande número de localidades pequenas, aumenta os riscos de transporte e dificulta a fixação em níveis razoáveis de encalhe, ou porcentagem de devolução de exemplares não vendidos. A distribuição e o controle da circulação representam ônus importantes, no Brasil, quando se pensa em cobertura de vendas nacional ou regional. Coexistem na imprensa brasileiras as formas mais avançadas e mais primitivas, ou artesanais, de fabricar periódicos (p. 12).

Lage continua e nos dá noções históricas a respeito dos primeiros jornais que surgiram no mundo. De acordo com o autor o nascer da imprensa promoveu uma quebra de monopólio. “[...] os Avisi e as Zeitungen dos séculos XIII e XIV se dirigiam a um público relativamente aberto e não a alguém ou alguns” (p. 17).

Com os passar dos tempos a burguesia percebeu o poder dos jornais, transformando-os em produto. Neste instante surgem os primeiros vestígios da censura.

A burguesia ascendente utilizou seu novo produto para a difusão dos ideais de livre comércio e de livre produção que lhe convinham. Logo também viriam as respostas do poder político auto-crático a essa pregação subversiva, sob a forma de regulamentos de censura ou da edição de jornais oficiais e oficiosos, vinculados aos interesses da aristocracia. A liberdade de expressão do pensamento somou-se, na luta contra a censura, às outras liberdades pretendidas no ideário português, e o jornal tornou-se instrumento de luta ideológica, como jamais deixaria de ser (p. 18).

Surge a revolução do jornal-empresa, os veículos deixam de ser propagadores de um ideologia e passam a empregar e gerar lucros. Lage continua o primeiro capítulo apresentando alguns elementos que fazem parte da estrutura de

uma redação.

A divisão de funções na redação decorre de uma imposição da transformação do jornal em empresa: trata-se da adaptação de uma estrutura industrial à produção de informação e matérias de entretenimento, principalmente. Uma das conseqüências é que se estabelece a impessoalidade do maior volume de texto, à exceção de espaços físicos chamados de colunas (que podem ser assinadas pelos colunistas), artigos (também geralmente assinados) e editoriais (estes também de responsabilidade da empresa ou do redator-chefe). Da mesma forma que as matérias informativas assinadas são sujeitas ao modo industrial de produção, isto é, não correspondem ao que o autor escreveu ou escreveria caso não houvesse a intervenção da empresa (p. 26).

O autor inicia o segundo capítulo nos dizendo que as notícias “passaram a ser artigos de consumo, sujeitos a acabamento padronizado, embalados conforme as técnicas de marketing” (p. 33). Mais adiante ele nos apresenta alguns conceitos de notícia e explica a metodologia de pesquisa usada na construção desta obra literária.

No caso deste trabalho, interessamo-nos pela questão da organização das notícias na sociedade industrial, sua linguagem, e o meio brasileiro contemporâneo é o campo de observação. Ao utilizar os instrumentos da gramática lógico-formal para evidenciar alguns aspectos desta organização, não estaremos negando a historicidade das técnicas (p. 37)

Lage descreve algumas regras gramaticais que são importantes para o jornalista na hora de escrever uma notícia e aponta fatores que influem na ordem de interesse de classes ou grupos dominantes. São eles: proximidade (o homem se interessa principalmente pelo que lhe está próximo), atualidade (interesse pelos fatos mais próximos no tempo), identificação social (processa-se de baixo para cima da pirâmide que costuma representar uma sociedade dividida em classes), intensidade (admitindo dois eventos equivalentes, é mais notável o que tem maior intensidade aferida em números), ineditismo (a raridade de um acontecimento é fator essencial para o interesse que desperta) e identificação humana (quando um grande atleta ou uma grande cantora passam a despertar interesse mesmo entre os que não os apreciam).

Depois de nos orientar a respeito da gramática e de aspectos de interesse o autor traz referências ligadas a estrutura da notícia. Para concluir o segundo capítulo Lage apresenta-nos o gênero reportagem.

Como estilo de texto (não como departamento das redações), a reportagem é difícil de definir. Compreende desde a simples

complementação de uma notícia – uma expansão que situa o fato em suas relações mais óbvias com outros fatos antecedentes, conseqüentes ou correlatos – até o ensaio capaz de revelar, a partir da prática histórica, conteúdos de interesse permanente, como acontece com o relato da campanha de Canudos por Euclides da Cunha (p. 83).

Por fim o terceiro capítulo é dedicado à investigação sobre a verdade nas notícias. Lage nos conta que com o passar do tempo as verdades mudaram. Inúmeras foram as descobertas, fatos e casos antes tidos como verdades absolutas hoje são passíveis de contestação. Apesar das transformações deve ser missão para o profissional se atentar para a seguinte regra: “Cada coisa ou enunciado que se diz ser verdade é antes coisa verdadeira ou enunciado verdadeiro” (p. 97).

Esta obra de Lage é muito interessante pois nos traz noções básicas de como se dá a construção dos impressos. Leva-nos a uma reflexão quanto aos interesses do leitor e torna-se fundamental nesta pesquisa, que visa entender as rotinas de produção.

Capítulo I - A história do jornalismo impresso no mundo e no Brasil

1.1 Primeiras impressões

Desde que o mundo é mundo podemos dizer que o jornalismo existe. Seu nascimento não pode ser registrado com o surgimento dos primeiros panfletos ou com a inauguração dos primeiros jornais, mas sim no instante em que a informação tornou-se algo importante na construção da nossa sociedade.

Quando os viajantes iam de um continente ao outro vender especiarias e comentavam sobre as decisões dos governantes, ou quando os moradores de uma mesma região se encontravam na feira para comentar os fatos do dia, mesmo sem saber, todos eram os precursores da profissão jornalismo. “Na Europa central, os predecessores dos jornalistas atuais eram os bardos viajantes, que reportavam ou comentavam os acontecimentos do dia na feira, mercados e aristocráticas, assim como os mensageiros e os escrivãos públicos” (KUNCZIK, 1997, p. 22).

Se o termo 'jornalismo' é relativamente moderno, a sua história é muito antiga e se confunde, inevitavelmente, com a da imprensa, desde quando Johannes Gutenberg aperfeiçoou a técnica de reprodução de textos por meio do uso dos tipos móveis. De acordo com Kunczik, foi a partir deste instante que o mundo começou a registrar as primeiras iniciativas de censura, que marcou a sociedade e freou o desenvolvimento dos povos e o raciocínio dos homens. “Em 1482, a Igreja Católica emitiu os primeiros editais de censura, em Wüzburg¹ e na Basileia². Em 1487, o papa decretou que ninguém podia publicar nada sem a censurada Cúria romana (a corte papal) ou seu representante” (KUNCZIK, 1997, p. 24).

Mesmo depois de Gutenberg, os jornais manuscritos persistiam, pois “podiam driblar melhor o censor e oferecer informação exclusiva, rápida e confidencial” (KUNCZIK, 1997, p. 23). Desde anos antes de Cristo muitos 'veículos' nasceram e tantos outros deixaram de existir. Todos, por mais que queiram negar, certamente, já sofreram deste mal chamado censura.

O jornalismo transforma a realidade apreensível em relato. Apresenta-se como peça fundamental no registro dos acontecimentos, o que lhe confere uma função histórica na sociedade. Esta, por sua vez, é marcada pela necessidade de as pessoas registrarem a vida cotidiana, como forma de manter a memória viva. Assim,

1 Cidade francónia, ao norte do estado da Bavieira na Alemanha, está localizada na região administrativa da Baixa Francónia.

2 Significa Reino ou domínio, é uma cidade suíça, faz fronteira com a França e a Alemanha.

a memória jornalística surge como “a entrada em cena da opinião pública, nacional e internacional, que constrói também a sua própria história” (LE GOFF apud CÂNDIDO, 2008, on-line)³.

Os jornais marcaram época, registraram a ascensão e a decadência de políticos, defenderam regimes de governo e manipularam ideais. Com o tempo tudo passou de um simples papel com palavras e transformou-se em uma poderosa arma, capaz de influenciar as pessoas e construir um novo mercado de consumo. A informação tornou-se coadjuvante e os interesses, o artista principal.

Os jornais de notícias são o resultado desse processo na área da informação. Eles contribuíram para a expansão da sociedade de mercado de três formas: com os anúncios, ampliaram a oferta de bens de consumo e incentivam a produção e venda desses produtos; ao se transformarem aqueles mesmos em produto de consumo de massa, abriram uma nova frente de negócios e de mobilização e acumulação de capital; como vendedores de informações lidas por milhares de pessoas, se converteram em poderosos agentes veiculadores de ideologia, ajudando a construir a hegemonia cultural dos valores do livre mercado (SILVA, 1991, p.62).

O tempo passou e as grandes capitais do mundo ficaram saturadas dando espaço a uma nova tese do jornalismo: a regionalização das notícias por meio do jornalismo impresso. Melo (1998 apud PEREIRA, 2004) afirma que a modificação da estrutura fiscal do país, proporcionada pela Constituição de 1988, promoveu uma descentralização da arrecadação de impostos, o que fortaleceu as comunidades locais e atuou como fator de estímulo ao desenvolvimento regional e à imprensa do interior.

O Brasil, assim como todos os grandes países do mundo, passou a viver este novo cenário jornalístico. O que de um lado trouxe benefícios, pois aproximou a sociedade de quem a governava e abria para este crescente mercado de trabalho, mas que apontava para falácias, pois a qualidade do que se produzia era dúvida para muitos pesquisadores.

1.2 Na Antiguidade

3 CÂNDIDO, Vanessa Aparecida. **O jornalismo impresso como instrumento de resgate e construção da história regional.** Disponível em: <www.canastra.net/Artigos/o_jornalismo_impresso_como_instrumento_de_resgate.pdf> Acesso em: 08 fev. 2008. O artigo não menciona a data nem o ano em que foi elaborado..

Além de divulgadas oralmente pelos povos, as informações foram criando nas pessoas a necessidade de se tornar algo palpável, que pudesse ser visto por muitos ao mesmo tempo, por esta necessidade nascem os primeiros impressos da história. Desde milênios antes de Gutenberg, publicações já tinham sido criadas e distribuídas regularmente pelos governos. As primeiras reproduções da escrita foram obtidas sob um suporte de cera ou de argila com os selos cilíndricos e cunhas, encontradas nas mais antigas cidades da Suméria e da Mesopotâmia do século XXVII a.C.

O primeiro jornal regular a que se tem notícia foi o *Acta Diurna Populi Romani*, que o imperador Augusto mandava colocar no fórum romano no século I de nossa era. A publicação, gravada em tábuas de pedra, havia sido fundada em 59 a.C, por ordem de Júlio César, trazendo uma listagem de eventos ordenados pelo ditador. Nos dois importantes períodos da história (Roma Antiga e Império Romano) o conteúdo do *Acta Diurna* era praticamente o mesmo. Disponível em espaços públicos, o 'impresso' precursor informava notícias militares, obituários, entre outros assuntos. Tempos depois, em 713 d.C surge em Pequim, na China, o primeiro jornal manuscrito em papel, o *Notícias Diversas* (KUNCZIK, 1997, p. 22).

O século XV é considerado um marco para história da imprensa, em 1440 Johannes Gutenberg desenvolve a tecnologia da prensa móvel, utilizando os tipos móveis (caracteres avulsos gravados em blocos de madeira ou chumbo, que eram rearrumados em uma tábua para formar palavras e textos).

Na Baixa Idade Média, a primeira coleção e distribuição comercial e profissional de notícias é registrada em Veneza do século XVI quando os *scrittori d'avvisis* reuniam informações de toda índole. Após serem confeccionados, os papéis eram copiados e vendidos. Mais tarde, na Alemanha, surgem outros dois veículos escritos à mão, o *Notícias de Nuremberg* e o *Ordinari-Zeitungen*. Apesar da grande importância, ambos não eram distribuídos ao público.

Durante o século XVI, os centros mais produtivos eram as cidades universitárias e as cidades comerciais. Kunczik (1997, p. 22) lembra que “as instituições comerciais mais ricas também tiveram escritórios de coleta e divulgação de notícias para seu próprio uso”. Veneza continuou a ser a capital da imprensa por tempos, seguida de perto por Paris, Leon⁴, Frankfurt e Antuérpia⁵.

1.3 A imprensa pré-industrial

4 Província mais extensa da Espanha, está situada ao noroeste da península.

5 Segunda maior cidade da Bélgica e a maior da região de Flandres.

A primeira publicação impressa periódica regular (semanal), o *Nieuwe Tydingen*, surgiu na Antuérpia por volta de 1605. Mais tarde, em 1609, surgem na Alemanha os primeiros periódicos germânicos. O primeiro periódico jornalístico, semanal e em alemão data de 1615, com o nome de *Frankfurter Journal*. A Inglaterra inaugura o primeiro jornal particular em língua inglesa (*The Corante*) em 1621.

Com o passar do tempo, características muito parecidas com nossas atuais ansiedades são diagnosticadas na sociedade do século XVI e XVII. “Os assuntos 'maravilhosos' e 'assustadores' atraíam o maior interesse, e os editores enfatizavam que eram verdadeiras raridades” (KUNCZIK, 1997, p. 23).

O inglês *Weekly News*, em 1638, foi o primeiro jornal a publicar noticiário internacional. Foi seguido na França por *La Gazette*, de Théophraste Renaudot⁶ cujo primeiro número foi publicado em 30 de maio de 1631, e na Holanda pelo *Courante uyt Italien Duytschlandt*, em 1632. Kunczik (1997, p. 23) explica que “as tiragens dos jornais no século XVII eram de cem a duzentos exemplares, ainda que o *Frankfurter Journal* já tivesse um circulação de 1500 exemplares em 1680”. O primeiro jornal em Português foi fundado em 1641, em Portugal: era *A Gazeta*, de Lisboa.

O jornal mais antigo do mundo ainda em circulação é o sueco *Post-Och Inrikes Tidningar*, que teve início em 1645. Até então, estas publicações tinham periodicidade semanal, quinzenal, mensal ou irregular. Foi só a partir de 1650 que surgiu o primeiro jornal impresso diário do mundo, o *Einkommende Zeitungen* (Notícias Recebidas) fundado na cidade alemã de Leipzig.

Já no Ocidente, o primeiro jornal apareceu nas colônias britânicas da América do Norte (hoje Estados Unidos), publicado em Boston: o *Publick Occurrences, Both Forreign and Domestick*, que no entanto só teve uma edição. De 1702 a 1735 circulou o primeiro jornal diário em inglês, o *The Daily Courant*, de Samuel Buckley⁷, também nas colônias britânicas. Mais do que primeiro jornal diário, Chaparro (1998) explica que “a importância do Courant, porém vai além das datas: ganhou fama e lugar na história da imprensa por causa de uma inovação criada por Buckley”. O editor-diretor foi responsável por introduzir o conceito de objetividade, preocupava-se com o relato preciso dos fatos, as notícias passam a ser tratadas como notícias, sem comentários.

6 Jornalista, médico e filantropo francês. Nasceu em 1586 em Loudun, na França, e foi o fundador da publicidade e da imprensa francesas. Renaudot morreu em 1653.

7 Jornalista inglês do século XVIII.

Em meio a crise financeira que ameaçou o Courant logo nos seus primeiros tempos de existência, Elizabeth Mallet, fundadora do diário chamou Buckley e lhe confiou a missão de salvar o jornal [...]. O novo diretor criou uma estratégia e um estilo que influenciaria todo o jornalismo mundial: separou as notícias dos artigos – news em um lado, preponderantes; comments em outro, para não 'contaminar' as informações, por que 'os leitores são capazes de refletir por eles próprios' e cito, aqui o historiador português José Tenganinha, que considera o Daily Courant como o primeiro diário noticioso. [...] Os problemas do Daily Courant eram diferentes dos de outros jornais, periódicos semanais ou de periodicidade mais dilatada. Nasceu para noticiar as ocorrências do mundo político, entre as quais maior as notícias das chamadas 'guerras de malborough' (CHAPARRO, 1998, on-line).

Chaparro (1998) explica que Samuel Buckley “pretendia agregar ao seu jornal uma imagem de credibilidade e independência, como condição de sucesso”.

O Daily Courant pode não ter conseguido o sucesso pretendido por Buckley, numa época em que o Artigo iniciava um longo ápice, como classe de texto predominante na imprensa. Mas no campo da linguagem, certamente ofereceu valiosa contribuição a evolução do jornalismo – não por causa da credibilidade resultante da impossível separação entre opinião e informação, mas devido a eficácia resultante do rigor dos conteúdos e da clareza pedagógica que acontece na organização de textos e espaços, quando se separam os artigos (comentários) das notícias (relatos) (CHAPARRO, 1998, on-line).

Chaparro (1998) conta que em 1729, nasceu o *Pennsylvania Gazette*, de Benjamim Franklin⁸, primeiro jornal a se manter com renda publicitária. O *Pennsylvania* marcou o início de uma nova era para os veículos de mídia impressa, que passaram a contar com um novo aliado, a publicidade.

A publicidade tornou-se cada vez mais importante para a imprensa. À medida que progredia a divisão do trabalho e os mercados cresciam mais e mais, tornou-se necessário anunciar os produtos publicamente. Desenvolveu-se a chamada imprensa de inteligência (de *intellegere* = tomar conhecimento), especialmente em Paris e Londres de meados do século XVII, que consistia em páginas especiais de publicidade, com uma parte editorial adjunta. Na Prússia, em verdade, houve uma coação à inteligência, quer dizer, as promoções tinham que aparecer primeiro em um jornal autorizado pelo Estado (KUNCZIK, 1997, p. 23).

Também em 1729 nascem os primeiros jornais latino-americanos, a *Gaceta de Guatemala* e *Las Primicias de la Cultura de Quito*. O primeiro jornal diário da América foi *Gaceta de Lima*, circulando diariamente desde 1743. Em 1728, é

⁸ Jornalista, editor, autor, filantropo, abolicionista, funcionário público, cientista, diplomata e inventor estadunidense. Foi um dos líderes da Revolução Americana. Nasceu em 1706 e morreu em 1790.

fundado o *St. Peterburgo Vedomosti*, o jornal mais antigo da Rússia, ainda em circulação.

O mundo passa a dar valor para o capital e os processos de industrialização começam a dominar os países predominantemente agrícolas. Um paralelo pode neste instante ser traçado e características dos jornais modernos podem ser observados já nos séculos XVI e XVII.

Muito tempo se passou antes de se chegar às quatro características dos jornais modernos: 1. publicidade; 2. atualidade (ou seja, informação que se relaciona com o presente e o influencia); 3. universalidade (sem excluir nenhum tema); 4. periodicidade (distribuição regular) (KUNCZIK, 1997, p. 23).

1.4 A imprensa capitalista e a industrialização

Os séculos XVII e XIX chegaram e os líderes políticos perceberam uma nova tendência: os jornais podiam influenciar os eleitores. Nesta época percebe-se um grande aumento de veículos ligados a partidos políticos.

Até os anos 1830, os jornais americanos prestavam serviços a partidos políticos ou a alguma atividade de negócio. Depois deles, os jornais passaram a vender um produto (a notícia) a um público e a vender o seu público a anunciantes interessados em aumentar a venda de seus próprios produtos. Em 1840, nos EUA já havia 138 diários e a tiragem já chegava a 300 mil exemplares (SILVA, 1991, p. 61).

Shudson coloca o ano de 1830 como um marco para o jornalismo impresso norte-americano.

A década de 1830 marcou uma revolução no jornalismo americano. Essa revolução levou ao triunfo da notícia sobre o editorial, dos fatos sobre a opinião, uma mudança que foi moldada pela expansão da democracia e do mercado e que a conduziria, no seu devido tempo, ao incômodo compromisso de fidelidade do jornalista com a objetividade” (SHUDSON, 1978, p.14 apud SILVA, 1991, p. 61).

De acordo com Silva (1991, p.61) o estudo de Shudson “mostra com grande inteligência [...] que as mudanças verificadas no jornalismo americano estavam ligadas intimamente às alterações amplas da sociedade, da economia e da política do mesmo período”.

Durante a década de 1830, os negócios e a política se democratizaram nos EUA. Mais pessoas adquiriram poder e riquezas e um zelo pelas oportunidades iguais para todos conduziu à expansão dos serviços educacionais públicos, à recusa a sistemas de monopólios garantidos pelo Estado e pela prática de um liberalismo econômico radical (SILVA, 1991, p. 61).

O *The Times*, de Londres, começa a circular em 1785, com o nome de *The Daily Universal Register*. Três anos depois o *The Daily* passa a se chamar *The Times*. Já em meados do século XIX surgem publicações parecidas com o jornal diário que tem-se atualmente, os empresários perceberam o potencial comercial dos impressos. O capitalismo e a mágica do negócio lucrativo tornam-se importantes marcos da história da imprensa e dos jornais.

Nos Estados Unidos da América, a imprensa chegou em 1638 a Cambridge, no estado de Massachusets. O primeiro jornal da colônia inglesa na América do Norte apareceu em Boston, em 1690, e foi o *Public Occurences Both Foreign and Domestic*. Mas foi no período capitalista que Joseph Pulitzer⁹ e William Randolph Hearst¹⁰ criaram os primeiros grandes veículos destinados a massa.

Kunczik (1997) explica que o *The New York Sun* foi o primeiro jornal 'popular', vendido a um centavo de dólar. Já o *The Guardian*, um dos mais vendidos do Reino Unido até hoje, surge em 1821. Acompanhando a industrialização do ocidente, o Japão ganha em 1871 seu primeiro jornal, com o nome de *Yokohama Mainich Shimbun* (Notícias diárias de Yokohama).

Apesar do grande número de veículos que existiam por volta de 1840, muitos eram extremamente regionalistas e não mantinham correspondentes nas mais diversas unidades da federação norte-americana. Esta fragilidade acontecia não pela falta de profissionais, mas pelos altos custos de manutenção. Pensando nesta contenção de custos, os periódicos de New York, durante a guerra dos EUA e o México, decidem fundar, em 1848, a agência *Associated Press* (AP) (KUNCZIK, 1997, p. 37).

Erbolato (2002, p. 204) explica que o conteúdo produzido pela agência AP era usado com exclusividade pelos jornais associados, algo que a Suprema Corte julgou ilegal tempos mais tarde.

[...] em 1945, a Suprema Corte decidiu que o monopólio era ilegal, e os serviços noticiosos da AP tiveram que ser vendidos a todos os jornais que pretendessem assiná-los e recebê-los diariamente. Possui perto de 7600 assinantes, dois quais 3000 nos Estados Unidos e transmite cerca de 300 mil palavras por dia. É uma sociedade cooperativa, formada para obter notícias. Cada um dos jornais americanos que pagam seus serviços se converte em membro da cooperativa e pode opinar sobre os sistemas

9 Jornalista e editor estadunidense. Em 1864 migrou para os EUA. A resistência de Pulitzer a todos os tipos de pressões e construções da investigação contribuíram para uma vitória crucial na liberdade de imprensa norte-americana.

10 Magnata da imprensa estadunidense. Na época áurea, sua empresa, a Hearst Corporation foi proprietária de 28 jornais, entre eles o San Francisco, Examiner, o Chicago Examiner, o The New York Journal e o Boston American. É um dos precursores da chamada 'imprensa marron'.

empregados para conseguir a informação e criticar sua política financeira (ERBOLATO, 2002, p. 204).

Em 1851, o alemão Paul Julius Reuter, pioneiro dos serviços telégrafos, funda em Londres a agência *Reuters*. “[...] desde a Segunda Guerra Mundial, uma cooperativa de agências e jornais da *Common-wealth*, sem fins lucrativos. Não fornece notícias nacionais aos assinantes britânicos”. (ERBOLATO, 2002, p. 204)

A *Unidet Press International* é criada em 1892. A agência alemã *Transocean* é fundada em 1915 para cobrir a I Guerra Mundial na Europa, com a visão da Tríplice Aliança¹¹

Em 1949, três agências alemãs se unem para formar a *Deutsche Presse-Agentur* (DPA). Atualmente as agências de notícias abastecem boa parte dos impressos do mundo.

1.5 Novas tecnologias de comunicação

O ano de 1861 marcou a história norte-americana com o início da Guerra Civil. Para a imprensa também o ano ficou registrado na memória como o início de uma nova era. Inovações técnicas e novas condições de trabalho vão dar credenciais para que repórteres e fotógrafos possam cobrir o conflito. As condições de transmissão da informação ainda eram precárias e, por isso, surge a necessidade de desenvolver o lead¹². O novo artifício garantia que a notícia principal chegasse a redação pelo telégrafo.

Os jornais inventam as manchetes, títulos em letras grandes na primeira página, para destacar as novidades da guerra. O primeiro jornal a enviar correspondentes para dois lados de uma guerra foi o *The Guardian*, de Manchester, na Guerra Franco-Prussiana¹³, em 1871.

Samuel Finley Breese Morse revoluciona este processo de transmissão de informação quando cria em 1844 o telégrafo, que chega ao auge na segunda metade do século XIX quando entre os continentes são instalados cabos

11 Foi um acordo militar entre a Alemanha, a Áustria-Hungria e Itália, estabelecido formalmente em 20 de maio de 1882, em que cada uma garantia apoio às demais no caso de algum ataque.

12 O lead (ou na forma aportuguesada lide) é, em jornalismo, a primeira parte de uma notícia, geralmente posta em destaque relativo, que fornece ao leitor a informação básica sobre o tema e pretende prender-lhe o interesse. É uma expressão inglesa que significa 'guia' ou 'o que vem a frente'. Na teoria do jornalismo, as seis perguntas do lead devem ser respondidas na elaboração de uma matéria; São elas: o quê?, quem?, quando?, como?, por quê? e onde?.

13 Conflito armado, que aconteceu de 1870 a 1871, entre a França de Napoleão III e um conjunto de estados germânicos liderados pela Prússia.

submarinos. Também aparecem novidades no campo da impressão. A primeira rotativa começa a funcionar em 1847, nos EUA. O linotipo foi inventado em 1889, por Otto Mergenthaler, transformando as técnicas de composição das páginas com o uso de tipos de chumbo fundidos para gerar linhas inteiras de texto. A fotografia começou a ser usada na imprensa diária em 1880. Em 1919, surge o *New York Daily News*, primeiro jornal em formato tablóide¹⁴.

Os anos de 1800 passam e mundo começa a viver o século XX, época mais promissora de nossa era. A informação definitivamente ganha poder, as novas tecnologias transformam pequenos veículos de comunicação em importantes instituições. A notícia passa a ganhar um alcance global e o jornalismo é praticado com o objetivo de atender os anseios de uma nova sociedade contemporânea. Em 1962, o jornal norte-americano *Los Angeles Times* utiliza fitas perfuradas para agilizar a composição de linotipos. E em 1973, aparecem os primeiros terminais computadorizados para edição jornalística (KUNCZIK, 1997, p. 26).

Boa parte dos diários, atualmente, faz uso do sistema de impressão *off-set*: resultado da evolução do sistema litográfico, foi inventada por Johann Alois Senefelder¹⁵ no ano de 1798, na cidade de Munique na Alemanha. O *off-set* (expressão que vem do inglês set off; que significa 'a transferência de tinta de uma página para outra') – ou impressão direta – é o processo pelo qual a imagem é gravada foto-mecanicamente em uma chapa de zinco ou alumínio; depois, é transferida para um cilindro de borracha; em seguida, para uma folha de papel. Versátil esse sistema tem alta qualidade de impressão e permite trabalhar em vários formatos, em preto-e-branco e em cores, utilizando tanto impressoras planas quanto rotativas. Além disso o custo deste processo é baixo, o que proporciona uma tiragem maior.

1.6 No Brasil: de colônia à atualidade

A imprensa foi introduzida no Brasil com a chegada de D. João VI, tangido de Portugal pelas forças napoleônicas do general Junot. O material gráfico, que era pertencente à Secretaria dos Estrangeiros e da Guerra, foi colocado no porão do navio Medusa, pelo conde da Barca e, posteriormente, instalado em sua casa.

¹⁴ O termo tablóide designa um formato de jornal que surgiu em meados do século XIX, no qual cada página mede aproximadamente a metade do tamanho de um jornal standard (ou seja, cerca de 37,5cm x 30cm). As notícias são tratadas num formato mais curto e o número de ilustrações costuma ser maior do que o dos diários em formato tradicional.

¹⁵ Ator e dramaturgo, que inventou a técnica de impressão litográfica. Nasceu em Praga no dia 06 de novembro de 1771 e morreu em Munique dia 26 de fevereiro de 1834.

Depois de um ato real, a casa passou a funcionar como *Imprensa Régia* e de lá saiu em 10 de setembro de 1808, o primeiro jornal editado no Brasil, a *Gazeta do Rio de Janeiro*. O jornal que a princípio saía duas vezes por semana e tinha quatro páginas. Depois de passar por várias direções e denominações, sempre com caráter oficial, tornou-se em 1º de janeiro de 1892, o *Diário Oficial*, que se conhece até hoje. Nelson Sodré (1999) explica a linha editorial do primeiro impresso brasileiro:

A característica principal da fase proto-histórica da imprensa brasileira, válida apenas do ponto de vista cronológico, foi a iniciativa oficial, de que o aparecimento da *Gazeta do Rio de Janeiro* constituiu o primeiro fato. A iniciativa correspondia a determinadas causas – não era gratuita. Era agora necessário informar, e isso prova que o absolutismo estava em declínio. Já precisava dos louvores, de ver proclamadas as suas virtudes, de difundir os seus benefícios, de, principalmente combater as idéias que lhe eram contrárias (SODRÉ, 1999, p.29).

Praticamente ao mesmo tempo, nascia em Londres o *Correio Braziliense*. Destinado ao mundo lusíada, o jornal fundado por Hipólito José da Costa se beneficiou da liberdade de imprensa existente na Inglaterra para criticar os atos do governo português. Apesar de estar em todos os registros da história da imprensa brasileira, o surgir do *Correio Braziliense* não é apontado por Sodré como algo marcante e importante editorialmente.

O atraso da imprensa no Brasil, aliás, em última análise, tinha apenas uma explicação: ausência de capitalismo, ausência de burguesia. Só nos países em que o capitalismo se desenvolveu, a imprensa se desenvolveu. A influência do *Correio Braziliense*, pois foi muito relativa. Nada teve de extraordinário. Quando as circunstâncias exigiram, apareceu aqui a imprensa adequada. E por isso é que só por exagero se pode enquadrar o *Correio Braziliense* no conjunto da imprensa brasileira (SODRÉ, 1999, p. 28).

O segundo jornal editado no Brasil surgiu na Bahia em 14 de maio de 1811: *Idade d' Ouro do Brasil*, lançado sob a proteção do conde dos Arcos, que lhe impôs como regra a isenção total do noticiário político. Apesar disso, durante seus 12 anos de vida, defendeu abertamente o domínio português. Entre junho de 1821 e dezembro de 1822, cerca de 20 periódicos surgiram no Rio, dos quais um dos mais importantes foi o *Diário do Rio de Janeiro*, fundado pelo português Zeferino Vito de Meireles e com algumas características do jornal moderno de informações. Publicava anúncios e notícias sobre furtos, assassinatos, espetáculos, compra, venda, achados e aluguéis. Distanciava-se tanto da política que não noticiou nem a

proclamação da independência.

Também em 1821, surgem as primeiras publicações pró-independência, como os baianos *Diário Constitucional* e o *A Malagueta*. Com a autonomia política brasileira, em 1822, os jornais panfletários se propagam em diversos estados: *Farol Paulista*, *Observador Constitucional de São Paulo*, *O Precursor das Eleições de Minas Gerais* e *O Olindense de Pernambuco*.

Com o advento do império, cessada a turbulência política, o jornalismo entrou numa fase predominantemente cultural, abrigando homens de letras em centenas de publicações literárias e acadêmicas. Publicaram textos nos impressos brasileiros: Machado de Assis, Coelho Neto, Aluísio Azevedo, Olavo Bilac, Euclides da Cunha e Rui Barbosa.

Em 1891 surgia o *Jornal do Brasil*, trazendo inovações como o grande número de correspondentes estrangeiros e o sistema de distribuição em carroças. A 29 de julho de 1925, começou a circular no Rio de Janeiro, *O Globo*, de Irineu Marinho.

Dois fatos que contribuíram decisivamente para a modernização técnica da imprensa brasileira em meados do século XX foram as reformas do *Diário Carioca*, em 1947, e do *Jornal do Brasil*, a partir de 1956. A do *Diário Carioca* caracterizou-se pela reformulação da linguagem jornalística criando um estilo direto e objetivo de narração; instituiu a diagramação e o departamento de texto; criou o colunismo social como se conhece hoje; e dinamizou a fotografia, que passou a ser um elemento informativo e não apenas ilustrativo. A reforma do *Jornal do Brasil* começou com o aparecimento do suplemento dominical, que lançou o movimento concretista no Brasil. Esse suplemento antecipou várias inovações gráficas que foram depois aproveitadas e sistematizadas no corpo do jornal: uniformização dos tipos, uso funcional de grandes espaços em branco e paginação ousada.

O *Pasquim* foi o primeiro e mais influente jornal de oposição à ditadura militar no Brasil. O projeto nasceu no final de 1968 após uma reunião entre o cartunista Jaguar¹⁶ e os jornalistas Tarso de Castro e Sérgio Cabral, o trio buscava uma opção para substituir o tablóide humorístico *A Carapuça*, de Sérgio Porto (que acabara de falecer). O nome foi sugestão de Jaguar, inspirado na história de um monsenhor italiano chamado Pasquino, que segundo a lenda escrevia fofocas e notícias para

16 Pseudônimo de Sérgio de Magalhães Gomes Jaguaribe, cartunista brasileiro que começou sua carreira em 1952 na revista *Manchete*. Nasceu no Rio de Janeiro em 29 de fevereiro de 1932, atualmente trabalha no jornal *O Dia*.

serem lidas em praça pública.

Com o tempo figuras de destaque na imprensa brasileira, como Ziraldo, Millôr, Proserpi, Claudius e Fortuna se juntaram ao time e a primeira edição finalmente saiu em 26 de junho de 1969. De uma tiragem inicial de 20 mil exemplares, que a princípio parecia exagerada, o semanário atingiu a marca de mais de 200 mil em seu auge, em meados dos anos 70, tornando-se um dos maiores fenômenos do mercado editorial brasileiro.

A princípio era uma publicação comportamental que falava sobre sexo, drogas, feminismo, mas o *Pasquim* foi tornando-se mais politizado a medida que aumentava a repressão da ditadura, principalmente após a promulgação do importante AI-5¹⁷. “O *Pasquim* passou então a ser porta-voz da indignação social brasileira” (SODRÉ, 1999, p. 83).

Na década de 80, bancas que vendiam jornais alternativos como o *Pasquim* passaram a ser alvo de atentados a bomba. Aproximadamente metade dos pontos de venda decidiu não mais repassar a publicação, temendo ameaças. Era o início do fim do *Pasquim*. O jornal ainda sobreviveria à abertura política de 1985, mesmo com o surgimento de inúmeros jornais de oposição e de novos conceitos de humor. Graças aos esforços de Jaguar, o único da equipe original a permanecer no *Pasquim*, o semanário continuava ativo até a década de 90. A última edição, de número 1072, saiu em 11 de novembro de 1991 (SODRÉ, 1999, p. 84).

O século XX chega ao fim e os jornais passam a defender uma outra filosofia. O capitalismo toma conta dos impressos e os jornais passam a se colocar no mercado como importantes empresas.

A passagem do século, assim assinala, no Brasil, a transição da pequena à grande imprensa. Os pequenos jornais, de estrutura simples, as folhas tipográficas, cedem lugar às empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função. Se é assim afetado o plano da produção, o da circulação também o é, alternando-se as relações do jornal com o anunciante, com a política, com os leitores. Essa transição começara antes do fim do século, naturalmente, quando se esboçara, mas fica bem marcada quando se abre a nova centúria. Está naturalmente ligada às transformações do país, em seu conjunto, e nele, à ascensão burguesa, ao avanço das relações capitalistas: a transformação na imprensa é um dos aspectos desse avanço; o jornal será, daí por diante, empresa capitalista, de maior ou menor parte (SODRÉ, 1999, p. 275).

A partir dos anos 2000 os jornais acompanham o crescimento populacional do

17 O Ato Institucional Número Cinco foi o quinto de uma série de decretos emitidos pelo regime militar nos anos seguintes ao golpe militar de 1964 no Brasil. Foi um instrumento de poder que deu ao regime poderes absolutos e cuja primeira e maior consequência foi o fechamento do Congresso Nacional por quase um ano.

Brasil e um novo perfil do leitor pode ser traçado.

De acordo com levantamento divulgado pela Associação Nacional dos Jornais (ANJ) em média circulam pelo país mais de sete milhões de exemplares/dia. Destes 55% são entregues na casa do leitor. Homens e mulheres entre 25 e 34 anos são os mais interessados na leitura diária, acompanhados dos de 35 a 44 anos. As tabelas seguintes demonstram tal realidade:

Ano	Milhões exemplares/dia	Varição (%)
2007	8.083	+ 6,5
2006	7.230	+ 6,5
2005	6.789	+ 4,1
2004	6.522	+ 0,8
2003	6.470	- 7,2
2002	6.972	- 9,1
2001	7.670	- 2,7

Tabela 01 – Circulação média diária dos jornais¹⁸

Categoria	2007	2006	2005	2004	2003
Venda avulsa	48,5	44,8	41,3	39,1	39,1
Assinatura	51,5	55,2	58,7	60,9	60,9

Tabela 02 – Perfil de venda dos jornais diários¹⁹

Estrutura de idade dos leitores	% de leitura	% de alcance dentro do grupo de leitura
10 – 14	6	32
15 – 24	24	49
25 – 34	21	53
35 – 44	20	50
45 – 54	14	50
55 – 64	8	44
65 ou +	7	39
Total	100	-

Tabela 03 – Estrutura de leitura dos jornais diários²⁰

A tabela seguinte expõe detalhes do número de jornais em periodicidades diversas que circulam pelo Brasil desde 2001.

Periodicidade	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Diário	491	523	529	532	535	532

18 Estimativa na ANJ (Associação Nacional dos Jornais) para o mercado brasileiro, baseados nos dados do IVC – Instituto Verificador de Circulação.

19 Fonte: IVC – Instituto Verificador de Circulação.

20 Fonte: Ipsos Marplan – Estudos Marplan EGM – 9 cidades pesquisadas.

Semanal	937	1.221	1.405	1.399	1.533	1.531
Quinzenal	249	377	395	397	445	420
Mensal	176	380	396	424	380	378
Bissemanal	93	113	125	131	139	145
Trissemanal	34	39	35	35	36	40
Outros	-	31	108	86	30	30
Total	1.980	2.684	2.993	3.004	3.098	3.076

Tabela 04 – Número de jornais brasileiros²¹

De acordo com o levantamento da ANJ em 2006 circulavam pelo Brasil 532 jornais diários. Estes números merecem uma reflexão já que em 1988 a WAN (Associação Mundial dos Jornais) adotou a definição da UNESCO para jornais diários com o objetivo de padronizar e facilitar comparações internacionais. De acordo com essa definição, usada pela *Word Press Trends* (publicação da Associação), jornais diários são aqueles publicados no mínimo quatro dias por semana. Jornais não diários são aqueles publicados três dias ou menos.

Jornais: publicações periódicas destinadas ao público em geral e principalmente concebidas para serem uma das principais fontes de informação escrita sobre eventos atuais relacionados com os assuntos públicos, questões internacionais, política, etc. Eles podem também incluir artigos sobre obras literárias ou outros temas, bem como ilustrações e publicações. Esta definição inclui: a) jornais diários: jornais que relatam principalmente eventos que têm ocorrido no período de 24 horas antes de ir à imprensa (emitido pelo menos 4 vezes por semana); b) jornais não-diários: aqueles que dão notícia de um período mais longo, mas que quer fornecer aos seus leitores uma fonte primária de informação (emitido menos de 4 vezes por semana) (UNESCO)²².

Entre os maiores veículos existentes no Brasil estão os jornais do eixo Rio-São Paulo.

A tabela seguinte enumera os dez maiores em circulação:

nº	Título	Editora	Circulação	Formato
1	Folha de S. Paulo	Empresa Folha da Manhã	302.595	Standard
2	O Globo	Infoglobo Comunicações S.A.	280.329	Standard

21 Levantamento da ANJ, por meio de listas disponibilizadas por: ABRE, ADJORI/SC, ADJORI/RS, ADI/MD.

22 Newspapers: Periodic publications intended for de general public and mainly designed to be a primary source of written information on current events connect with public affairs, international questions, politics, etc. The may also include articles on literary or other subjects as well as illustrations and advertising . This definition includes: a) Daily newspapers, i.e. newspapers maily reporting events that have occured in the 24-hour period before going to press (issued at least 4 times a week); b) Non-daily newspapers which give news covering a longer period but which, either owing to their local nature or for other reasons, provide their readrs with a primary source of general information (issued less than 4 times a week).

3	Extra	Infoglobo Comunicações S.A.	273.560	Standard
4	O Estado de S. Paulo	S/A O Estado de S. Paulo	241.126	Standard
5	Super Notícia	Sempre Editora Ltda	238.611	Tablóide
6	Meia Hora	Editora O Dia S/A	205.768	Tablóide
7	Zero Hora	Zero Hora Editora Jornalística S/A	176.412	Tablóide
8	Diário Gaúcho	Zero Hora Editora Jornalística S/A	155.328	Tablóide
9	Correio do Povo	Empresa Jornalística Caldas Júnior	154.188	Tablóide
10	Lancee	Arete Editorial S/A	112.625	Tablóide

Tabela 05 – Os maiores jornais brasileiros em circulação²³

²³ Fonte: Instituto Verificador de Circulação (IVC) – circulação diária no período de janeiro a dezembro de 2007.

Capítulo II - O jornalismo regional

2.1 Conceitos e definições

A prática do jornalismo regional é algo corrente desde que os primeiros veículos nasceram. Todos começaram suas atividades atingindo um raio de abrangência local ou regional, para depois desenvolverem um potencial de alcance nacional ou internacional.

Tempos mais tarde, pensou-se no fim da comunicação local, mas Peruzzo (2005) corrobora alertando para a revalorização da mesma períodos depois.

Com o desenvolvimento da globalização, da economia e das comunicações, num primeiro momento, chegou-se a pressupor o fim da comunicação local, para em seguida se constatar o contrário: a revalorização da mesma, sua emergência ou consolidação em diferentes contextos e sob múltiplas formas (PERUZZO, 2005, p. 70).

Hoje, o mundo e o Brasil apresentam um novo cenário no que se refere à produção jornalística, valoriza-se o regionalismo como fórmula para conquistar leitores ou espectadores. Esta perspectiva é alvo de diversas pesquisas e, de acordo com Peruzzo (2005), desde os anos 1980 e 1990 o fenômeno já é estudado na Europa. No Brasil começou-se a explorar esta alternativa por volta de 1995.

Aproximadamente na segunda metade dos anos 1990, no Brasil a mídia regional e local começa a chamar a atenção pelo interesse demonstrado pelos segmentos de públicos locais e regionais. Ela passa a ampliar os espaços para programas produzidos nas regiões e difundir conteúdos antes restritos aos meios de comunicação comunitários engajados em lutas sociais nas localidades (PERUZZO, 2005, p. 73).

Percebe-se que boa parte do material acadêmico disponível sobre mídia regional aponta para análises no campo televisivo, mas todas as fundamentações também podem ser validadas quando o assunto são os jornais. Jornais que, por sua vez, são conceituados por Costella (2002, p. 35) como sendo “a publicação informativa dotada de atualidade, periodicidade e variedade de matéria, que foi durante séculos imprensa tipograficamente, surgiu pela convergência de vários fatores históricos”.

Entende-se por jornalismo impresso regional a opção pela cobertura noticiosa dos assuntos locais e regionais. Conforme diz Pimental (2000), “a conceituação do que venha a ser jornalismo regional passa, necessariamente, pelo alcance espacial do periódico”.

Wilson Bueno (apud COSTA, 2002, p. 46) diz que:

Jornal do interior é um veículo de comunicação impresso que circula em um 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).

Nassar (1996), em sua dissertação de mestrado a respeito de jornais de bairros paulistanos, chama de Imprensa Regional Urbana:

Os veículos editados de uma região geográfica específica das grandes metrópoles, que veiculam noticiário preferencialmente voltado aos assuntos do dia-a-dia daquela região, tendo a maior parte parte de sua publicidade também daquela região e, feitos para aquele público específico. Um jornal regional urbano noticiará o buraco da rua tal, as enchentes que paralisam tal bairro em dias de chuva, o trânsito caótico de determinada avenida. Mas ao mesmo tempo, irá [...] mosrar o que a região tem de bom (NASSAR, 1996, p. 8).

Costa (2002) em sua dissertação sobre as vozes dissonantes da imprensa no interior conta que poucos jornais surgiram como grandes veículos, quase todos começaram de forma tímida em cidades do interior¹.

A maior parte dos jornais de todo o mundo iniciou suas atividades em modestas redações, muito deles, em cidades do interior. Uns conseguiram espaço no mercado devido a inúmeros fatores, principalmente devido aos investimentos em equipamentos e à contratação de mão-de-obra qualificada. Outros, no entanto, continuaram com uma infra-estrutura reduzida, servindo apenas como alternativa de sustento para seus donos. E muitos, diante das dificuldades, sequer sobreviveram (COSTA, 2002, p. 45).

Marini (1997) contribui dizendo que mesmo os grandes veículos acabam por exercer um regionalismo e que esta nova tendência é uma forte realidade de mercado.

O Globo, mesmo circulando em Brasília, Belo Horizonte, etc, continua sendo um jornal regional. Um jornal para cariocas. Assim como no Rio Grande do Sul, onde reina o Zero Hora, ou em Santo André, com o Diário do Grande ABC. O que os diferencia, portanto é o prestígio. Uns são conhecidos nacionalmente e o que publicam repercute até no interior. Outros têm o espectro limitado à sua área de circulação.(MARINI, 1997, on-line)

2.2 Tendências e perspectivas do jornalismo regional

¹ Neste trabalho são chamadas cidades do interior aquelas de médio e pequeno porte, localizadas fora das imediações das capitais. As cidades de grande porte e visibilidade, com mais de 500 mil habitantes, geralmente conquistaram jornais melhor estruturados, tendo, inclusive, circulação regional.

O jornalismo regional hoje é uma realidade incontestável. Partindo deste princípio, estudiosos vislumbram a crescente prática e divulgam perspectivas de futuro. Wilson Marini (1998) propõe dez tendências para o jornalismo impresso regional no Brasil. A primeira delas caracteriza-se pela falta de inspiração, o parâmetro principal são os jornais do eixo Rio-São Paulo.

Os jornais mais evoluídos são uma mistura de conceitos do Estado, da Folha e do JB. Alberto Dines identificou essa tendência como 'menetismo'. A tendência de seguir os passos dos grandes, para tentar se igualar à 'cara' dos bem sucedidos (MARINI, 1998).

A segunda perspectiva caminha pela valorização dos assuntos locais, e por isso a pulverização de jornais por regiões. Para Marini (1998) “os jornais regionais tendem a privilegiar nas manchetes os assuntos locais e regionais, em contraposição à tendência anterior de seguir as manchetes de jornais da capital”.

A falta de amadurecimento dos conceitos e o conflito globalização versus regionalização também são tendências do novo fazer jornalismo apontado por Wilson Marini (1998).

Os jornais regionais ouviram o galo cantar, mas não sabem aonde. Ainda não chegaram a um equilíbrio da receita, 'visão global com ação local'. A visão global ainda é entendida como a reprodução do noticiário do exterior, retirado quase sempre de uma única agência noticiosa e editada por profissional nem sempre preparado (MARINI, 1998).

A quarta tendência fica por conta da ênfase dada aos colunistas da casa e o fim do reinado de colunistas nacionais. Marini (1998) coloca como perspectiva de futuro a concentração da informação em poucos títulos. A partir destas considerações aponta para a “polarização” em dois jornais, onde quantidade não é qualidade. “A diversidade de títulos, portanto, ao invés de se constituir em pluralidade jornalística, facilitando a livre divulgação de idéias e informação, denota fraqueza das empresas, o que é ruim para a liberdade” (MARINI, 1998).

Marini (1998) discute os casos existentes no interior de São Paulo e critica a proximidade com a capital. “Os veículos têm medo da segunda-feira e acabam por quebrar paradigmas importantes”. Ou seja, deixam de lado a necessidade dos jornais também no primeiro dia útil da semana.

As edições de segunda-feira, foram adotadas primeiramente nas cidades situadas num raio de 100 quilômetros ao redor da capital. A pressão parece ser geográfica. Vários jornais em cidades próximas à capital passaram a circular todos os dias da semana, desde que a Folha e o Estado definiram essa necessidade. O mesmo não

acontece com os jornais de porte equivalente mas situados em cidades mais distantes da capital. Seus diretores admitem que é uma exigência de mercado, mas alegam que ainda não estão preparados para a inovação. Um exemplo é Jundiaí, no meio caminho entre Campinas e São Paulo. O *Jornal de Jundiaí* já possui sua edição de segunda-feira. [...] Em contrapartida jornais de maior circulação em Bauru e Rio Preto, por exemplo, ainda não lançaram a edição de segunda-feira (MARINI, 1998).

A oitava tendência nos diz que o jornal são as informações e que o produto pode ser feito em qualquer lugar.

As inovações tecnológicas acabaram com o conceito de localidade em se tratando de jornal. A maioria dos semanários de cidades pequenas e médias, e até alguns diários, são impressos nas gráficas de grandes regionais, que chegam a rodar dezenas de títulos em horários ociosos. Não há mais necessidade de se possuir uma gráfica para se fazer um jornal e nem que ela esteja anexa à redação (MARINI, 1998).

Para Peruzzo (2005) fazer a impressão dos jornais em grandes gráficas prejudica a qualidade final do produto.

A tendência é a produção de veículos de baixo interesse jornalístico, com matérias frias, cumplicidade editorial evidente com ocupantes (ou aspirantes) de cargos públicos no poder legislativo e com forças econômicas locais que lhes dão sustentação e a destinação do espaço, majoritariamente, para anúncios publicitários. Pelo que denota, este tipo de jornal tem como razão de ser, sobretudo, a captação de recursos providos da publicidade e de outras formas de financiamento de suas operações, mais do que prover a região com notícias de interesse local. Esvazia-se a função jornalística. Esquece-se que ao leitor interessa não só matéria paga, mas também informação de qualidade e vinculada a seu mundo diário, em que é capaz de identificar atores, confrontar abordagens com os fatos reais e intercambiar impressões no nível da comunicação interpessoal (PERUZZO, 2005, p. 82-83).

A perspectiva de número nove defende a liberdade viva, pois “não há lugar e nem época para preservá-la” (MARINI, 1998).

E, por fim, outra tendência apontada por Marini (1998) revela a busca da regionalização por meio de títulos mais abrangentes. “Os jornais com mais de meio século de existência costumam ter o seu nome associado à cidade onde é editado. [...] Assim, o *Diário de Marília Notícias*, virou simplesmente *Diário* em 1992”.

Apesar de obstáculos que ainda precisam ser superados a prática do jornalismo regional é uma realidade que vem interferindo no processo comunicacional da sociedade de forma direta.

Pressupõe-se que o jornalismo local seja aquele que retrate a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de

proximidade. O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais, etc. Por vezes, se cerca de distorções, como as que têm origem em vínculos com interesses político-partidários e econômicos, mas mesmo acarretando vieses de informação, acaba contribuindo na divulgação de temas locais. Está num contexto vantajoso para o leitor ou telespectador, ou seja, a proximidade da informação. As pessoas acompanham os acontecimentos de forma mais direta, pela vivência ou presença pessoal, o que possibilita o confronto entre os fatos e sua versão midiática de forma mais natural (PERUZZO, 2005, p. 78.)

2.3 O jornalismo impresso no Vale do Paraíba Paulista

O Vale do Paraíba pode ser considerado o primeiro alvo dos exploradores portugueses, no interior do Brasil, em busca de índios e metais preciosos. De acordo com o historiador José Luiz Pasin (1988, p.9)), oficialmente, a região começou a ser explorada em 1628, quando o “capitão-mor João de Moura Fogaça concedeu a Jacques Félix e seus filhos 'datas de terras' no sertão do rio Paraíba, entre os atuais municípios de Pindamonhangaba e Tremembé”. Pouco mais tarde, em 1636, o capitão-mor de Itanhaném, Francisco Rocha, permitiu que Félix explorasse os sertões de Taubaté, dando origem, em 05 de dezembro de 1645, à Vila de São Francisco de Chagas de Taubaté, primeiro núcleo de povoamento oficialmente conhecido no Vale do Paraíba. Tempos antes, em 1643, Jacques Félix permitiu que o capitão Domingos Luiz Leme povoasse uma região que foi elevada a vila, em 13 de fevereiro de 1651, com o nome de Santo Antônio de Guaratinguetá. A partir de 1652, esboçava-se a formação da povoação de Nossa Senhora da Conceição de Jacareí. Em 1666, edificou-se a capela de Santo Antônio, núcleo inicial de Paraibuna. Ao norte de Taubaté, Baltazar da Costa Veiga inciou, em 1699, a povoação de Tremembé, mesma área onde surgiria a Vila de Nossa Senhora do Bom Sucesso de Pindamonhangaba.

As comunidades cresciam e novas vilas surgiam. De economia exclusivamente agrícola e de mão-de-obra escrava a cana-de-açúcar passa e perder força e o café torna-se cultivo fundamental do Vale do Paraíba Paulista.

No final do século XVIII, acompanhando o 'caminho novo' aberto da Vila de Nossa Senhora da Piedade de Lorena até a cidade do Rio de Janeiro, o café chegava ao município de Sant'Anna dos Areias transformando a paisagem geográfica, econômica e humana do Vale do Paraíba paulista. Em alguns municípios, o café substituiu rapidamente a cana-de-açúcar, enquanto que em outros (Lorena, Guaratinguetá, Pindamonhangaba) encontrou maior resistência por parte dos 'senhores de engenho'. Caminhando rapidamente, em

1836 o café dominava a economia vale-paraibana, sendo exportado pelos portos de Paraty, Mambucaba, Ubatuba, São Sebastião, Ariró e Jurumirim. O período áureo da produção cafeeira no Vale do Paraíba ocorreu na década de 1850 a 1860 (PASIN, 1988, p.15).

Com o cultivo do café o Vale transformou-se em uma das mais importantes regiões do país. Daqui saíam importantes decisões políticas e econômicas do Brasil-Ímpério. A partir de 1870, a falta de novas técnicas de cultivo e um crescente processo de desgaste das terras fez com que o cultivo de café entrasse em decadência. As leis abolicionistas surgem e a mentalidade conservadora dos fazendeiros fazem o Vale do Paraíba perder espaço para oeste paulista. Mesmo assim, o café resiste no Vale até a década de 1920.

A queda da Bolsa de Nova Iorque, em outubro de 1929, representou o golpe de morte na cultura cafeeira das áreas pioneiras. A falência dos grandes proprietários prenunciava uma mudança radical na economia e nos hábitos da sociedade vale-paraibana. Uma nova classe social emergia – a dos criadores de gado, e os fazendeiros produtores de leite. As várzeas, até em tão abandonadas, começaram a ser utilizadas pelos imigrantes para a cultura do arroz, do tomate, das hortaliças e das leguminosas. As cidades passam por novas mudanças. O comércio buscou novos caminhos e surgiram as primeiras tentativas de industrialização no Vale do Paraíba (PASIN, 1988, p. 19).

O século XX se aproxima do fim e a região passa a torna-se referência nos mais diversos campos econômicos. A indústria aeronáutica instala-se em São José dos Campos, Pindamonhangaba torna-se referência mundial na reciclagem de alumínio e Guaratinguetá passa a abrigar uma das mais importantes indústrias químicas do mundo. Atualmente o Vale do Paraíba Paulista abriga 39 cidades, divididas em seis microrregiões geográficas, e uma densidade demográfica superior a dois milhões de habitantes. A tabela seguinte, com informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) demonstra tal realidade.

Região Geográfica: Sudeste
Unidade da Federação: São Paulo - 39.827.570 habitantes
Mesorregião Geográfica: Vale do Paraíba Paulista – 2.155.485 habitantes

Microrregiões Geográficas:	Bananal – 26.171 habitantes	Arapeí – 2.527 habitantes Areias – 3.571 habitantes Bananal – 10.233 habitantes São José do Barreiro – 4.278 habitantes Silveiras – 5.562 habitantes
	Campos do Jordão – 65.757 habitantes	Campos do Jordão – 44.688 habitantes Monteiro Lobato – 3.994 habitantes Santo Antônio do Pinhal – 6.560 habitantes São Bento do Sapucaí – 10.515 habitantes
	Caraguatatuba – 255.057 habitantes	Caraguatatuba – 88.815 habitantes Ilhabela – 23.886 habitantes São Sebastião – 67.348 habitantes Ubatuba – 75.008 habitantes
	Guaratinguetá – 393.705 habitantes	Aparecida – 35.903 habitantes Cachoeira Paulista – 31.674 habitantes Canas – 4.318 habitantes Cruzeiro – 76.098 habitantes Guaratinguetá – 107.895 habitantes Lavrinhas – 6.543 habitantes Lorena – 79.317 habitantes Piquete – 14.475 habitantes Potim – 18.143 habitantes Queluz – 10.323 habitantes Roseira – 9.016 habitantes
	Paraibuna / Paraitinga – 71.075 habitantes	Cunha – 22.951 habitantes Jambeiro – 4.968 habitantes Lagoinha – 4.798 habitantes Natividade da Serra – 7.225 habitantes Paraibuna – 16.456 habitantes Redenção da Serra – 4.081 habitantes São Luís do Paraitinga – 10.496 habitantes
	São José dos Campos – 1.343.770 habitantes	Caçapava – 80.458 habitantes Igaratá – 8.537 habitantes Jacareí – 207.028 habitantes Pindamonhangaba – 135.682 habitantes Santa Branca – 13.282 habitantes São José dos Campos – 594.948 habitantes Taubaté – 265.514 habitantes Tremembé – 38.321 habitantes

Tabela 06 – Divisão geográfica do Vale do Paraíba Paulista de 2005 e resultados do censo demográfico 2007.

É neste contexto que explicamos a história dos jornais impressos no Vale do Paraíba. Os veículos, no passado, surgem como consequência dos acontecimentos históricos e hoje como resultado de um mundo com sociedades que precisam ser bem informadas, seja dos fatos em âmbito nacional, como também das notícias que acontecem do lado de casa.

Tudo indica que o primeiro impresso a circular no Vale do Paraíba foi O *Mosaico*, um jornal de Guaratinguetá. A pesquisadora Edilene Maia de Almeida (1998, p.33) conta que “é difícil esclarecer o dia, mês e ano exatos de fundação do *O Mosaico* pois os documentos existentes apenas falam da existência do jornal, mas nenhum comprova as fontes ou esclarece os detalhes”. Em um pequeno jornal, *O Paulistinha*, que circulou em Guaratinguetá de 1956 a 1958, há a seguinte referência:

Transcorre neste ano de 1958, uma das maiores eferérides de Guaratinguetá. Há cem anos, em 1858, surgia O Mosaico, fundado por Valentino Ribeiro da Fonseca, que foi, ao tudo leva crer, o primeiro jornal impresso do Vale do Paraíba. Nesta oportunidade, quando comemoramos o aniversário de Guaratinguetá, O Paulistinha antecipa e registra suas homenagens ao pioneiro do jornalismo Guaratinguetaense, que faz juz a uma comemoração à altura de tão importante empreendimento, marco inicial de uma nova era na terra de Domingos Luiz Leme [...] (ALMEIDA, 1998, p. 33).

A pesquisadora Edilene Maia de Almeida em um de seus artigos afirma que em *O Paulistinha* de 29 de janeiro de 1958, há uma outra citação que se refere novamente ao centenário da imprensa local:

Transcorre amanhã, dia 30 de janeiro, o primeiro centenário da Imprensa Guaratinguetaense e, mais que visto, vale-paraibana, já que a nossa querido (sic) Guaratinguetá teve a primazia do jornalismo em nossa região. A importância desse acontecimento flagrante, que dispensa maiores comentários (ALMEIDA, 1998, p. 34).

Apesar das citações e dos artigos existentes, de acordo com Edilene, não há provas que nos mostrem a data de circulação do primeiro jornal.

O *Taubatéense* foi o primeiro jornal a circular na cidade de Taubaté, a partir da manhã de 29 de agosto de 1861, uma quinta-feira, tendo por redator Antônio Gomes de Araújo e proprietário e impressor Francisco Inácio Xavier de Assis Moura. O livro 'A Imprensa Taubateana', de Antônio Melo Junior (1983), conta que o primeiro número do impresso pioneiro de Taubaté trazia a identificação de seu impressor, sua periodicidade, as condições para a publicação de correspondências, bem como o valor dos anúncios:

O Taubatéense é propriedade do impressor Francisco Xavier de Assis; publica-se todas as quintas-feiras. As correspondências não se publicam se não forem competentemente responsabilizadas com assinaturas reconhecidas com tabelião. O preço será conforme o ajuste. Publicam-se os anúncios a 80 réis por linha, vendem-se folhas avulsas a 160 réis. Subscreve-se na Rua do Rosário nº55 (ALMEIDA, 1998, p. 35).

Em 27 de julho de 1862, *O Taubatéense* passou a ser publicado em formato original 30cm x 22cm (tipo tablóide).

Antônio Carlos de Argôllo Andrade (1998, p. 37) historiador da divisão de Museus, Patrimônio e Arquivo Histórico de Taubaté, afirma que “*O Taubatéense* manteve-se até completar a edição de número 97, datada de 19 de dezembro de 1863”.

Uma das cidade mais antigas do Brasil, a tri-centenária Pindamonhangaba foi a sétima cidade do Estado de São Paulo a fundar um jornal: *O Progresso*, no ano de 1863. A partir dessa data, vários outros veículos de comunicação impressos foram criados no município, caracterizados por vários perfis, como republicanos, liberais, conservadores, humorísticos, literários e abolicionistas.

Registros de 23 de maio de 1874, existentes no Museu Frei Galvão de Guaratinguetá, apontam para a existência do *Jornal Echo Bananalense*, no município de Bananal. O veículo de propriedade de Antônio Rodrigues Leite trazia textos literários, agrícolas, comerciais e noticiosos.

Também no Museu há exemplares de *O Silverense* de 1897, criado e editado pelo imigrante italiano Francisco Soderro que informava notícias da localidade e da Câmara Municipal, anúncios do comércio local, de profissionais liberais e artigos dos redatores.

O último quartel do século XIX é o marco da imprensa da cidade de Cunha, com o surgimento do primeiro jornal, que se intitulou *O Jacuhy* (provável referência do Rio Jacuí, que se passa próximo à cidade de Cunha). O pioneiro de Cunha chegou ao fim no início da década de 1970. *O Cunhense* foi publicado de 1877 a 1879 e substituído pelo *O Conservador*, de 1880 a 1884, e reimpresso de 1885 em diante até a última década do século. Em 1882 surge em Pindamonhangaba o jornal *Tribuna do Norte*.

Durante o século XX a cidade de Cunha contribuiu de forma produtiva para o desenvolvimento do jornalismo do Vale do Paraíba. A tabela seguinte nos mostra o grande número de periódicos que surgiram na cidade:

Data de fundação	Nome do jornal
1915	Cidade de Cunha
1916	A Tesoura
1923	O Timoneiro

1910/1920	O Imperial/O Martelo/O Parafuso
1947	O Cunhense (reedição)
08 de dezembro de 1956	A Quermesse
20 de abril de 1958	O Centenário
01 de julho de 1968	O Climático
19 de novembro de 1969	O Montanhês
03 de fevereiro de 1973	A Resenha
22 de novembro de 1980	Voz Popular
01 de julho de 1991	Jornal Inteligente
1993	A Voz da Montanha
1994	Jornal Cunhense
1997	Jornal Hoje

Tabela 07 – Jornais criados na cidade de Cunha no século XX²

A pioneira da imprensa no Vale do Paraíba contribuiu de forma significativa com a história do jornalismo impresso.

Durante a primeira metade do século XX Guaratinguetá foi berço de importantes veículos. José Nogueira, criou em 06 de setembro de 1903, o semanal *Gazeta do Povo*. Um ano mais tarde surge o *Gazeta Paulista*, que a partir de 1907 passa a levar o slogan: “Órgão noticioso, commercial e advogado dos interesses do povo” (sic) (MOREIRA, 2008, on-line)

Em abril de 1906 surge o semanário republicano, *Voz do Povo*. O jornal em tamanho tablóide, com quatro páginas e sem fotos, retratava os assuntos políticos da cidade. No Museu Frei Galvão há registros do *Gazeta do Norte*, em 1910. A data de 14 de fevereiro de 1914 é importante para a fundação do *Correio Popular*, que em 09 de setembro de 1934 passou a se chamar *Correio Paulista*.

Moura e Marcelo contam que na década de 1920 surge, em Guaratinguetá *O Eco*, jornal que se caracterizou por manter características que caíram em desuso em função de uma modernização estética. Entre as peculiaridades podemos destacar a coluna de aniversários, o editorial em primeira página e poesias enviadas por leitores.

Sendo um veículo impresso do partido Republicano Paulista, *O Parahyba* possuía uma linha editorial totalmente partidária da prefeitura municipal de Guaratinguetá. Fundado em 1936, o periódico tinha uma circulação semanal, tamanho standart e era administrado pelo então jornalista José Bernado Paes (MOREIRA, 2008, on-line)

Outro marco importante na história do Vale é o nascimento em 06 de janeiro

2 Fonte: VELOSO, João José de. A imprensa no município de Cunha. Acervo Mídia Regional: Revista do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação de Taubaté, Taubaté, ano 4, n. 5, p. 145-153, 2ºsem. 2000.

de 1952 do jornal *Valeparaibano*, na cidade de Caçapava.

Há 28 anos a cidade de Pindamonhangaba recebia o *Jornal da Cidade de Pinda*. O veículo, que ainda mantém impressões de terças a sextas, faz parte da Editora Rede Nacional de Comunicação do Interior Ltda.

O Vale do Paraíba Paulista é uma das regiões mais importantes do Brasil, tanto no campo econômico como cultural. Resultado da fusão de diversos povos vindos do mundo todo, a região construiu sua própria história e seu próprio método de fazer jornalismo. Os 'impressos do Vale' foram sendo formatados de acordo com as necessidades de uma sociedade que vivenciou importantes momentos do Brasil. Os periódicos nasciam e surgem para valorizar as teorias de regionalização, algo que perdeu força na segunda metade do século XX, mas que foi a raiz da realidade que podemos vivenciar. O jornalismo impresso praticado na região entre as serras do Mar e da Mantiqueira nos anos de 2008 é o presente e a herança da tímida história que dialogamos.

2.4 Levantamento: os jornais existentes nas microrregiões de Guaratinguetá e São José dos Campos

No Vale do Paraíba esta tendência e esta preferência pelas notícias regionais pode ser percebida com a constatação dos inúmeros veículos existentes nas cidades que compõem as microrregiões de Guaratinguetá e São José dos Campos. Para que possamos entender em qual universo estamos inseridos e de que forma dos jornais da região se apresentam surge este levantamento, realizado nos meses de março, abril e maio de 2008.

Microrregião de Guaratinguetá	
Aparecida	
Jornal O Aparecida	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	São José dos Campos à Cruzeiro e Bananal
Tiragem:	5.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Rogério Braga
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1977
Jornal Tranca e Gamela	

Periodicidade:	Quinzenal
Cidade (s) onde circula:	Aparecida e Guaratinguetá
Tiragem:	4.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Renato Correia Ribeiro
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	2004

Jornal Santuário de Aparecida

Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Jornal distribuído mediante assinaturas
Tiragem:	4.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Andresa Custódio
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1900

Jornal Dinoite

Periodicidade:	Mensal
Cidade (s) onde circula:	De Lavrinhas à Taubaté
Tiragem:	25.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Claudinéia Santos
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1996

Cachoeira Paulista**Jornal Cidade News**

Periodicidade:	Quinzenal
Cidade (s) onde circula:	Cachoeira Paulista, Canas, Lorena, Guaratinguetá.
Tiragem:	5.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	José Maurício do Prado
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	2004

Jornal O Momento

Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Cachoeira Paulista, Canas, Cruzeiro, Guaratinguetá, Lorena, Lavrinhas, Piquete e Silveiras.
Tiragem:	3.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Sidney Roberto Leduino
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1989

Canas

A cidade informou, através de nota, que o município não dispõe de veículo impresso.

Cruzeiro	
Jornal Classe Líder	
Periodicidade:	Quinzenal
Cidade (s) onde circula:	Cruzeiro, Lavrinhas, Cachoeira Paulista, Canas, Lorena, Piquete, Guaratinguetá, Aparecida, Potim, Roseira, Queluz, Silveiras, Areias, São José do Barreiro, Arapeí e Bananal.
Tiragem:	5.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Everaldo Oliveira Souza
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1995
Jornal A Notícia	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Cruzeiro, Lavrinhas, Piquete, Cachoeira Paulista, Queluz, Areias e São José do Barreiro.
Tiragem:	5.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Sérgio Luiz Santiago
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1982
Jornal Regional	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	<u>Vale Histórico:</u> Arapeí, Areias, Bananal, São José do Barreiro e Silveiras. <u>Médio Vale:</u> Aparecida, Cachoeira Paulista, Canas, Cruzeiro, Guaratinguetá, Lavrinhas, Lorena, Piquete, Potim, Queluz e Roseira. <u>Terras Altas da Mantiqueira:</u> Alagoa, Itamonte, Itanhandu, Passa Quatro, Pouso Alto, São Sebastião do Rio Verde, Virgínia, Delfim Moreira, São Lourenço, e Conceição do Rio Verde. <u>Outras cidades:</u> Aiuruoca, Baependi, Campanha, Carmo de Minas, Cristina, Cruzília e Soledade de Minas.
Tiragem:	8.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Adolfo Arvelos Vieira Neto
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1988

Guaratinguetá	
Jornal Notíci@S & Classificados	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Guaratinguetá, Aparecida, Roseira, Potim, Lorena,

	Cunha, Canas, Cachoeira Paulista, Pindamonhangaba.
Tiragem:	15.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	André Costa
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1995
Jornal Meia Noite	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Guaratinguetá e Lorena
Tiragem:	5.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Leonardo Quissak
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1999
Jornal Objetivo	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Aparecida, Arapeí, Bananal, Cçapava, Cachoeira Paulista, Canas, Cunha, Cruzeiro, Guaratinguetá, Lagoinha, Lavrinhas, Lorena, Natividade da Serra, Paraibuna, Pindamonhangaba, Piquete, Queluz, Redenção da Serra, Roseira, São José do Barreiro, São José dos Campos, São Luis do Paraitinga, Taubaté, Tremembé, São Paulo e Brasília.
Tiragem:	17.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Benedito Carlos Marcondes Coelho
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	2004
Folha do Povo	
Periodicidade:	Mensal
Cidade (s) onde circula:	Guaratinguetá, Aparecida, Silveiras, Queluz, Bananal, São José do Barreiro e Arapeí
Tiragem:	3.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Geraldo Dimas Carvalho Rosas
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1962
Jornal Vale Mais	
Periodicidade:	Quinzenal
Cidade (s) onde circula:	Guaratinguetá, Lorena, Aparecida, Canas, Cachoeira Paulista, Piquete, Cruzeiro, Roseira, Cunha, Potim, Pindamonhangaba, Taubaté, Caçapava, São José dos Campos e Campos do Jordão.
Tiragem:	15.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Ivan Leyraud Moniz Ribeiro Filho

Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1993
Jornal do Município de Guaratinguetá	
	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Guaratinguetá
Tiragem:	1.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Ivan Leyraud Moniz Ribeiro Filho
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1990
Jornal O ECO	
	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Guaratinguetá
Tiragem:	3.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Benedito C. Marcondes Coelho
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1928
Jornal Correio Paulista	
	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Guaratinguetá
Tiragem:	3.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Benedito C. Marcondes Coelho
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1914
Jornal Nova Opção	
	
Periodicidade:	Quinzenal
Cidade (s) onde circula:	Guaratinguetá, Aparecida e Lorena
Tiragem:	O veículo não quis informar a tiragem
Diretor / Jornalista responsável:	Geraldo Dimas Carvalho Rosas
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	2008

Lavrinhas

A cidade informou, através de nota, que o município não dispõe de veículo impresso.

Lorena

Jornal Guaypacaré



Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Lorena
Tiragem:	5.500 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	João Bosco Pereira de Oliveira

Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1975
Jornal Atos	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Guaratinguetá, Lorena, Aparecida, Cachoeira Paulista, Canas, Cruzeiro, Cunha, Piquete, Potim.
Tiragem:	O veículo não informou a tiragem
Diretor / Jornalista responsável:	Eder Billota
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1994
Jornal O Popular do Vale	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Lorena
Tiragem:	O veículo não informou a tiragem
Diretor / Jornalista responsável:	Luciano Meira
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1998

Piquete

A cidade informou, através de nota, que o município não dispõe de veículo impresso.

Potim

A cidade informou, através de nota, que o município não dispõe de veículo impresso.

Queluz

Folha de Queluz

FOLHA DE QUELUZ

Periodicidade:	Mensal
Cidade (s) onde circula:	Queluz
Tiragem:	3.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Sérgio Luiz Santiago
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	2004

Roseira

A cidade informou, através de nota, que o município não dispõe de veículo impresso.

Microrregião de São José dos Campos

Caçapava

A Gazeta Regional

A GAZETA Regional

Periodicidade:	Semanal
----------------	---------

Cidade (s) onde circula:	Caçapava, São José dos Campos, Campos do Jordão, Santo Antônio do Pinhal, Jambuí, São Bento do Sapucaí e Caraguatatuba
Tiragem:	3.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Nildo Barbosa
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	2000
Jornal de Caçapava	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Caçapava
Tiragem:	3.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Mônica Magna Cardoso Oliveira
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1984

Igaratá	
Jornal O Ouvidor	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Igaratá, Santa Izabel, Arujá, Jacareí, Nazaré Paulista, Guararema.
Tiragem:	O veículo não informou a tiragem
Diretor / Jornalista responsável:	Roberto Drumond Mello Silva
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1990

Jacareí	
Diário de Jacareí	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Jacareí
Tiragem:	4.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Angelo Ananias
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1968

Pindamonhangaba	
Jornal Tribuna do Norte	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Pindamonhangaba
Tiragem:	1.500 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Irani Gomes de Lima
Formato:	Standart

Ano de Fundação:	1882
Jornal da Cidade	
Periodicidade:	Diário
Cidade (s) onde circula:	Pindamonhangaba, Taubaté e Tremembé
Tiragem:	12.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	José Antônio de Oliveira
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1979

Santa Branca	
Jornal O Santabranquense	
Periodicidade:	Semanal
Cidade (s) onde circula:	Santa Branca e Jacareí
Tiragem:	6.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Edmilson Rodrigues
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1985
Jornal Cidades de Santa Branca, Salesópolis e Região	
Periodicidade:	Quinzenal
Cidade (s) onde circula:	Santa Branca, Salesópolis e Jacareí
Tiragem:	5.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Mauro San Martin
Formato:	Tablóide
Ano de Fundação:	1905

São José dos Campos³	
Jornal Valeparaibano	
Periodicidade:	Diário
Cidade (s) onde circula:	32 cidades do Vale do Paraíba
Tiragem:	20 mil exemplares em dias úteis e 32 mil exemplares aos domingos.
Diretor / Jornalista responsável:	Helcio Costa
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1952

Taubaté

3 De acordo com nota enviada pela Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal de São José dos Campos, na cidade circulam os seguintes jornais: Jornal Andrômeda, Jornal dos Esportes, Jornal Oportunidades, Jornal Vila Ema, Nosso Jornal, Opinião Regional, Troca-troca, Vale a Pena e Vale da Fé. Os referidos veículos não estão neste levantamento pois são veículos que visam a publicidade ou que circulam em pequenas áreas da cidade. O levantamento priorizou veículos que circulam em toda a cidade observada.

Diário de Taubaté		Diário de Taubaté	
Periodicidade:	Diário		
Cidade (s) onde circula:	Caçapava, Tremembé, Redenção da Serra, Natividade da Serra, São Luiz do Paraitinga, Santo Antônio do Pinhal, Cunha, Potim, Paraibuna, Jambeiro e Lagoinha.		
Tiragem:	Tiragem diária de 5.600 exemplares durante a semana e 7.500 exemplares aos sábados.		
Diretor / Jornalista responsável:	Iára de Carvalho		
Formato:	Standart		
Ano de Fundação:	1975		
Jornal A Voz do Vale			
Periodicidade:	Diário		
Cidade (s) onde circula:	Taubaté e Tremembé		
Tiragem:	4.000		
Diretor / Jornalista responsável:	André Ferreira		
Formato:	Standart		
Ano de Fundação:	1948		
Jornal Interação			
Periodicidade:	Mensal		
Cidade (s) onde circula:	Taubaté, Tremembé e Caçapava		
Tiragem:	2.000 exemplares		
Diretor / Jornalista responsável:	Valmir José		
Formato:	Tablóide		
Ano de Fundação:	2005		
Jornal Contato			
Periodicidade:	Semanal		
Cidade (s) onde circula:	Taubaté		
Tiragem:	2.500 exemplares		
Diretor / Jornalista responsável:	Pedro Venceslau		
Formato:	Tablóide		
Ano de Fundação:	2001		
Tremembé			
A Gazeta dos Municípios			
Periodicidade:	Quinzenal		
Cidade (s) onde circula:	Caçapava, Campos do Jordão, Caraguatatuba, Lagoinha, Monteiro Lobato, Natividade da Serra, Pindamonhangaba, Redenção da Serra, Santo Antônio do Pinhal, São Bento do Sapucaí, São Luis do		

	Paraitinga, Taubaté, Tremembé e Ubatuba.
Tiragem:	15.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Daniel Domingues Ribeiro
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1990
A Gazeta de Tremembé	A Gazeta de Tremembé
Periodicidade:	Quinzenal
Cidade (s) onde circula:	Caçapava, Campos do Jordão, Caraguatatuba, Lagoinha, Monteiro Lobato, Natividade da Serra, Pindamonhangaba, Redenção da Serra, Santo Antônio do Pinhal, São Bento do Sapucaí, São Luis do Paraitinga, Taubaté, Tremembé, Ubatuba, Jambeiro e Paraibuna.
Tiragem:	15.000 exemplares
Diretor / Jornalista responsável:	Daniel Domingues Ribeiro
Formato:	Standart
Ano de Fundação:	1988

Tabela 08 – Jornais existentes nas microrregiões de São José e Guaratinguetá

A partir dos resultados obtidos durante este trimestre de pesquisa apresentamos a tabela seguinte. O estudo revela-nos quantos jornais foram contabilizados, qual é a tiragem média de exemplares produzidos em pelo menos uma semana do mês e qual a relação média entre o número de impressos por habitantes de determinado município.

Cidades	Nº de jornais	Tiragem média em uma semana	População / IBGE 2007	Média jornal / habitantes em uma semana
Aparecida	04	38.000	35.903	1,05
Cachoeira Paulista	02	8.000	31.674	0,25
Canas	-	-	4.318	-
Cruzeiro	03	18.000	76.098	0,24
Guaratinguetá	09	62.000	107.895	0,57
Lavrinhas	-	-	6.543	-
Lorena	03	5.500	79.317	0,07
Piquete	-	-	14.475	-
Potim	-	-	18.143	-
Queluz	01	3.000	10.323	0,29
Roseira	-	-	9.016	-
Caçapava	02	6.000	80.458	0,07
Igaratá	01	- ⁴	8.537	-

4 Apesar da existência do veículo na cidade os diretores da empresa jornalística não informaram a tiragem.

Jacareí	01	12.000	207.098	0,05
Pindamonhangaba	02	61.500	135.682	0,45
Santa Branca	02	11.000	13.682	0,80
São José dos Campos	01 ⁵	120.000	594.948	0,20
Taubaté	04	28.000	265.514	0,19
Tremembé	02	30.000	38.321	0,78
Total: 21 cidades	37	427.500	1.737.475	0,25

Tabela 09 – Resultados obtidos durante o período de pesquisa.

Nas microrregiões de Guaratinguetá e São José dos Campos contabilizamos a presença de 27 jornais e uma tiragem média de 427.500 exemplares em uma das semanas do mês. Estes números se relacionados com o número de habitantes existentes na região, de acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), levam-nos a 0,25 exemplar por habitante.

A presente pesquisa também nos revela a superioridade no número de veículos publicados semanalmente pelas empresas jornalísticas existentes na região.

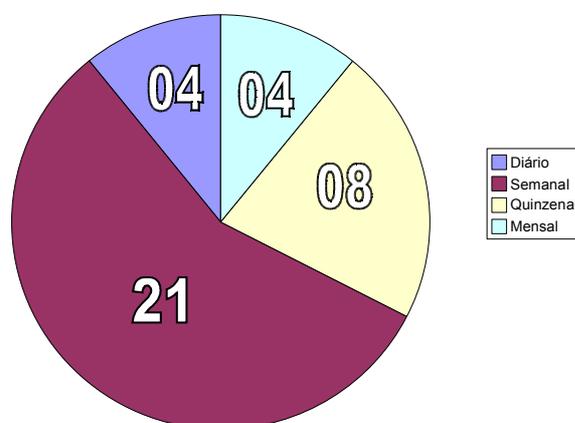


Gráfico 01 – Periodicidade dos jornais contabilizados.

5 No levantamento há o porquê de apontarmos nesta tabela o jornal Valeparaibano como o único veículo da cidade de São José dos Campos.

Capítulo III - A rotina produtiva do jornal Tribuna do Norte

3.1 A história do jornal Tribuna do Norte

Fundado em 11 de junho de 1882, pelo jornalista, advogado, político e poeta Dr. João Marcondes de Moura Ribeiro, o jornal *Tribuna do Norte*, de Pindamonhangaba, completa em 2008, exatamente, 126 anos de vida. É o segundo jornal mais antigo do Estado de São Paulo e o sétimo do Brasil ainda em circulação, conforme levantamento oficial realizado pela Fundação Cásper Líbero, de São Paulo.

A tabela seguinte aponta os resultados da pesquisa realizada em 1995:

Nome do Jornal	Cidade/UF	Fundação	Fundador
Diário de Pernambuco	Recife/PE	07/11/1825	Antônio José de Miranda Falcão
Jornal do Comércio	Rio de Janeiro/RJ	01/10/1827	Pierre Plancher
O Mossoroense	Mossoró/RN	17/10/1872	Jeremias da Rocha Miranda
O Estado de S. Paulo	São Paulo/SP	04/01/1875	Américo Campos e Francisco Rocha
A Província do Pará	Belém/PA	23/03/1876	Joaquim José de Assis
O Fluminense	Niterói/RJ	08/05/1878	Prudêncio L. Pereira e Francisco Miranda
Tribuna do Norte	Pindamonhangaba/SP	11/06/1882	João Romeiro
Gazeta de Alegrete	Alegrete/RS	01/10/1882	Barão de Ibirocai
Diário Popular	São Paulo/SP	01/11/1884	José Maria Lisboa
O Taquaryense	Taquari/RS	31/07/1887	Albertino Saraiva
Diário Popular	Pelotas/RS	27/08/1890	Theodósio Menezes
Jornal do Brasil	Rio de Janeiro/RJ	09/04/1891	Joaquim Nabuco e Rodolfo Dantas
Gazeta de Ouro Fino	Ouro Fino/MG	31/01/1892	Júlio Bueno Brandão
A União	João Pessoa/PB	02/02/1893	Álvaro Machado
A Tribuna	Santos/SP	26/03/1894	Olympio Lima
A Notícia	Rio de Janeiro/RJ	17/09/1894	Manoel Jorge de Oliveira Rocha
Correio do Povo	Porto Alegre/RS	01/10/1895	Francisco Antônio Vieira Caldas Junior
Jornal A Mococa	Mococa/SP	11/04/1896	João Gomes Boneto Filho
Diário da Tarde	Curitiba/PR	18/03/1899	Fundador

			desconhecido
Jornal A Comarca	Mogi-Mirim/SP	05/07/1900	Francisco Cadorna Buarque de Macedo
Jornal de Piracicaba	Piracicaba/SP	04/08/1900	Alberto Horta e Antônio Ferraz

Tabela 10 – Jornais fundados no século XIX ainda em circulação

A primeira capa do '*Tribuna do Norte*' é totalmente diferente do que estamos acostumados a ver nos impressos atuais.

A primeira edição do veículo circulou no dia 11 de julho de 1882, acompanhado do slogan 'Folha Regional – Pública-se aos Domingos'. Um fato curioso é que, além de ser fundador e primeiro proprietário, João Romeiro dirigiu o jornal no mais completo anonimato por 33 anos, até 1915, quando veio a falecer. Naquele ano, a direção foi assumida por seu primo, João Fernando de Moura Rangel (ASSIS, 2007, on-line).

Os estudos de Santos (1999, p.87) registram que a primeira edição da '*Tribuna*' foi impressa em papel jornal, em quatro páginas, com cinco colunas cada, no formato 34cm x 48,5cm, montado a mão e 'impressão à tração humana'. Em sua sétima edição, o veículo passou a publicar folhetins, que estavam em moda naquele final do século XIX.

Seu fundador criou o jornal inicialmente para ser um veículo de comunicação destinado a defender as idéias do Partido Liberal, tendo se transformado mais tarde em órgão do Partido Republicano. Escreveram em suas páginas nomes de grande expressão no meio literário brasileiro como Olavo Bilac, Lúcio de Mendonça, Basílio de Magalhães e Monteiro Lobato.

Em 25 de fevereiro de 1888, Pindamonhangaba tornou-se exemplo para todo o país ao declarar seus escravos homens livres contratando-os como trabalhadores remunerados. Passados 78 dias, no dia 13 de maio do mesmo ano, a princesa Isabel assinou a Lei Áurea, decretando a extinta a escravidão no Brasil. Não só abolicionista, como um homem de ideais republicanos, João Romeiro utilizou as páginas da '*Tribuna*' para divulgar artigos dos partidos da República.

Após sete anos e meio de luta em defesa do movimento liderado pelo Marechal Deodoro da Fonseca, a '*Tribuna*' pode publicar em suas manchetes a queda do Império e a vitória da República.

Logo após a morte de Romeiro, a '*Tribuna do Norte*' entrou em uma

nova fase. Daí em diante, passou pelas mãos de diversos proprietários – alguns também ligados a segmentos políticos – e teve quase 40 diretores. O nome foi mantido mas a linha editorial e a identidade visual foram alteradas várias vezes, chegando até a ser rodado em papel rosa na década de 1960. A 'Tribuna do Norte' também passou por vários momentos de crises financeiras, mas mesmo assim conseguiu se manter em constante funcionamento por mais de um século (ASSIS, 2007, on-line).

A primeira impressora adquirida pelo jornal, uma Alauzet importada da França em 1881, imprimiu o jornal até 1971. Mais tarde o '*Tribuna*' passou a trabalhar com o sistema Frankental, que foi substituído pela offset a partir de 1997. O jornal, durante vários anos, foi o órgão oficial do município, até que em 1980 foi criada a Fundação Dr. João Romeiro, dirigida por um conselho administrativo que tem como presidente e responsável pela edição da '*Tribuna do Norte*' o jornalista Irani Gomes de Almeida..

A partir do momento em que se torna a 'Imprensa Oficial' do município e posteriormente, quando se transforma em Fundação Municipal, essa característica de jornal profundamente preocupado com fatos locais e voltado para causas municipais acentua-se de forma incontestável (BONTORIN; CAMARGO, 2002, p. 44).

Atualmente o jornal '*Tribuna do Norte*' circula às terças-feiras com dez páginas e às sextas-feiras com 24 páginas, em formato standard. Cada edição é responsável por 1500 exemplares. Entre os membros do conselho administrativo estão: Álvaro Staut Neto, Raul Donizete Ribeiro, Paola Manella.

3.2 A rotina produtiva do “Tribuna do Norte”

3.2.1 Características gerais, de produção e estrutura física

Para que possamos entender de que forma as edições do jornal '*Tribuna do Norte*' são construídas, passaremos a relatar momentos vividos durante uma semana na sede do veículo, localizado à Rua dos Bentos, 450, Chácara Galega, em Pindamonhangaba. As edições dos dias 25 de julho de 2008 e 29 de julho foram submetidas a uma observação participante. No período de 22 a 28 de julho de 2008 o pesquisador visitou a redação durante cinco dias (22, 23, 24, 25 e 28 de julho), sempre no período da tarde, das 13h às 18h. O principal objetivo da pesquisa era acompanhar de que forma os profissionais exerciam suas atividades dentro da redação.

O jornal '*Tribuna do Norte*' é impresso todas as terças e sextas-feiras, com tiragem aproximada de 1500 exemplares às terças e 1700, às sextas. A estrutura

física do veículo é composta por uma sala de informática (redação), uma recepção, uma sala para o editor e um grande 'salão', onde desenvolve-se as atividades administrativas do veículo, neste local também acontecem as reuniões de pauta. O jornal não possui uma sala reservada especialmente para reuniões. Ao todo são oito computadores, na redação há cinco máquinas, três para os jornalistas e dois para os revisores. Um computador fica para o editor, um para a publicidade e outro na recepção. São três scanners, três impressoras (sendo uma que imprime em A4 na redação, uma em A4 na recepção e outra que imprime em A3 e vegetal para a montagem do espelho), e uma máquina fotográfica não profissional.

Nas bancas o jornal é distribuído por uma empresa especializada. Os 200 assinantes e os anunciantes recebem o jornal por meio de um entregador e uma motocicleta. Nas bancas em média são vendidos 90% dos exemplares colocados a disposição dos leitores. O quadro de funcionários do jornal Tribuna do Norte configura-se da seguinte forma: um diretor, uma secretária de administração, uma recepcionista, um past up, dois repórteres, quatro diagramadores, uma ajudante de limpeza geral, um motorista e quatro colaboradores.

O processo de produção de pautas e apuração das matérias acontece de forma individual, além da reunião de pauta, sempre os jornalistas do '*Tribuna*' desenvolvem um material extra (reportagens, notas ou matérias) com o que recebem por e-mail. Como o que importa para o veículo é o conteúdo pronto no dia do fechamento da edição, o jornal de terça-feira, por exemplo, passa a ser produzido na sexta.

As matérias não ficam apenas no '*Tribuna*', mas também vão para o site da Prefeitura Municipal de Pindamonhangaba. Há um convênio entre a Prefeitura e o jornal, por este motivo há uma troca de conteúdo.

As reuniões de pauta, realizadas em forma de uma roda na sala administrativa, acontecem sempre às terças-feiras no período da tarde. Não há um horário fixo. São comandadas pelo presidente da fundação e editor do jornal Tribuna do Norte, Irani Lima, e contam com a participação do Secretário de Integração e Meio Ambiente, Arthur Ferreira dos Santos, José Renato Campos Rosa, da Assessoria de Comunicação da Prefeitura e dois repórteres, sendo estes Marcos Cuba e Aiandra Alves Mariano. Durante a reunião discute-se os assuntos que serão abordados na edição de sexta-feira e da próxima terça-feira. Cada jornalista escolhe os temas que deseja cobrir, o editor prefere que o processo de cobertura aconteça

mediante a afinidade de cada repórter. Ou seja, para cada duas edições é realizada uma reunião de pauta. A que pudemos acompanhar no dia 22 aconteceu a partir das 15h e durou aproximadamente quinze minutos. Irani destacou um programa que regulariza pontos clandestinos de lançamento de esgoto, Aindra assumiu a pauta, que na edição do dia 25 ganhou capa. Para a edição do 29 o editor pediu para que os jornalistas dessem destaque aos jogos regionais e a posição conquistada por Pindamonhangaba na competição. Marcus Cuba assumiu as notas de cultura.

Durante os encontros no 'salão' os profissionais realizam a hierarquização dos assuntos da determinada edição. As chamadas de capa são decididas neste instante, destaca-se aquilo que é importante para o morador da cidade. Por exemplo, “a inauguração do Centro de Especialidades Médicas ganhou capa, pois a saúde é um tema que interessa a todos”, contou ao pesquisador após a reunião do dia 22 de julho de 2008 o editor Irani Lima. Na reunião observada não se decidiu manchetes ou hierarquização dos assuntos, só se propôs as pautas registradas anteriormente.

“Durante a reunião de pauta conversamos e decidimos quais matérias terão fotos, se a matéria será grande ou pequena e para quando o texto precisa estar pronto”, afirmou o jornalista Marcus Cuba. Apesar desta declaração do jornalista, o que pudemos observar foi algo diferente, estas orientações são dadas no decorrer do processo produtivo.

Os repórteres não recebem orientações quanto ao tamanho dos textos. O editor dá liberdade aos profissionais, se precisar aumentar ou diminuir as matérias, Irani se reúne com o jornalista para fazer os ajustes no dia do fechamento da edição. Para a edição do dia 25 não percebemos nenhum ajuste, Marcus e Aindra enviaram seus textos para a mesa do editor e todos foram aprovados.. No jornal Tribuna do Norte não há pauteiros, os jornalistas são responsáveis por produzir e finalizar a cobertura jornalística de determinado fato.

A partir da reunião de pauta os dois repórteres passam a fazer seus trabalhos. Em conversa com Marcus Cuba e Aindra Mariano e a partir das observações do pesquisador descobrimos de que forma são realizadas as apurações. Quando a pauta refere-se a Prefeitura o repórter não precisa ir a campo para fazer as entrevistas, a redação recebe os dados e as fotos. “Numa proporção eu diria que 70% das entrevistas e apurações são realizadas fora do veículo. A única que exige 100% de pesquisa de campo é a editoria Polícia”, destacou durante uma conversa

na redação a repórter Aiandra Mariano.

A produção de pautas é uma questão fluante, em média os jornalistas para a edição de terça-feira produzem seis matérias e para a edição de sexta-feira são realizados dez textos.

O jornal *Tribuna do Norte* não tem um fotógrafo jornalista e sim um profissional que trabalha com fotografia. Roberto Faria sempre está ao lado dos repórteres, mas quando há dois eventos em um mesmo instante, o repórter faz a matéria e o trabalho fotográfico.

Depois que as pautas estão cumpridas os textos vão para aos revisores, são eles: Altair Fernandes e o Luiz Manetti, ambos membros da Academia Pindamonhangabense de Letras. A revisão é realizada na manhã do dia do fechamento na redação, pela hora do almoço os textos são autorizados pelo editor e no período da tarde se faz a diagramação. Nas tardes dos dias de fechamento o jornal também recebe o material enviado pelos colaboradores.

3.2.2 As edições observadas



Figura 01 – Edições de 25 de julho e 29 de julho de 2008 observadas na pesquisa

As edições de sexta-feira são sempre mais volumosas do que as edições de terça-feira. Uma realidade que pudemos comprovar durante esta nossa observação.

Os dois próximos exemplares, que serão descritos nesta pesquisa, foram idealizados e produzidos a partir da reunião de pauta do dia 22 de julho, que

aconteceu na sede do veículo às 15h, como já relatamos.

A edição do dia 25 de julho optou por dar na capa obras da prefeitura e destaques do esporte nos 52º Jogos Regionais, já que a competição estava em andamento na cidade de Caraguatatuba. A edição com três cadernos e 14 páginas dedicou a publicidade e editais da Prefeitura aproximadamente seis páginas. Na página dois podemos encontrar o editorial (neste caso sobre o início do período eleitoral) e a coluna 'Confira' (que traz notas a respeito de fatos nacionais e locais), ambos feitos pelo editor Irani Lima, estes textos são entregues ao diagramador no dia do fechamento. Durante nossa observação o editor do jornal Tribuna apareceu na sede do veículo quatro vezes, nos dias 22, 23, 25 e 28 de julho.

Na página três temos o material resultado do convênio entre o '*Tribuna*' e a Prefeitura. Os textos são basicamente os mesmos releases enviados a todos os veículos de comunicação. A decisão de quais assuntos farão parte da edição é de José Renato Campos Rosa, representante da Assessoria de Comunicação do executivo. O material a ser publicado nesta página e também na de número oito foi editado pelo jornalista Marcus Cuba no período da tarde do dia 23. Por volta das 14h ele recebeu um e-mail de José Renato com os textos bases, esta adaptação foi concluída na manhã do dia 24.

A página de número quatro fica por conta de Altair Fernandes, historiador e um dos revisores do jornal, em "Coisas da Pinda antiga" Altair conta aos leitores casos e histórias que marcaram o desenvolvimento da cidade. A escolha da página quatro para o regate de fatos históricos é uma decisão editorial de Irani Lima. A escolha do conteúdo que fará parte da página quatro não sobre interferência do editor chefe, o material é criado a partir de pesquisas que Altair Fernandes encontra em livros e de conversas que tem com pessoas mais antigas da cidade. Altair revela que sempre busca imagens do que pretende escrever, quando isso é possível imediatamente o tema é levado adiante, quando faltam imagens o assunto é resumido e um outro tema é compartilhado. O texto de Altair é entregue no dia do fechamento. Na edição observada o texto do historiador chegou a redação por às 13h30.

O segundo caderno produzido dar-se início com a matéria de capa assumida por Aindra. Em nenhum momento a repórter saiu do veículo para cumprir sua pauta. O texto foi produzido na tarde do dia 23 a partir de um telefonema ao diretor do Departamento de Meio Ambiente da Prefeitura, Carlos Henrique Marcondes. A conversa durou aproximadamente vinte minutos.

A página número nove foi escolhida para que em todas as edições abra a seção cultura. Geralmente o “*Tribuna*” opta por publicar nesta página programações de eventos que acontecem na cidade durante o fim de semana. Aiandra assina a matéria de destaque, este texto também foi construído a partir de um release que a repórter recebeu de Fernanda Munhoz, assessora de imprensa do Departamento de Turismo de Pindamonhangaba. Também na página número nove o jornal publica uma sessão intitulada “Filmes na TV”, aqui há uma cópia dos sites de televisão. Para a referida edição a captação deste material foi realizada pelo jornalista Marcus Cuba na tarde do dia 24 às 17h30.

Apesar dos jornalistas terem nos revelado que 70% dos textos produzidos pelo jornal exigem uma apuração de campo, o que pudemos observar é uma outra realidade. Em nenhum momento os jornalistas saíram da redação e poucos foram os telefonemas. No período observado foram exatamente sete contatos via telefone. Está edição foi construída a partir do material enviado por terceiros a redação. Momentos de descontração entre os funcionários, para um lanche da tarde ou para um café são comuns, em um ambiente onde talvez os ritmos de produção poderiam ser outros.

O jornal levado às bancas do dia 25 de julho começou a ser fechado na manhã do dia 24. Às 9h chegaram, à sede do jornal, os revisores Altair Fernandes e Luiz Manetti, ambos sentaram-se em computadores existentes no 'salão' e corrigiram os textos encaminhados via e-mail pelos jornalistas do veículo. Nesta edição foram publicados sete textos de Marcus Cuba e nove de Aindra Alves.

No período da tarde os textos já revisados são encaminhados ao e-mail do editor. Não há conversa alguma sobre as matérias dos revisores com os jornalistas. No fechamento observado, às 14h, Irani conversou sobre o conteúdo produzido com Marcus Cuba, juntos decidiram o que iria compor hierarquicamente as páginas três, oito e 14. Neste instante também se avalia as fotos existentes. Como durante o processo produtivo não se fez coberturas externas, as fotografias existentes para serem publicadas eram oriundas de colaboradores e assessorias. Se escolhe qual é a melhor imagem e em que posição da matéria elas podem ser publicadas. Às 15h15 minutos o editor Irani conversou com a repórter Aindra para tomar decisões referentes às páginas cinco, oito e seis. Depois desta conversa os jornalistas se encontram com os diagramadores e os orienta a respeito da produção das páginas. O jornal em média fica pronto das 18h às 20h. Nesta edição que acompanhamos o

impresso, sem a capa, foi concluído às 18h40. A capa é a última coisa a ser desenvolvida. O editor durante o processo de fechamento vai conversando com os jornalistas e juntos decidem quais palavras serão usadas nas manchetes. É importante lembrar que o jornal “Tribuna do Norte” não possui um projeto gráfico fixo, as capas variam a cada edição. Por fim a edição do dia 25 é concluída às 20h10.

Como já relatamos a edição do dia 29 de julho foi programada com uma semana de antecedência, durante a reunião de pauta do dia 22 de julho. Durante o encontro e já sabendo dos bons resultados que a cidade de Pindamonhangaba estava alcançando nos Jogos Regionais o editor, Irani Lima, disse aos jornalistas que o destaque da edição seria a respeito do resultado da competição esportiva. Desta vez a edição com dez páginas dedicou cinco páginas a publicidade e editais, ou seja 50% do Tribuna foi de conteúdo não jornalístico. Algo que pudemos perceber é que a edição de terça-feira surge de forma secundária, pois os profissionais só tem a sexta e a segunda-feira para produzir. Na verdade o conteúdo produzido durante a semana e que não foi publicado na edição de sexta-feira é reutilizado para a edição de terça. A redação do Tribuna é fechada nos finais de semana.

O impresso não enviou nenhum profissional a Caraguatatuba, para a cobertura dos Jogos Regionais, todos os textos e todas as fotos foram obtidas via internet. “Pinda conquista 2º lugar inédito” foi a manchete. Para os destaques secundários, decidiu-se, mais uma vez, por conteúdo resultado do convênio Tribuna-Prefeitura. É importante lembrar que estes textos são construídos pela Assessoria da Prefeitura.

Só os textos que exigem uma apuração de campo são assinados pelos jornalistas, os realizados na redação não são creditados. Essa é uma decisão editorial de Irani Lima. No caso da edição do dia 29 de julho não há matérias ou notas assinadas, o que significa que a produção foi realizada, mais uma vez, integralmente dentro da redação. Até mesmo a editoria 'Polícia', que segundo os jornalistas exigem uma ida a delegacia, foi escrita a partir de três ligações telefônicas no início da tarde do dia 28 de julho. O jornal também tem um convênio com a Agência Estado para a reprodução de textos relacionados a assuntos nacionais e internacionais. Nas duas edições observadas não se usou este conteúdo.

No dia 25 de julho os jornalistas chegaram a sede do “Tribuna” às 13h, o

editor Irani passou pelo local às 15h. Rapidamente se convocou uma reunião que durou pouco mais de dez minutos. O editor-chefe conversou com os repórteres e lhes passou algumas orientações. Na verdade pudemos observar que se fez uma análise do material já produzido durante a semana. Após este encontro o pesquisador não constatou nenhum trabalho de apuração até às 18h. Na segunda-feira, dia de fechamento da edição do dia 29 de julho, o processo de produção pode ser considerado mais tranqüilo, se comparado à última construção aqui relatada. A coluna polícia foi desenvolvida por Aina às 13h de segunda-feira, o conteúdo restante (material não publicado na última edição) já estava pronto e revisado. O único assunto editado especialmente para a referida edição foi os “52º Jogos Regionais”. Competição esportiva na qual Pindamonhangaba conquistou o segundo lugar no quadro geral de pontos. Por volta das 14h, Irani conversou com os diagramadores e os orientou quanto a posição das matérias a serem publicadas nas páginas três, cinco e 12. Na página de número quatro foram publicadas fotos fornecidas pelo site “*Pinda Vale*”. A segunda edição observada foi finalizada sem a capa às 18h10, a conclusão final se deu às 19h.

Capítulo IV - A rotina produtiva do jornal Valeparaibano

4.1 A história do jornal Valeparaibano

O jornal *Valeparaibano* foi fundado em 06 de janeiro de 1952, na cidade de Caçapava (a 105km de São Paulo), pelo professor, policial militar e aposentado alagoano Francisco Pereira da Silva, popularmente conhecido como Chico Triste. Para que o jornal se tornasse realidade foi necessário “a ajuda do gráfico Rubens Lencioni que, naquele início dos anos de 1950, aceitou o desafio de editar um semanário que divulgasse apenas notícias caçapavenses” (OLIVEIRA; ASSIS, 2006, p. 2).

Lencioni não acreditava no sucesso do veículo e tinha medo de se dedicar ao novo empreendimento. Sua opinião mudou tempos mais tarde, em artigo publicado em 30 de novembro de 1994 o gráfico linotipista Rubens Lencioni demonstra sua admiração pelo êxito que o jornal conquistou ao longo de décadas.

As pessoas desavisadas que transitavam pela rua Capitão João Ramos, lá pelos idos de 1952, em Caçapava, olhavam para aquela exígua sala e viam uma impressora tipográfica, um conjunto de móveis em ínfimo espaço físico, sem instalações sanitárias, apenas com um lavatório, nunca poderiam imaginar que, naquele local, estava sendo plantada uma sementinha que, num futuro próximo, daria origem a um dos maiores representantes da imprensa escrita do Vale do Paraíba, Litoral Norte e Sul de Minas: “O Valeparaibano”. [...] Nesse terreno fértil, o diário Valeparaibano surgiu para preencher uma lacuna na imprensa do Vale, necessitando de um jornal de grande penetração no nível dos conhecidos matutinos paulistanos. Estão de parabéns pelo sucesso alcançado, o jornal e seus dirigentes, São José dos Campos – a capital do Vale – e por extensão toda essa região, mas se esquecendo daquele que preparou a terra e semeou, visando o futuro, o jornalista “Chico Triste”.¹

Oliveira e Assis (2006) contam de que forma Francisco Pereira construiu a primeira edição do jornal Valeparaibano.

Idealista, Francisco Pereira da Silva não desistiu de seu objetivo, mas concordou em contar com o apoio de Lencioni apenas nas horas de folga que o rapaz dispunha quando saía da gráfica onde era funcionário. Chico Triste elaborou toda a pauta, preparou os textos e aguardou o gráfico montar o jornal inteiro, letra por letra, coluna por coluna, página por página. Depois de várias provas, estava pronta a primeira edição do Valeparaibano, com tiragem inicial de 500 exemplares. A partir de 6 de janeiro de 1952, todos os domingos uma nova edição saía da gráfica. Chico Triste escrevia os artigos, era diretor e editor do jornal, mas contava com a colaboração de outros caçapavenses: Antônio Zanetti, que escrevia os artigos esportivos;

1 Trecho retirado do texto de Rubens Lencioni, publicado pelo *Valeparaibano* em 1994.

José Mansur, que publicava poesias sob o pseudônimo de Mansur Nasser; o advogado Antônio Pereira Bueno, responsável pelos textos sobre política; e o engenheiro agrônomo Wady de Oliveira, que ocasionalmente escrevia artigos sobre tratos na lavoura para os produtores rurais de Caçapava (OLIVEIRA; ASSIS, 2006, p. 3-4)

O jornal tinha assinantes e patrocinadores locais e todos os clichês e propagandas eram feitos em São Paulo. Dois anos mais tarde, em virtude de problemas financeiros, Chico Triste leva a sede do jornal a então cidade mais importante do Vale do Paraíba Paulista, Taubaté.

O último exemplar a circular em Caçapava foi a edição número 132, de 1º de agosto de 1954. Com a sociedade desfeita, Rubens Lencioni ficou com os equipamentos de impressão e montou a Gráfica Dom Bosco. Chico Triste, por sua vez, resolve dar continuidade ao jornal e o levou para ser impresso em Taubaté, já que nessa época contava com 400 assinantes e o jornalista não queria encerrar a vida do periódico, apesar das dificuldades. Em Taubaté, Chico Triste iniciou uma sociedade com um mecânico de linotipo de São Paulo chamado Ciro Testa. A partir daí, o *Valeparaibano* começou a ser rodado numa impressora japonesa, extremamente barulhenta, o que acabou por incomodar os moradores da rua onde a nova gráfica havia se instalado (OLIVEIRA; ASSIS, 2006, p. 4)

O empresário alagoano, no entanto, não consegue manter o veículo e seis meses mais tarde negocia a venda do jornal com Edward Simões. O novo proprietário ficou paraplégico em virtude de um acidente e decidiu ser jornalista para preencher o tempo.

O *Valeparaibano* chega a São José dos Campos junto com importantes instituições. A década de 1950 é marcada pelo início das atividades do CTA (Centro Técnico Aeroespacial) em conjunto com o ITA (Instituto Tecnológico de Aeronáutica). Em 19 de janeiro de 1951, o governo federal inaugura a Rodovia Presidente Dutra, um importante elo entre as capitais São Paulo e Rio de Janeiro. Ainda passando por uma fase de transição, a Rádio Clube de São José dos Campos passa a administrar o jornal, em 1965, e o transforma em diário e em formato standart. Neste momento o jornal assumiu a identidade de veículo de cobertura jornalística regional. “Entretanto, tal definição não se estampava nas notícias, sendo a maioria da publicação feita com informações locais” (OLIVEIRA; ASSIS, 2006, p. 5).

Oito anos mais tarde, em 1973, o *Valeparaibano* é vendido para as famílias Salerno e Lovato, proprietários de uma grande empresa de ônibus. O período é

marcado por grandes investimentos, que resultam em dezembro de 1977, em um coquetel para 1500 pessoas. O evento inaugura uma nova sede com modernos equipamentos de impressão, capazes de produzir milhares de exemplares do periódico por hora.

Novos investimentos foram realizados para impulsionar o crescimento do jornal. Em 4 de dezembro de 1977, o jornal é impresso pela primeira vez em rotativas próprias no sistema off-set. O fato foi comemorado com festa, mas os problemas ainda continuaram, como falta de infra-estrutura para a impressão, insuficiência de mão-de-obra especializada, dificuldades de transporte e distribuição do jornal. Os proprietários do jornal, então, decidiram enfatizar o aspecto regional do veículo, com base no idealismo de que o jornal, por meio da informação, refletisse a identidade do Vale do Paraíba. A partir daí, o *Valeparaibano* se tornou o porta-voz da região (OLIVEIRA; ASSIS, 2006, p. 5).

O jornal *Valeparaibano* ganha força na região e sente a necessidade de criar sucursais nas principais cidades do Vale e litoral norte. O fim do século XX se aproxima e com ele a maior crise já vivida pelo veículo. No começo da década de 1990, a tiragem caiu de 42 mil para 8 mil exemplares. Como solução, a direção sente a necessidade de optar pela inserção dos classificados e pela mudança da linha editorial.

Já em relação à necessidade de mercado, duas questões foram fundamentais para delimitar o problema (a necessidade de mudança). Em primeiro lugar, os leitores do *ValeParaibano* começam a ter como referencial de bom jornalismo os prestige papers, que evoluíram na forma e no conteúdo profundamente na década de 90. Por outro lado, o mercado publicitário cobrava do *ValeParaibano* mais agilidade e mais recursos na veiculação de anúncios. Enquanto os grandes jornais já tinham em suas páginas anúncios de melhor qualidade gráfica, inclusive com a utilização de das cores, o *ValeParaibano* ainda não tinha-os. Além disso a ausência de um projeto gráfico prejudicava o anunciante, já que não tinha uma estrutura definida para a paginação. (PIMENTEL, 2000, p. 65)

O ano de 1994 se aproxima e o *Valeparaibano* substitui as máquinas de escrever por 18 terminais de computadores. Um novo projeto gráfico é apresentado aos leitores e em 30 de outubro daquele ano circulou um primeiro caderno separado por cidade, dando ênfase às notícias do Vale do Paraíba.

Essa sistematização veio atender uma necessidade do leitor mais moderno, que tem cada cada vez menos tempo para ler jornal. Numa rápida leitura, o leitor já tem noção dos fatos ocorridos no dia anterior, e a segunda leitura fica para assuntos que mais interessam a esse leitor, agilizando o processo de leitura. (PIMENTEL, 2000, p. 99)

Em 1997 chega ao jornal uma nova rotativa capaz de aumentar em 217% a produção dos exemplares. Pouco tempo depois assume a atual chefia de redação.

Apesar de ter conquistado credibilidade, revertendo a tendência negativa revelada em 1994, o jornal ainda tinha problemas que precisavam ser sanados. Além de uma reformulação de uma abordagem dos assuntos regionais, o jornal tinha que se tornar mais presente na vida da região, seja através de campanhas, realização de eventos, ou pela presença de dirigentes nos acontecimentos do Vale do Paraíba. (PIMENTEL, 2000, p. 107)

A partir de então o jornal passa a ser dividido, não mais por cidades e sim por editorias. São criadas as editorias de política, economia, saúde, educação, etc. Isso fez com que textos sobre diferentes municípios, mas que falavam de uma mesma temática, fossem publicados em uma mesma página.

Atualmente o jornal *Valeparaibano* é editado em formato standart e tem tiragem média de 20 mil exemplares em dias úteis e 32 mil exemplares aos domingos. Com sede em São José dos Campos, o veículo possui sucursais instaladas nas cidades de Jacareí, Taubaté, Caraguatatuba e Guaratinguetá.

O noticiário regional fica concentrado no primeiro caderno, dando ênfase às editorias de política, economia e cidades. Os cadernos *valeviver* (cultura e variedades) e esportes também privilegiam a cobertura jornalística regional.

O *Valeparaibano* possui ainda uma série de suplementos e cadernos especiais para atingir públicos segmentados. Entre os suplementos destacam-se *seubairro*, *valemotor*, *valetv*, *turismo*, *valeverão* e *valemontanha*. Entre os cadernos especiais estão *Mascotes*, *valeducação*, *valesaúde*, *valedesign*, *indústria*, *meio ambiente*, *aniversário de São José* e *vestibular*.

4.2 A rotina produtiva do “Valeparaibano”

4.2.1 Características gerais, de produção e estrutura física

O jornal *Valeparaibano* tem periodicidade diária e circula por 40 cidades do Vale Paraíba, Litoral Norte e Serra da Mantiqueira de terça a domingo. O referido veículo também foi alvo de nossa observação participante, que tem por objetivo entender de que forma se dá a construção das edições.

Durante os dias 14, 16 e 17 de julho de 2008 visitamos a sede do '*Vale*' localizada à Avenida Samuel Wainer, 3.755, Jardim Augusta, em São José dos Campos para entrevistas e também para acompanharmos algumas fases do

processo de produção. O mesmo aconteceu no dia 15 de setembro quando voltamos ao veículo para mais algumas entrevistas, observações e acompanhamento de uma reunião de pauta. Já no dia 15 de outubro desenvolvemos a observação do processo de produção que resultou na edição de 16 de outubro de 2008.

Percebemos durante nossa pesquisa que o conteúdo publicado por nosso objeto de estudo tem ligação com o perfil de seus leitores. Durante entrevista ao pesquisador, Hércio Costa, editor-chefe do *Valeparaibano*, garantiu que todos os anos o jornal encomenda pesquisas para entender sua audiência. De acordo com Hércio em média 53% dos leitores do 'Vale' são homens e 47% são mulheres.

Porcentagem	Idade do leitor
13%	10 a 14 anos
13%	15 a 19 anos
22%	20 a 29 anos
21%	30 a 39 anos
16%	40 a 49 anos
15%	Acima dos 50 anos

Tabela 11 – Perfil dos leitores do jornal *Valeparaibano*²

O quadro de funcionários do 'Vale' conta com aproximadamente 31 jornalistas, entre repórteres e editores, na sede e sucursais. São seis repórteres fotográficos. Todos subordinados à Secretaria de Redação, localizada em São José dos Campos. Na edição, por exemplo, onde se trabalha a finalização e distribuição das reportagens, trabalham 12 profissionais. No Cedoc (Centro de Documentação) que fica ao lado da redação, trabalham três funcionárias, que auxiliam os editores quando uma informação de arquivo é solicitada. O jornal também possui trabalhando na redação um ilustrador, responsável pelas artes e gráficos.

A produção de cada edição começa com o jornalista que "abre" a redação. Ele chega por volta das sete e meia da manhã e começa a fazer o que o veículo chama de ronda, que consiste no ligar para os bombeiros, policiais (civil e militar), hospitais, etc.

Os resultados desta ronda são passados para o chefe de reportagem que, com outros fatos, compõe a pauta do dia.

O veículo observado é dividido basicamente em três cadernos e estes possuem ritmos de produção distintos. O primeiro é formado pela capa (primeira

2 Fonte: ANJ (Associação Nacional dos Jornais)

página), a editoria opinião/política e as matérias regionais, que contam com a colaboração das sucursais. O segundo caderno é dedicado aos assuntos nacionais e internacionais e também a seção esportes. Já o terceiro caderno chama-se *valeviver*, e leva aos leitores matérias de variedade e cultura.

Assim que os jornalistas fazem a 'ronda', os profissionais se reúnem com seus editores e decidem quais temas serão tratados na próxima edição. Os editores, por sua vez, delimitam o assunto, dão o encaminhamento editorial e orientam o jornalista quanto a estrutura e o tamanho que o texto deve ter. Na sede do veículo em São José dos Campos este contato é pessoal, já com as sucursais esta conversa acontece por telefone ou por e-mail. Os repórteres levantam os principais fatos de uma determinada região e passam ao editor em São José, este avalia a pauta e dá uma direção. Todo este processo acontece até o meio-dia. Depois de decisões acertadas o jornalista faz seu trabalho e o envia por e-mail, à sede, até às 18h.

O repórter Vinícius Novaes, que hoje trabalha em SJC, conta de que forma era seu trabalho na sucursal de Taubaté.

Na época, eu chegava cedo e levantava todas as pautas interessantes de Taubaté e região. Sempre por volta do meio-dia ligava para o meu chefe e fechava as pautas que seriam cumpridas. Nessa hora, ele me dava o encaminhamento e dicas. No final do dia, quando prontas, eu mandava os textos por e-mail. Assim acontece, atualmente, com os profissionais das sucursais de Jacareí, Caraguatatuba e Guaratinguetá (NOVAES, 2008)³.

Às 15h o editor-chefe, Hécio Costa, se reúne com Sheila Faria (secretária de redação), com os chefes de reportagem e com os editores. No encontro que dura aproximadamente uma hora são discutidos os principais assuntos de cada página, quais serão as manchetes, quais serão os textos conhecidos como 'abre página'.

No Valeparaibano a reunião de pauta serve, basicamente, para definir as prioridades. Ao contrário de outros veículos a reunião de pauta acontece para fechar o jornal e não para dar início a produção. Neste instante a secretária de redação, Sheila Faria, recebe do departamento comercial uma programação preliminar dos anúncios vendidos para a próxima edição, assim como, qual será o tamanho dos mesmos e em quais páginas eles estarão. Decide-se, portanto, a partir destas informações qual será o tamanho dos textos e quantas páginas o jornal terá.

O atual expediente do *Valeparaibano* é formado da seguinte forma: diretor

3 Entrevista concedida ao pesquisador em 15 de setembro de 2008.

(Ferdinando Salerno), diretor responsável (Fernando M. M. Salerno), editor-chefe (Hélcio Costa), secretária de redação (Sheila Regina Faria), chefe de reportagem (Marcos André Menezes Meirelles), editor opinião/política (Fábio Zambeli), editor de cidades (Marcelo Claret), editora economia (Janaína Coelho), editora de internet (Tânia Campelo), editor de nacional (João Júlio da Silva), editor de esportes (Nei José Sant' Anna), editora de variedade (Lucimara Nascimento), editor de fotografia (Adenir Britto), editor de projetos (Claudio Leyria), editor de arte (Flávio Forner) e chefe de diagramação (Adelson Gomes).

Os temas abordados na editoria de Política são levantados por repórteres e editores mediante suas fontes e apresentados para posterior apuração e, se for o caso, publicação.

“A editoria de Política é a que tem horário mais flexível de fechamento, podendo aguardar votações que invadem a madrugada. Mas, de forma geral, as páginas são diagramadas para impressão até as 23h30”, disse durante entrevista na redação Fábio Zambeli, editor de política/opinião.

O editorial é redigido pelo editor-chefe, Hélcio Costa. Em casos de ausência ou impossibilidade do mesmo, fica responsável pelo espaço a chefia de reportagem, exercida pelo jornalista Marcos Meirelles. O texto fica pronto, invariavelmente, até as 18h.

Os colaboradores da página de Opinião são escolhidos de acordo com a pertinência dos temas abordados nos artigos. Eventualmente, o jornal solicita que determinados articulistas redijam textos sobre assuntos em evidência nos cenários local, nacional e internacional. A partir do momento em que se responsabilizam por seu conteúdo, os autores têm plena autonomia, desde que não utilizem termos impróprios ou ofensivos.

Além dos conteúdos que priorizam o factual, é presente no *Valeparaibano* a seção *valeviver*, um caderno com enfoque em tendências e serviços que surgiu em 1989, quando um então diretor do veículo viajou a Europa e trouxe ao Brasil a novidade. A editora Lucimara Nascimento conta que as pautas para o 3º caderno, surgem a partir releases recebidos de assessorias de imprensa, conversas informais e pesquisas divulgadas pelos mais variados veículos de comunicação. No *Valeviver* os textos caracterizam-se por ser mais leves, por tentar promover um diálogo entre o jornal e o leitor.

Nossos repórteres recebem sempre uma mesma orientação: cuidado

com os excessos. Somos um caderno de variedades e isso pode levar o jornalista a cometer alguns excessos, já que se tem uma sensação de liberdade na construção dos textos. Trabalhamos com tempos e espaços apertados, o que acaba ocasionando problemas no produto final (NASCIMENTO, 2008)⁴.

O conteúdo nacional e internacional publicado pelo jornal *Valeparaibano* é oriundo das agências Folha Press e Estado e Globo. Os textos são capturados da internet e editados pelos editor de nacional/internacional João Júlio da Silva. Os temas escolhidos priorizam os assuntos de maior importância jornalística do dia

Cada edição do jornal conta com a participação de aproximadamente 60 profissionais, entre editores e repórteres, na apuração, redação e edição. Por exemplo, na editoria política trabalham cinco repórteres, no *Valeviver* são quatro profissionais.

De acordo com o editor Hécio Costa existe no veículo uma participação efetiva dos jornalistas no que se refere a sugerir matérias e auxiliar os chefes de reportagem. Em muitos casos “a pauta chega ao jornalista em uma única linha, a partir desta informação entra o trabalho do repórter que é levantar o maior número de informações”, conta Vinícius Novaes, repórter do caderno *Valeviver*.

Os profissionais responsáveis pela construção do primeiro caderno (editorias: política, polícia, cidades e economia) escrevem em média três textos, mas isso pode variar devido a alguma cobertura especial. Ao contrário dos jornais semanais os jornalistas que trabalham no *Valeparaibano* tem que estar com seu texto pronto no fim do dia, por isso é preciso que o profissional seja qualificado. “É importante que o jornalista tenha habilidade, pois ele precisa ouvir todos os lados e ao mesmo tempo escrever um texto equilibrado”, garante Sheila Faria durante uma conversa com o pesquisador na redação.

Durante nossas visitas observamos um grande número de releases que chegam às mãos dos repórteres por meio de fax, e-mails, etc. Os editores observam os textos e, quando interessantes, repassam aos jornalistas. Há uma preocupação para que o release não seja publicado na íntegra pelo jornal. Por volta das 8h os telefones da redação começam a tocar e só param no fim da noite. Boa parte das ligações são de leitores que ligam para apresentar fatos.

Algumas matérias especiais são mais elaboradas e portanto exigem mais tempo de produção. No *Valeparaibano* os repórteres vão às ruas acompanhados

4 Entrevista concedida a esta pesquisa por Lucimara Nascimento em 15 de setembro de 2008.

pelos fotógrafos, que também recebem orientação do editor e do editor assistente de fotografia. As legendas são de responsabilidade do editor da página. “Quando saímos às ruas procuramos imagens que se estejam de acordo com o encaminhamento editorial recebido, buscamos algo que conte o fato ao leitor”, conta o repórter fotográfico Flávio Pereira. As legendas são definidas pelo editor responsável pela página (corpo dez, em negrito e 26 toques de texto)

O jornal observado não trabalha com revisores, os editores são os responsáveis por corrigir os erros gramaticais, e analisar o conteúdo e a estrutura do texto. Às 21h uma nova ronda é realizada, para que nenhum fato de importância deixe de ser publicado.

O 'Vale' é fechado por página. Por exemplo, hoje decide-se que as páginas sete e oito fecham primeiro. A partir desta informação os jornalistas correm com este material. Depois de corrigido pelo editor, o texto vai para o diagramador, que desenvolve seu trabalho. A página só é liberada depois que o editor-chefe dá o aval. Os jornalistas não acompanham e não opinam no processo de diagramação. As edições são finalizadas em média às 23h30.

Também observamos a presença de um projeto gráfico que define regras na diagramação, ao contrário de veículos que a cada edição produzem diferentes capas.

Diagramar um jornal diário não é uma tarefa fácil, por isso é tão importante a presença de um projeto gráfico. Antes tínhamos um mais bonito, mas não era prático. Hoje temos bons profissionais, não temos que fazer tudo de última hora, fechamos as páginas assim que os textos vão sendo concluídos (GOMES, 2008)⁵.

Assim que a editoração da página é liberada o material segue para o departamento comercial, onde são colocados os anúncios (os suplementos e classificados são de responsabilidade da área de vendas). Em seguida são confeccionados os fotolitos. Estes passam por uma 'olheira' e vão para uma seção de fotomecânica, onde são confeccionadas as chapas de impressão. Assim que a última página de um caderno passa por este processo, as chapas são colocadas na rotativa. Inicialmente algumas impressões são feitas de forma lenta, caso algum problema seja percebido, ajustes são realizados. Em média um caderno de 12 páginas fica pronto em 20 minutos. Na madrugada um grupo inicia o empacotamento dos jornais, que por volta das 3h começam a ser distribuídos para

5 Entrevista concedida a esta pesquisa, por Adelson Gomes (chefe da diagramação) em 15 de outubro de 2008.

as bancas e assinantes do Vale do Paraíba.

4.2.2 A edição observada



Figura 02 – Capa da edição, de 16 de outubro de 2008, observada na pesquisa

Das 56 páginas da edição do dia 16 de outubro, aproximadamente 28 foram dedicadas à publicidade. Destas 28 páginas, exatas 22 são do caderno de classificados, responsabilidade do departamento comercial do veículo.

A capa da edição observada do jornal *Valeparaibano* foi a última página a ser finalizada, por volta das 24h, pois dois dos destaques ainda dependiam de um desfecho. Era preciso saber o resultado do jogo entre o Brasil e a Colômbia, pelas eliminatórias da Copa de 2010 e atualizar informações sobre o caso do sequestro da menina Eloá, em Santo André, no grande ABC Paulista. Durante os dias de pesquisa, recebemos a informação de que na capa é prioridade os assuntos regionais, há editores que defendam 80% deste tipo de conteúdo. Mas desta vez foi diferente. Durante o processo de fechamento o editor Hécio Costa explicou que a principal manchete seria referente à invasão ao shopping de Guará, mas que o sequestro e o jogo da seleção jamais poderiam deixar de estar na capa, pois estes assuntos são os de maior interesse da sociedade na ocasião.

Assim como acontece todos os dias a redação começa a receber a chegada dos jornalistas por volta das 7h30 da manhã. No dia 15 de outubro não foi diferente, até às 8h30 minutos cerca de dez profissionais na sede do veículo em São José dos Campos já tinham realizado suas rondas e estava prontos para as primeiras

conversas com os editores. As orientações começam a ser passadas até às 10h quando as sucursais também entram em contato para sugerir pautas e fechar matérias. Pudemos observar que os editores chegam ficar por quase uma hora em suas mesas desenvolvendo com os jornalistas as pautas regionais. Não há como precisar detalhes destas conversas e a respeito de quantas pautas cada jornalista fica responsável por cumprir, mas todo o conteúdo a ser desenvolvido pelos profissionais fica decidido até às 12h. Neste instante, parte dos repórteres saem às ruas acompanhados pelos fotógrafos para darem início aos seus trabalhos.

No primeiro caderno, que compreende as editorias de opinião, política, cidades e economia, foram publicados 15 textos produzidos pela sede em São José, sete enviados pelas sucursais de Taubaté, dois vindos de Guaratinguetá, dois de Jacareí e um da sucursal de Caraguatatuba.

Às 15h15 começou a reunião pauta que definiu os detalhes da edição. Sheila Faria, secretária de redação, recebeu do departamento comercial uma lista com os anúncios e onde eles seriam dispostos no jornal. Com estas informações e com as pautas já apresentadas pelos editores decidiu-se o número de páginas que o exemplar teria no dia 16 de outubro. O editor de cidades, Marcelo Claret, já com as informações da invasão ao shopping de Guaratinguetá, apresentou o fato. Em conjunto decidiu-se que este seria o principal destaque do dia, caso algo de mais importante não surgisse. E assim por diante, os editores apresentam as pautas do dia e o editor-chefe vai direcionando a colocação dos temas.

Logo após a reunião o trabalho continua, Hércio Costa escreve o editorial, que nesta ocasião tivemos a oportunidade de ver que foi finalizado às 17h40. Na redação os editores começam a receber o conteúdo vindo das sucursais e dos repórteres que trabalham em São José. Finalizam os textos, fazem avaliação das imagens, decidem a legenda, etc. O material é colocado no sistema e enviado imediatamente ao setor de diagramação.

Algo que nos chamou a atenção foi o caderno Valeviver, que possui uma rotina de produção menos tumultuada. Boa parte do conteúdo (Cruzadas, quadrinhos, Hoje na TV, Roteiro e Hoje no cinema) é finalizado bem antes do restante do jornal. Às 19h o caderno já estava concluído pela editora Lucimara Nascimento e pronto para a impressão.

A edição observada foi finalizada, devido ao jogo do Brasil e ao sequestro de Santo André às 0h40.

Capítulo V - Discussão dos Resultados

Os dados colhidos durante a pesquisa confirmam as hipóteses e compõem um quadro de dualidade na existência de uma imprensa artesanal e uma imprensa industrial no Vale do Paraíba Paulista.

5.1 O jornal Tribuna do Norte e sua rotina produtiva artesanal

Durante a referida pesquisa pudemos observar que as características sistematizadas e elencadas por Wilson da Costa Bueno em sua tese de mestrado, sobre imprensa artesanal, estão presentes na rotina de produção do jornal Pindamonhangabense Tribuna do Norte.

Bueno iniciou seu trabalho destacando características estruturais. De acordo com o autor uma imprensa de rotina artesanal não possui separação entre redação e outros setores do veículo. O número de empregados é reduzido e é comum a presença do repórter 'faz tudo'. No jornal *Tribuna do Norte* pudemos observar que existe uma redação e que esta está integrada a um grande salão, onde desenvolve-se todas as outras atividades administrativas. Para o construção de cada edição trabalham dois repórteres, estes são responsáveis por produzir conteúdo para todas as editorias.

Um jornal de rotina artesanal conta com colaboradores. Este material enviado por terceiros pode ser oriundo de 'amigos do jornal', aqueles que escrevem colunas ou matérias devido a alguma qualificação profissional, ou enviado por assessorias de imprensa. No caso do "*Tribuna*" são inúmeros os textos terceirizados. O veículo tem um convênio com a Prefeitura Municipal de Pindamonhangaba e boa parte das páginas são preenchidas com os releases enviados pela assessoria oficial do município. Além deste parceiro, o jornal pesquisado ainda conta com quatro colaboradores.

De acordo com Bueno uma imprensa artesanal não possui um planejamento quanto a captação de publicidade. Isso acaba gerando falta de recursos, que resulta em poucos exemplares nas bancas. Para sobreviver os veículos acabam tendo que vender boa parte de seus anúncios a órgãos públicos. Esta perspectiva é presente no Tribuna, boa parte da publicidade publicada é da Prefeitura Municipal.

O número reduzido de páginas e a periodicidade semanal são outras

características de uma imprensa que faz uso da rotina artesanal. O jornal *Tribuna do Norte* é publicado em média com 15 páginas e chega às bancas duas vezes por semana (terças e sextas-feiras). Pudemos perceber que não há um projeto gráfico definido, não há uma exploração das artes visuais. O tamanho e a posição dos textos, das imagens e das manchetes são definidos de acordo com as necessidades que surgem na montagem do past up.

Os textos do veículo analisado são construídos a partir de pouca apuração em campo, não há uma estrutura que seja capaz de acompanhar o ritmo rápido e agitado do noticiário. Alguns telefonemas e algumas pesquisas pela internet bastam para que uma edição seja colocada nas bancas. Apesar do jornal *Tribuna do Norte* ser um veículo semanal, ele está longe de ser comparado a uma revista. Pois em nenhum instante observamos o interesse do jornal por matérias que trouxessem textos de análise dos acontecimentos.

Bueno conta-nos que a imprensa artesanal não prima por uma boa reunião de pauta. No caso do *Tribuna do Norte*, uma reunião de pauta informal durante 15 minutos determinou quais seriam as informações das duas próximas edições do jornal em Pindamonhangaba.

A partir destas observações podemos comprovar nossa hipótese e caracterizar o jornal *Tribuna do Norte* como adepto da rotina de produção artesanal.

5.2 O jornal Valeparaibano e sua rotina produtiva industrial

Um jornal de rotina industrial, segundo Bueno, tem por característica principal uma infra-estrutura capaz de produzir de forma organizada um grande número de exemplares por dia. No jornal *Valeparaibano* é perceptível uma organização, pois a redação é separada dos diversos setores administrativos. Cada profissional desempenha uma atividade. No jornal observado, o jornalista escreve o texto, o fotógrafo faz as imagens, as matérias são revisadas e direcionadas pelos editores e a diagramação fica a cargo de uma equipe de profissionais. Wilson da Costa Bueno nos diz que em veículos industriais é pouco comum a presença do repórter 'faz tudo', no caso do '*Vale*', de fato, não percebemos esta prática. Geralmente jornais industriais são aqueles com grande número de páginas, o *Valeparaibano* circula em média com 35.

A cobertura ampla e detalhada dos fatos é presente em um jornal industrial.

Como exemplo podemos citar as eleições, durante o pleito de 2008, o jornal objeto de estudo trouxe inúmeras páginas mostrando as diversas atividades dos candidatos.

Se faz importante a separação entre informação e opinião. Por este motivo Bueno destaca a importância de uma editoria que traga ao leitor uma posição do veículo. No caso do *Valeparaibano* temos a presença do editorial e da seção Opinião. Ser adepto de inovadoras tecnologias gráficas também caracteriza um jornal como industrial, no caso observado rotativas imprimem 20 mil exemplares de um caderno de 12 páginas em 20 minutos. Percebe-se também uma forte preferência por assuntos policiais no *Valeparaibano*, já que as pautas iniciais surgem após uma varredura em delegacias, corpo de bombeiros e hospitais. De acordo com Wilson da Costa Bueno isso se dá devido a necessidade pelo factual.

Outra característica apresentada pelo professor refere-se às coberturas de assuntos nacionais e internacionais, quando um veículo prima por dizer que é regional. Isso pode ser explicado por uma linha industrial que não acha menos importante o que acontece nos quatro cantos do mundo. No jornal pesquisado mais de um caderno é dedicado à este tipo de conteúdo, material este fornecido por agências, copiado da internet e editado pelos profissionais responsáveis.

Os jornais industriais estão sempre localizados nos grandes centros urbanos, o '*Vale*' não é diferente, tem sua sede na principal cidade da região. Isso acaba por abrir lacunas, já que nem sempre consegue dizer tudo de todos os lugares. Durante a referida pesquisa por inúmeras vezes tentamos conseguir o número de assinantes do jornal *Valeparaibano*, assim como uma tabela que pudesse nos dar noções de como o jornal é distribuído à região. De acordo com diretores do veículo estas informações são estratégicas e por isso não podem ser divulgadas. Mas é perceptível, por exemplo, a não publicação de matérias de cidades do Vale Histórico.

A partir das observações comparemos a rotina de produção do *Valeparaibano* a uma indústria. A produção começa pela manhã, os ingredientes são separados, as orientações são dadas e matéria-prima é formatada. No início da noite, os reparos são efetuados e o rótulo é aplicado. Mais tarde o produto é produzido em série e levado a casa dos leitores para consumo.

Tudo nos leva a comprovar nossa hipótese de que a rotina de produção do *Valeparaibano* é compatível ao modelo industrial sistematizado pelo professor Wilson da Costa Bueno.

8.0 Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Edilene Maia de. **Guaratinguetá: pioneira da Imprensa do Vale do Paraíba**. Acervo Mídia Regional: Revista do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação de Taubaté, Taubaté, ano 2, n. 2, p. 33-35 , 2ºsem.1998.

ANDRADE, Antônio Carlos de Argôllo. **O Taubatéense: um marco histórico na imprensa taubateana**. Acervo Mídia Regional: Revista do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação de Taubaté, Taubaté, ano 2, n. 2, p. 37-41, 2ºsem. 1998.

ANJ. **Os jornais brasileiros**. Disponível em: <<http://www.anj.org.br>> Acesso em: 22 jan. 2008.

ASSIS, Francisco de. **Opinião, informação e ideologia no editoriais da Tribuna do Norte**. Rede Nacional de Observatórios da Imprensa – Vale do Paraíba. v.2, p.5, 2007.

BONTORIN, A.C.; CAMARGO, K..; **Tribuna do Norte**. In: QUEIROZ, A; OLIVEIRA, D. Jornais centenários de São Paulo. Piracicaba-SP. Degaspari, 2002.

BUENO, Wilson da Costa. **Caracterização de um objeto-modelo conceitual para a análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal no Brasil**. Dissertação apresentada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo como exigência parcial do curso de Pós-graduação para obtenção do título de Mestre no Departamento de Comunicação e Artes. São Paulo. 1977.

CÂNDIDO, Vanessa Aparecida. **O jornalismo impresso como instrumento de resgate e construção da história regional**. Disponível em: <www.canastra.net/Artigos/o_jornalismo_impresso_como_instrumento_de_resgate.pdf> Acesso em: 08 fev. 2008.

CHAPARRO, Manoel Carlos. **Na origem, o Daily Courant**. Ensaio extraído do livro Sotaques d' Aquém e d' Além Mar – Percursos e Gêneros do jornalismo Português e Brasileiro. Jortejo Edição, Santarém (Português), 1998. Disponível em: <http://www.oxisdaquestao.com.br/integra_integra.asp?codigo=49> Acesso em: 21 jan. 2008.

_____, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo - Buscas Práticas para uma Teoria da Ação Jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

COSTA, Letícia Maria da. **Vozes dissonantes ma Imprensa do Interior: A Produção e a Recepção do jornal “A Voz do Vale do Paraíba”**. São Bernado do Campo: Umesp, 2002. Dissertação apresentada em cumprimento parcial às exigências do programa de pós-graduação em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo, para obtenção do grau de mestre, sob a orientação da Profa. Dra. Cícilia M. Krohling Peruzzo.

COSTA, Hélcio. **A rotina de produção do jornal Valeparaibano**. Entrevista concedida ao pesquisador em 16 julho 2008.

COSTELLA, Antônio F. **Comunicação do grito ao satélite**. São Paulo: Mantiqueira, 2002.

CUBA, Marcus. **A rotina de produção do jornal Tribuna do Norte**. Entrevista concedida ao pesquisador em 22 julho 2008.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. São Paulo, Ática 2002.

FARIA, João Carlos de. **Turismo rural e agricultura familiar no Vale do Paraíba Paulista**. Disponível em:

<http://www.valedoparaiba.com/terragente/estudos/turismorural_familiar.htm>

Acesso em: 26 jan. 2008.

FARIA, Sheila. **A rotina de produção do jornal Valeparaibano**. Entrevista concedida ao pesquisador em 17 julho 2008.

GOMES, Adelson. **A rotina de produção do jornal Valeparaibano**. Entrevista concedida ao pesquisador em 15 out. 2008.

IBGE. **Censo demográfico 2007**. Disponível em: <<http://www.ibge.org.br>>. Acesso em: 15 jan. 2008.

KUNCZIK, Michael; tradução Rafael Vilela Jr. **Conceito de Jornalismo: Norte e Sul; Manual de Comunicação**. São Paulo. Ed. Universidade de São Paulo, 1997.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis: Vozes, 1979.

LIMA, Irani. **A rotina de produção do jornal Tribuna do Norte**. Entrevista concedida ao pesquisador em 24 julho 2008.

MARIANO, Aiandra. **A rotina de produção do jornal Tribuna do Norte**. Entrevista concedida ao pesquisador em 22 julho 2008.

MARINI, Wilson. **Agilidade no Interior**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/mat2009e.htm>> Acesso em: 28 fev. 2008.

_____. **Dez tendências do jornalismo regional**. 1998. <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd200198h.htm>> Acesso em: 28 fev. 2008.

MOREIRA, Walter (org). **Recomendações para apresentação de trabalhos acadêmicos nas Faculdades Teresa D'Ávila**. Lorena. Instituto Santa Teresa, 2007.

MOREIRA, Lauro de Amaral. **Jornais Antigos de Guaratinguetá**. Disponível em: <<http://www.valedoparaiba.com/terragente/jornais/index.html>> Acesso em: 02 fev. 2008.

MOURA, Jefferson José Ribeiro de; MARCELO, João Rangel. **O Eco: um jornal**

que ainda conversa com o leitor. Acervo Mídia Regional: Revista do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação de Taubaté, Taubaté, ano 4, n. 5, p. 99-108, 2ºsem.2000.

NASCIMENTO, Lucimara. **A rotina de produção do jornal Valeparaibano.** Entrevista concedida ao pesquisador em 15 set. 2008.

NASSAR, Katy. **A notícia mora ao lado: a imprensa regional urbana em São Paulo.** São Bernado do Campo: Umesp, 1996. Dissertação apresentada ao curso de pós graduação em Comunicação Social do Instituto Metodista de Ensino Superior, como requisito à obtenção do grau de mestre, sob a orientação do Prof. Dr. Wilson Bueno.

NETO, Edmundo Mendes Benigno. **Por uma história da linguagem visual do jornalismo impresso.** Disponível em:
<<http://www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/resumos/R0153-1.pdf>> Acesso em: 20 jan. 2008.

NOVAES, Vinicius. **A rotina de produção do jornal Valeparaibano.** Entrevista concedida ao pesquisador em 15 set. 2008.

OLIVEIRA, Lindoval G.F.. **A comunicação pela imprensa.** Disponível em:
<http://www2.brasil-rotario.com.br/revista/materiais/rev922/e922_p18html> Acesso em: 17 fev. 2008.

PASIN, José Luiz. **Vale do Paraíba: ontem e hoje.** Rio de Janeiro, AC& Assessoria de Comunicação e Marketing, 1988.

PEREIRA, José Aurélio Chiaradia. **De São José dos Campos para o Vale: a Consolidação do Jornal ValeParaibano como Porta-Voz, da Cultura do Vale do Paraíba.** Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo. Ano I, nº1, janeiro/junho de 2004

PERUZZO, Cecília M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. Comunicação e Sociedade.** São Bernado do Campo: Póscom-Umesp, a.26, n. 43, p. 67-84, 1º sem. 2005.

_____. **Observação participante e pesquisa-ação.** In. BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge. (org). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo, Atlas. 2005.

PIMENTEL, Marcelo. **Evolução do jornal ValeParaibano: um estudo de caso sobre a reforma gráfica e editorial do jornal ocorrida no período entre os anos de 1994 e 1998.** São Paulo: Metodista, 2000. Dissertação apresentada em cumprimento parcial às exigências do programa de pós-graduação em comunicação social da Universidade Metodista de São Paulo para obtenção do grau de mestre, sob orientação do Prof. Dr. José Marques de Melo.

SANTOS, T.E.S.; **Tribuna do Norte: a trajetória centenária do jornal mais antigo do interior do Estado de São Paulo.** Acervo Mídia Regional: Revista do Núcleo de

Pesquisa e Estudos em Comunicação de Taubaté, Taubaté, ano 3, n. 4, p. 85-85, 2ºsem.1998.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro**. São Paulo: Summus, 1991.

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. São Paulo. Mauad. 1999.

UNESCO. **Jornais cotidianos e não-cotidianos**. Disponível em: http://www.uis.unesco.org/ev.php?ID=5059_2018DO_TOPIC Acesso em: 12 fev. 2008.

VELOSO, João José de. **A imprensa no município de Cunha**. Acervo Mídia Regional: Revista do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação de Taubaté, Taubaté, ano 4, n. 5, p. 145-153, 2ºsem. 2000.

ZAMBELI, Fábio. **A rotina de produção do jornal Valeparaibano**. Entrevista concedida ao pesquisador em 15 set. 2008.

9.0 Apêndice I – A experiência do projeto experimental

9.1 Do ponto de vista acadêmico

Este projeto é de extrema importância para a comunidade acadêmica, pois traz aos estudantes e professores realidades pouco exploradas. Ajuda na construção de um aprendizado mais apurado, de modo a ser um dos precursores de futuras pesquisas ligadas a uma nova tendência mundial, que é a regionalização da informação.

9.2 Frente ao mercado de trabalho

A expectativa é que este projeto no futuro possa ser usado como uma proposta de inserção em um mestrado. Também se espera a realização de artigos que possam ser apresentados em encontros de Iniciação Científica e congressos.

10.0 Apêndice II – Detalhamento das ações executadas

Novembro de 2007

Escolha do tema e do formato

Escolha da orientadora

Dezembro de 2007

Pesquisa sobre o tema

Levantamento das referências bibliográficas a serem utilizadas na pesquisa

Definição dos objetos de estudo

Janeiro de 2008

Levantamento histórico do jornalismo impresso no Brasil e no mundo

Levantamento histórico do jornalismo impresso no Vale do Paraíba Paulista

Levantamento histórico dos jornais escolhidos para análise

Fevereiro de 2008

Leitura de livros indicados pela orientadora para embasamento teórico das análises a serem realizadas

Início dos contatos nos veículos impressos escolhidos para a observação

Março de 2008

Início de um levantamento dos jornais existentes no Vale do Paraíba Paulista

Início da construção do pré-projeto

Abril de 2008

Apresentação do pré-projeto

Inscrição do projeto na coordenação

Construção das revisões de literatura

Maio de 2008

Montagem do roteiro para a aviação

Produção do histórico, contextualização e particularidades do tema

Correção do roteiro da monografia junto à orientadora
Finalização do levantamento dos jornais existentes no Vale do Paraíba

Junho de 2008

Preparação para a avaliação e montagem do roteiro da apresentação oral
Apresentação do projeto para avaliação dos professores

Julho de 2008

Correção do projeto, a partir das considerações dos professores na avaliação
Início da produção dos capítulos da monografia
Realização da observação participante no jornal *Tribuna do Norte*
Primeiras entrevistas no jornal *Valeparaibano*

Agosto de 2008

Continuação da produção dos capítulos da monografia
Correção pela orientadora dos capítulos reservados à história do jornalismo
Correção pela orientadora do capítulo reservado a rotina de produção do jornal *Tribuna do Norte*

Setembro de 2008

Correção pela orientadora dos capítulos reservados ao jornalismo regional
Desenvolvimento dos elementos pré-textuais da monografia

Outubro de 2008

Correção pela orientadora do capítulo reservado a rotina de produção do jornal *Valeparaibano*
Montagem final da monografia e correção final da orientadora

Novembro de 2008

Entrega do projeto
Preparação e montagem da apresentação para a banca
Apresentação à Banca

11.0 Apêndice III – Orçamento

Livros.....	R\$ 120,00
Xerox.....	R\$ 30,00
Internet.....	R\$ 69,90
Tinta para impressora.....	R\$ 60,00
Papel para impressão	R\$ 20,00
Encadernação.....	R\$ 12,50
Viagens.....	R\$100,00
Alimentação.....	R\$ 50,00
 Total _____	 R\$ 462,40

Licença Creative Commons

Dados da licença:

- Atribuição-uso Não-comercial 2.5 Brasil
- Autorização para copiar, distribuir, exibir e executar a obra; criar obras derivadas

Condições:

Atribuição

Você deve dar crédito ao autor original, da forma especificada pelo autor ou licenciante.

Uso Não-Comercial

Você não pode utilizar esta obra com finalidades comerciais.

Esta obra está cadastrada na Licença Creative Atribuição-Uso Não-Comercial-Vedada a Criação de Obras Derivadas 2.5 Brasil Commons.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)