

Marcas intervencionistas de mudança social em impressos do interior do Rio Grande do Sul: quando o local canta sua aldeia

Geder Luis Parzianello¹

Submetido em: 14/10/2022

Aceito em: 28/10/2022

RESUMO

Talvez nunca o jornalismo tenha se empenhado tanto em falar com seus públicos como durante e depois da Pandemia da Covid-19. O jornalismo do interior tem assumido, nesse sentido, um papel intervencionista e de transformação de suas comunidades, em parte neste contexto histórico. Este artigo é uma reflexão sobre marcas do empenho de mídias impressas do Noroeste e do Oeste gaúchos, respectivamente, na forma de uma pesquisa voltada a responder à pergunta sobre como mídias impressas destas regiões estejam praticando transformações em suas realidades numa perspectiva popular. Trata-se de uma investigação teórico-empírica, de base filosófica, em jornalismo, ancorada em trabalhos de e sobre Luiz Beltrão e que dialoga com a práxis profissional. Percorre traçados deixados pela tradição deste pesquisador pernambucano, pioneiro dos estudos de Jornalismo no Brasil, avança na relação de seus postulados com o jornalismo interiorano e caminha para concluir na direção de que o *jornalismo de província* é muito mais construtor de realidades que reprodutor delas, sendo o seu produto um objeto de estudo de interesse da *Folkcomunicação*.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo do Interior; Folkcomunicação; Jornalismo impresso.

¹ É doutor em Comunicação Social pela PUCRS e pós-doutor em Medienwissenschaft pela Universität Paderborn, Alemanha (Bolsa Capes 2012/2013). Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela PUCRS e mestrado em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). É professor Associado da Universidade Federal do Pampa e professor do Mestrado Acadêmico em Comunicação (PPGC) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em João Pessoa, na Linha de Pesquisa Mídia, Cotidiano e Imaginário. Foi professor visitante (Gastprofessur) da Universität zu Köln na Renânia do Norte, Alemanha e pesquisador convidado da Università Degli Studi Roma Tre, na Itália. Tem experiência na área de Comunicação e Jornalismo, com ênfase em estudos teóricos e epistemológicos, atuando em temas como linguagem, discurso e retórica contemporânea. Correio eletrônico: gederparzianello@yahoo.com.br.

Interventionist marks of social change on the Press of Rio Grande do Sul: *when the local “sings its village”*

ABSTRACT

Perhaps never has journalism been so committed to talking to its audiences as during and after the Covid-19 Pandemic. In this sense, the journalism of interior has assumed an interventionist role and the transformation of its communities, partly in this historical context. This article is a reflection on the brands of print media efforts in the Northwest and West of the state of Rio Grande do Sul, in South Brazil, in order to take a research aimed at answering the question of how print media in these regions are transforming their realities from a popular perspective. This is a theoretical-empirical, philosophically-based investigation in journalism, anchored in the work of/about Luiz Beltrão and in dialogue with professional praxis. It goes through the traces left by the tradition of this researcher from the Brazilian State of Pernambuco, a pioneer of Journalism studies in Brazil, advances in the relationship of its postulates with countryside journalism and walks to conclude in the direction that provincial journalism is much more a builder of realities than a reproducer of them, being your product an object of study of interest to *Folkcomunicação*.

KEY-WORDS

Journalism of the interior; Folkcommunication; Newspaper.

Marcas intervencionistas de cambio social en la Prensa de Rio Grande do Sul: *cuando el local canta su pueblo*

RESUMEN

Quizás nunca el periodismo ha estado tan comprometido con hablar con sus audiencias como durante y después de la pandemia de Covid-19. En este sentido, el periodismo de interior ha asumido un rol intervencionista y de transformación de sus comunidades, en parte en este contexto histórico. Este artículo es una reflexión sobre las marcas de los esfuerzos de los medios impresos en el Noroeste y el Oeste del estado de Rio Grande do Sul, en el sur de Brasil, con el fin de emprender una investigación destinada a responder a la pregunta de cómo los medios impresos en estas regiones se están transformando a sus realidades desde una perspectiva popular. Se trata de una investigación teórico-empírica, de base filosófica, en periodismo, anclada en la obra de y sobre Luiz Beltrão y en diálogo con la praxis profesional. Recorre las huellas dejadas por la tradición de este investigador del Estado brasileño de Pernambuco, pionero de los estudios de Periodismo en Brasil, avanza en la relación de sus postulados con el periodismo del campo y camina para concluir en la dirección que el periodismo provincial es mucho más un constructor de realidades que un reproductor de ellas, siendo su producto un objeto de estudio de interés para la *Folkcomunicação*.

PALABRAS-CLAVE

Periodismo del interior; Folkcomunicación; Periódico impreso.

Introdução

O célebre dito do escritor russo Liev Tolstói (1828-1910) que definia que se quiséssemos ser universais, haveríamos de começar por cantar a nossa própria aldeia, cabe aqui, perfeitamente, para descrevermos o que os meios de comunicação têm feito, sobretudo, os convencionais como os impressos e as emissoras de rádio, em comunidades do interior, ao priorizarem temas locais e o tratamento provinciano de seus temas em pauta. Não raro, esses meios são lidos como “inferiores” em relação a uma mídia de alcance e circulação maior, dita então hegemônica, e são estigmatizados enquanto imprensa interiorana, como se estivessem a representar um jornalismo de expressão ou valor menor. Esta visão, claramente preconceituosa e estereotipada sobre o jornalismo do interior, porém, nada tem a ver com o efetivo potencial interveniente destes meios em suas realidades, pelo que se mostram absolutamente eficazes em processos de transformação social.

Obviamente que estes meios convencionais do interior ainda exercem um papel que também é controlado por elites, sobretudo, as econômicas e culturais, mas também aquelas de fato políticas e religiosas, no sentido de forçar a perpetuação de valores tradicionais e com a marginalização de culturas de expressão popular, quando presos a interesses dessas elites e ou pouco empenhados em acompanhar outras formas de interação social rascunhadas por novas diacronias de tempo, cuja crítica a isso é mesmo válida e histórica.

Há, no entanto, um processo ainda que lento e até silencioso, mas absolutamente perceptível nesses *media* em relação a um resgate e valoração do local, que identificamos como sendo objeto da Folkcomunicação. Mesmo em mídias que se abrem ao novo, as marcas de algum ostracismo desse conservadorismo elitista ainda sempre permanecem, dado que processos de transformação e mudanças sociais se dão, de fato, numa ordem e por dispositivos os mais diversos e velocidades distintas. No entanto, inovações existem, mesmo que elas aconteçam lentamente e sejam, quase sempre, imperceptíveis a olhares ligeiros.

Há um jornalismo de valor sendo praticado no jornalismo interiorano. Este artigo é uma reflexão em jornalismo, de inspiração beltriana, empenhada no reconhecimento de marcas de conteúdo qualitativo-textuais e retórico-discursivas em jornalismo impresso, praticado no interior do Rio Grande do Sul. Marcas estas as quais se mostram enquanto

linguagem de engajamento dos meios com suas comunidades. Tomam-se, como referências empíricas de análise, três produções impressas: uma revista trimestral, publicada no Noroeste do Estado, a *Revista Stampa*, e o jornal impresso do mesmo grupo editorial, de circulação diária, o *Jornal da Manhã* (Ijuí/RS), além do jornal impresso de circulação semanal, na região Oeste do Estado, a *Folha de São Borja* (São Borja/RS). A seleção desse *corpus* se deve ao caráter facilitado ao pesquisador, por critérios de circulação, acesso e consumo regular desses materiais, por sua maior afinidade com o aspecto qualitativo do conteúdo dessas publicações e alguma familiaridade com o objeto, na condição de leitor habitual desses meios e nessas duas regiões geográficas.

Sobre este *corpus* definiu-se uma amostra de caráter sincrônico, com recorte de tempo, datado entre janeiro de 2020 e setembro de 2022, exatamente o período pandêmico, em que os meios de comunicação, não só do interior, mas significativamente estes, enfrentaram dificuldades ainda maiores para sua atividade, mas também, reconhecidamente, lograram maior efetiva demanda de seus públicos por informação e entretenimento. Uma espécie de jornalismo de confinamento ofereceu produtos ainda mais dialógicos com suas comunidades. Esta foi a percepção resultante da presente pesquisa. Constatamos que os impressos em análise continham muito de comunicação Folk e estavam no empenho de maior vinculação ainda com suas comunidades.

Em que pesem os efeitos das notícias fraudulentas (as *fake news*) as quais tenham, de alguma forma, desestabilizado ou ameaçado notoriamente a credibilidade da informação jornalística profissional, veiculada naquele período no Brasil e no mundo, e forçado, assim, reordenar processos de produção e circulação de notícias, o fato é que elas também acabaram por promover o jornalismo profissional e responsável como fonte confiável de informações noticiosas, ao contrário do que inicialmente pareceu. Os *media* articularam-se de modo a impor sua presença pela importância do serviço que prestam e fazendo frente a um conteúdo nada profissional, nem ético, que circulava de forma crescente por meio das redes sociais com aparência de informação noticiosa e deliberada intenção mentirosa, sobretudo, na esfera política e sob o espectro daquela pandemia.

Vale dizer que quem não consome jornais e revistas terá sempre uma visão diferente sobre os meios, seu produto e valor de mercado. E que jornais sempre foram lidos por uma elite, não exatamente econômica, mas intelectual e ou influente, haja vista que a escrita não é uma habilidade ou competência exatamente popular, mesmo em se considerando as mídias sociais e os recursos digitais da realidade contemporânea. Nem

sempre escrever representa escrever bem e nem sempre o contato com o código escrito significou capacidade de entendimento e compreensão. No universo digital AS ironias e sarcasmos precisam de recursos como a expressão #sqn para indiciar o sentido irônico de uma mensagem. No universo dos impressos, ainda vigora outra relação com a linguagem, um apreço pela palavra, pela escrita, pela leitura interpretativa e pela análise em profundidade, argumentativa e especializada.

Na análise empírica da presente pesquisa, a abordagem adotada foi a de uma metodologia qualitativa, necessariamente não exaustiva em relação ao universo da amostra, e sem preocupação com a singularidade das ocorrências materiais, mas antes, com sua relevância de conjunto, enquanto marcas de expressão de um jornalismo praticado *no interior e pelo interior*, com a voz da aldeia sendo *aquela que fala* e de modo a se ver reconhecida por sua intersubjetividade, seu caráter comunicativo (numa concepção habermasiana), interventivo, de mudança social- e o que é mais importante: afinada com o desenvolvimento de ideias e modos de vida; com as condutas e pensamentos de seu tempo; e não necessariamente pautadas pela tradição e o conservadorismo que notoriamente caracterizam hábitos nas comunidades menores, ainda que eles permaneçam presentes.

Luiz Beltrão (1960), jornalista de província, falando das tradições culturais de Pernambuco, seu estado natal, ele lembrava como os jornalistas que atuavam na imprensa sempre se viam marcados por um *domínio de ofício*, haja vista a formação que viria apenas bem mais tarde, mas que ainda assim, o contato direto com o fato e o engajamento comunitários lhe parecia terem sido, desde sempre, as marcas do bom jornalismo do interior.

Como em toda atividade, proliferam maus exemplos. Beltrão nos pareceu ainda assim sempre muito convencido de que a identificação dos jornais com seus públicos, a identificação daqueles que fazem os jornais com aqueles que os leem, era efetivamente um vínculo a ser valorado. Waldemar Lopes, nos anos de 1960, em prefácio à obra de Beltrão “Iniciação à Filosofia do Jornalismo”, ensaio publicado no Rio pela Editora Agir, replicava o mesmo entendimento.

Beltrão (apud ASSIS, 2013, p. 31) lembrava que o jornalismo interiorano se preenche de notícias sobre nascimento e morte, casamentos, aniversários, acidentes, viagens, atividades escolares e tantas outras notícias sobre fatos tipicamente locais como problemas agrícolas das regiões rurais, ou eventos típicos locais, etc. “Posta a serviço da

comunidade, a imprensa exerce relevante função social”, escreveu, destacando, a partir de José Amado Nascimento, pelo menos seis atribuições que recaem a este tipo específico de jornalismo, notadamente: a) acerca da orientação da comunidade; b) da dinamização da vida social; c) do instrumento de liderança; d) e esclarecimento ou divulgação de ideias; e) da mobilização social; f) e do dever de defender “intransigentemente, os valores sociais, fundados na verdade, na liberdade e no bem comum” (BELTRÃO apud ASSIS, 2013, p. 31).

É Dornelles (apud ASSIS, 2013, p. 67ss) quem nos presenteia com uma reflexão sobre “o futuro do jornalismo em cidades do interior”. A pesquisadora reconhece que a bibliografia especializada nesse objeto de estudo é “muito pequena e, muitas vezes, equivocada, pois ainda não credita aos jornais do interior a importância que eles, de fato, possuem para suas comunidades”. Apoiando-se em Peruzzo (2002), Dornelles (2013) frisa que falar das coisas do lugar não é o suficiente para que um jornal se identifique com sua comunidade. É preciso, segundo essas duas pesquisadoras, um compromisso com a realidade do lugar.

Em outro de seus trabalhos (DORNELLES e DOS REIS, 2016) se somam ao desafio dos que estão interessados em investigar formas populares e folclóricas da comunicação existentes longe dos grandes centros urbanos. Estudam uma rádio do interior do Rio Grande do Sul e concluem quanto ao papel das mídias no que diz respeito a darem voz às comunidades rurais e quanto à legitimação de seus modos de pensar, pelo que se tornam, então, e conforme as pesquisadoras, uma “arma democrática” e de “empoderamento dessas comunidades” no exercício real de sua cidadania. Com os media interioranos que aqui nós investigamos, não se deu diferente.

Do universal ao particular

Beltrão (1960, p. 109) assevera que “o jornalismo, por mais universalista que seja a sua linguagem, precisa ser entendido primeiro pela sua própria gente”. Tal espírito comunitário se faz ainda muito presente nas redações de jornais pelo interior, acentuado o valor testemunhal do progresso e do trabalho dos que foram pioneiros nesta atividade.

A *Folha de São Borja* dos anos 2000, precisamente até esta segunda década, concentra ainda uma linguagem bastante marcada pelo regionalismo, com uso de narrativas próprias ao homem do interior do Oeste do Estado, sem tanta incorporação de modelos mais hegemônicos de narrativas em estilo e linguagem. Esta particularidade foi sendo menos mantida em jornais como o *Jornal da Manhã* e em impressos como a *Revista*

Stampa, que melhor e mais rapidamente absorveram padrões de narrativa a exemplo da grande mídia, mas ainda assim conseguem vínculos bastante estreitos com sua comunidade. Parte desse cenário se atribui à circulação de profissionais de outras regiões e ao caráter mais ou menos heterogêneo de suas populações, o que reforça a ideia que sempre se teve de que uma comunidade tem uma imprensa que é a sua cara.

José Marques de Melo (apud BELTRÃO, 1960) ainda bem antes que as tecnologias digitais viessem a fazer o mesmo, alertava para o fato de que a imprensa sofria concorrência com a suposta primazia do rádio e da tevê. Era muito parecido o sentimento que se tinha, então, naquela década, sobre o risco de que os públicos migrassem e produzissem o fechamento de outras mídias, com o que se pensou até pouco tempo sobre o potencial de que mídias digitais fizessem algo semelhante em relação aos meios convencionais impressos.

Beltrão (1960, p. 8) ao citar Alceu Amoroso Lima, diz que “o jornalismo medíocre informa por informar” quando o seu papel verdadeiro é o de promover muito mais a formação aos leitores que a informação somente. Este ensaio de Beltrão cumpria um caráter didático, à época, tratando inclusive, de procedimentos estéticos relativos ao gosto na apresentação gráfica dos jornais. Apresentava também uma estreita conexão do jornalismo com o direito à liberdade e o dever da responsabilidade que precisam nortear a atividade jornalística.

Rocha (2008) vai tratar do caráter emancipador de Beltrão pelo que a comunicação compartilhada na comunidade legitima a vida social. Na análise que empresta ao trabalho de Beltrão, o autor reconhece que o pesquisador pernambucano viu de forma mais complexa esta comunicação do que quando descrita por Lazarsfeld e Katz na teoria do *two-steps-flow* porque por sua visionária percepção, o protagonismo de agentes populares e o caráter coletivo da comunicação, se davam sem o aspecto atomista das teorias anteriores e, portanto, fora dos limites de uma leitura individual de lideranças formadoras de opinião.

Beltrão foi pesquisador precursor do intercâmbio de informações diretas ou indiretas relacionadas ao folclore, numa definição mais clássica. Gobbi (apud MARQUES DE MELO, 2007, p. 2) justifica, aliás, a criação do “Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação” pelo aspecto de vanguarda da sua obra no nosso país.

São Borja e Ijuí desde nossa tomada são lidos como ‘vilarejos universais’ nos termos do que falava McLuhan (apud MARQUES DE MELO, 1972). E com suas

características muito próprias de fazer jornalismo, em especial neste período pandêmico, com fontes escassas, dificuldade de contato e produção de material, sobretudo, pelo vazio dos acontecimentos e as regras de distanciamento, além do #Fiqueemcasa, um ordenamento institucional em saúde pública para que as pessoas saíssem às ruas apenas para o indispensável.

Como se informavam as populações rudes e tardias do interior era o que objetivamente se perguntara (BELTRÃO, 1971). A lição de Lazarsfeld de que os líderes de opinião não se encontram particularmente nas classes mais cultas ou entre as pessoas de maior prestígio da comunidade, mas se distribuem de forma bastante equilibrada por todas as classes e profissões, ganha especial visibilidade na cobertura do interior.

A Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore (BELTRÃO, 1971, p. 114). Os jornais provincianos se mostram frequentemente propensos a difundir em uma linguagem até mais popular que meios de grandes centros e mais hegemônicos, símbolos e imagens ligados a manifestações culturais, dialogando com o mais próximo de suas comunidades, pelo que a massa vai se mobilizando de apática à ativa. Há ali um visível diálogo com a elite.

Quando defendeu sua tese de doutoramento na Universidade de Brasília, em 1967, Luiz Beltrão soube reconhecer que as classes populares são produtoras de bens simbólicos, ainda que patrocinados pelos dominantes. De fato, é o pensamento latino-americano que reconhece essas práticas.

Marques de Mello e Brittes (1997) explicam que a maioria dos cursos de Comunicação Social na América Latina relega a Escola Latino-Americana a uma posição secundária no final do Século XX, senão ausente.

Marques de Mello (1997, p. 11) diz ainda que pesquisadores das novas gerações começavam a ser incentivados para o contato com o pensamento produzido na América Latina pelos seus orientadores mesmo nas universidades estrangeiras em que conquistavam seu PhD. “Ali encontravam nas bibliotecas farta documentação sobre o conhecimento midiático ou culturalista estocado em nosso subcontinente e tiveram condições de superar o complexo de inferioridade intelectual” (MARQUES DE MELLO, 1997, p. 11).

A produção de discursos na imprensa local

Cristão que era, Beltrão sempre soube reconhecer a opressão dos antagonismos entre classes, fossem de patrões e empregados, ou não, mas não se deixara contaminar com uma visão apocalíptica a respeito dos tensionamentos sociais em torno dessas diferenças. O olhar especial com o qual conseguiu descrever seu conceito de marginalidade, por exemplo, essencialmente válido até hoje, na contemporaneidade e com todos os contornos de novos desdobramentos, o torna sempre muito de novo atual.

Ancorados no seu entendimento, diremos que a comunicação não é marginal porque praticada por uma elite apenas, mas também porque praticada no interior, na periferia da geopolítica, e como resistência cultural. O interior é marginalizado pelo silenciamento a que o condena o resto da mídia. Na prática equivale a dizer: Se não falarmos de nós, quem falará?

Não é apenas a semantização do termo 'marginal' que ganha esse dimensionamento. Há controvérsias também e muitas sobre o que significa exatamente o folclore em termos conceituais, tantas vezes associado unicamente a danças típicas, vestimentas étnicas, quando se estende a hábitos, costumes e crenças de uma comunidade.

Em culturas letradas (diferentemente do que ocorre em culturas autóctones) há divisão nítida de agentes de dominação. O folclore é uma resistência a isso, é uma dimensão do que atravessa o interesse de práticas de vida essencialmente populares. Néstor Canclini (1999) circunscreve esse aspecto numa definição que é a de que "precisamos imaginar, sobretudo, o modo de se fazer valer o interesse público" (CANCLINI, 1999, p. 278)

Para Rocha (2008):

a importância da obra de Luiz Beltrão para o estudo da comunicação, de uma maneira geral, e para a teoria do jornalismo, de forma mais específica, tem sido registrada por inúmeros pesquisadores, reconhecendo a sua capacidade de antecipação de várias teorias aceitas de forma consensual nos meios científicos, bem como a sua atualidade, ou seja, sua capacidade de resistir como referência para a construção de conhecimentos aptos a serem considerados válidos intersubjetivamente pela comunidade acadêmica (ROCHA, 2008, p. 3).

Considerado pioneiro das ciências da Comunicação por José Marques de Melo (2006, p. 17), em função da sua criação da disciplina acadêmica da folkcomunicação, Beltrão tomou de modo muito expressivo o cuidado e atenção com as comunidades

culturalmente marginalizadas. Suas contribuições teóricas nos levam a pensar um jornalismo que vá além do factual e que atinja uma perspectiva pós-convencional, capaz de reverter a tendência alimentada pela naturalização à retração de sentido (anomia), que caracteriza a colonização do mundo da vida, através da ampliação do consenso intersubjetivamente compartilhado, requisito imprescindível para um convívio social mais justo e democrático (ROCHA, 2008).

Assim, estas reflexões têm a propriedade de enfatizar o caráter social e intersubjetivo do processo de construção de sentido público e salientar a denúncia da distorção ideológica que é a exclusão da discussão pública de amplos setores marginalizados nos campos e nas cidades, como destacava Beltrão.

Peruzzo (2022, p. 177) retoma o conceito de marginalizados. O termo “marginalizados”, inicialmente relacionado aos migrantes vistos como indivíduos à margem das culturas – a de origem e a nova na qual se inserem-, com o passar do tempo recebeu outras conotações. Também para Barreto (1994), o folclore é tomado como discurso; o folclore na realidade concreta de suas expressões. É por aí que chegamos ao entendimento do jornal também como meio de folk, a exemplo dos cordéis, da cerâmica, das cantorias.

Há uma marginalização relativa ao consumo do meio jornal nas comunidades interioranas. Será preciso superar isso que é quase um estigma, cristalizado que parece no mundo da vida como no mundo dos sistemas.

A linguagem (ou linguagens) do folclore se nos apresenta(m) como enigmática(s), e como que a desafiar, num estudo de conjunto, a nossa capacidade de descobrir o segmento semântico codificável, segundo Barreto (1994, p. 128) “Na comunicação cultural, as linguagens humanas se traduzem no Discurso, ou seja, qualquer configuração de signos utilizados na emissão de mensagens simbólicas” (BARRETO, 1994, p. 129). O autor conclui na direção de que o discurso folclórico, considerada toda sua complexidade, não toma apenas a palavra, mas, abrange também comportamentos e expressões não verbais, como até mesmo mitos e ritos. Assim que,

a folkcomunicação, ao constituir-se tendo como foco as narrativas populares que medeiam a circulação das informações dos meios de massa e dos setores eruditos, concebe-se numa dinâmica socioeconômica e cultural em constante transformação, considerando a complexidade social no que se refere aos fluxos de informações e de produção de sentido (BARRETO, 2021, p. 179).

Para Gushiken (2021, p. 11) “a folkcomunicação sugere repensar as culturas tradicionais em meio ao processo de consumo de tecnologias unidas no desenvolvimento do capitalismo”. Diz, ainda, que “os modos como as memórias do passado resistem ou insistem em se projetar para o futuro” - pelo que o jornalismo do interior precisa enfrentar as tensões sociopolíticas e econômicas que constituem, conforme o pesquisador, o tempo presente. (GUSHIKEN, 2021, p. 18).

A folkcomunicação se mostra como uma das temáticas da produção de conhecimento no Brasil (GOBBI, 2014, p. 16), ao lado do audiovisual, da cibercultura, da comunicação organizacional, da Economia Política da Comunicação, e da História da Mídia, além do Jornalismo e da Semiótica, conforme classificação de 2010, feita a partir de anais e livros de resumos de congressos, websites e livros da área ao longo de dez anos que antecederam à divulgação da pesquisa.

É também Maria Cristina Gobbi (2012) quem reforça o pensamento dos precursores do campo da Comunicação, a exemplo de José Marques de Melo, no sentido de reconhecê-la como um campo de futuro na pesquisa, cujo objeto de investigação foca nas “manifestações culturais (...) rompem o isolamento social a que comunidades inteiras são submetidas por conta da chamada globalização” (GOBBI, 2012, p. 125-126).

A folkcomunicação precisa agora sempre mais ser levada para a realidade da comunicação circulante nas redes, na web, evidenciando que independente do suporte- se papel ou digital- os jornais têm se tornando ainda mais populares do que sempre já foram circulando não mais apenas num circuito de elite, como quando a informação era mesmo de fato apenas um privilégio. Há desafios, obviamente, uma vez que a informação continua sendo paga e ainda não é uma prioridade em políticas públicas e no exercício pleno da cidadania ativa. Mas há caminhos já apontando para que isso aconteça.

Tabela 1 – Qualitativo da amostra sobre as recorrentes mediações

Segmentos	Ênfases	Espécies	Vínculo Folk
Festas locais	Eventos típicos, cívicos, religiosos, culturais, étnico-identitários, como o carnaval regionalizado, por exemplo	Tradicionalismo, desfiles, feiras artesanais, procissões, mobilização comunitária, eventos populares...	Coberturas que protagonizam os atores sociais (pessoas comuns) os quais antes eram marginalizados
Instituições locais	Economia mista Economia popular Empreendedorismo	Ações comunitárias Efeito de mobilização e engajamento	Campanhas Eventos Festas
Política local	Atores políticos novos, surgimento de lideranças, novas formas de representação	Diversidade de vozes, pluralidade, enfrentamento culturalmente determinado	Candidaturas LGBTs Representatividade crescente da mulher, negros, etc.
Celebridades locais	Cobertura Social fora do <i>stablishment</i> , visibilidade a feitos em torno de pessoas	Personalidades marcadas menos por seu status que por suas ações sociais	Atuação profissional: destaque sem necessário vínculo com <i>stablishment</i>
Memória local	Histórica, valorização de espaços públicos e feitos populares	Desempenho de um imaginário social renovado e permanente	Valorização de museus, espaços públicos e gastronomia, por exemplo
Símbolos locais	Monumentos e praças, clubes locais	Prestação de serviços e a promoção deles com protagonismos locais não necessariamente elitizados	Esporte local, saúde e educação
Opinião local	Artigos/colunas com prevalência de expressão da terra	Páginas e espaços específicos de opinião	Espaço para o leitor

Fonte: O autor.

A folkcomunicação evidencia o diálogo com as classes marginalizadas só que como descreve Gobbi (2012, p.127) “não apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica ou literária”. O diálogo de alguma forma de elite com classes mais populares realmente se detectou no jornalismo popular praticado pelo jornalismo do interior, evidenciando-se na tabela a seguir as marcas qualitativas desses espaços de

mediação pelos quais a informação buscou chegar de forma mais comunicativa ao leitor daquelas comunidades em análise.

Marcas desse diálogo nos impressos estudados

A tabela acima sintetiza uma amostra genérica do conteúdo recorrente identificado e descrito na análise dos jornais, os quais demonstraram, no período investigado, conter alguma relativa predominância qualitativa em relação ao que se considera conteúdo “folk”, ou popular, na realidade dos impressos do interior.

Os elementos descritos reforçam o sentido dado pelos dois jornais e à revista impressa aos acontecimentos locais no trabalho de divulgação de notícias. Enquanto o *Jornal da Manhã*, que circula em município notadamente marcado por uma cultura étnica diversificada, como é Ijuí, com pelo menos quinze culturas diferentes expressando vivamente a formação e a colonização plural daquele município, traz as festas populares com maior destaque para essa diversidade, sem centralismo cultural, a *Folha de São Borja*, por sua vez, dedica seu trabalho de cobertura em outra ordem de diversidade, município que é São Borja, cuja colonização não é definitivamente a mesma que Ijuí, embora situados os dois municípios apenas a pouco mais de 200 km de distância um do outro.

Em São Borja, por exemplo, a ênfase da imprensa local quanto a festas populares se manifesta na cobertura de carnaval regionalizado, das datas cívicas, religiosas e, principalmente, nos eventos tradicionalistas, em sintonia com o reconhecido status do município como a “capital do fandango”.

Nos dois casos, a imprensa do interior dialoga perfeitamente com suas comunidades, dando voz a personagens que fazem estas festas, não apenas no âmbito da sua execução, mas do público que se mobiliza em torno delas. O tratamento noticioso poderia, claro, dar ainda mais espaço e protagonismo a quem trabalha nesses eventos, e maior visibilidade a pessoas comuns que os frequentam, pelo que o jornalismo se abriria ainda mais ao periférico e marginalizado da cobertura tradicional.

Ainda assim, é significativo que os jornais do interior tenham uma agenda ao longo do ano para atender a esta demanda de suas comunidades de leitores e deem espaço a essas vozes não elitistas na cobertura deles, deixando de ouvir sempre apenas os seus organizadores e promotores, por exemplo.

Se os jornais do interior não o fizerem, de falar de suas realidades, quem o fará? As redes sociais não conseguem ainda formalizar uma cobertura organizada e planejada

desses eventos, fazendo circular informação desordenada, nem sempre qualificada nem jornalística, mesmo quando espelha esses fatos populares de algum modo informal, como quando a população registra imagens nas redes dos muitos dos significados que estejam sendo dados aos acontecimentos.

Ambos os jornais, assim como a revista, se mostraram bastantes abertos à divulgação das Instituições locais, entre as quais, principalmente, aquelas de economia mista, como o Senac, o Sesi e o Sebrae, no caso de Ijuí e por meio da divulgação de ações comunitárias, no exemplo do município de São Borja, com ênfase principalmente para as campanhas de orientação como da saúde, sobre vacinação e cuidados.

Da forma como entendemos, estas notícias se voltam justamente à população periférica, em geral aquela excluída dos atendimentos e que carecem de chamadas específicas para o cuidado com a saúde. Houve também, nesses casos, uma considerável presença de notícias envolvendo agentes comunitários, num trabalho em geral marginalizado em termos de saúde pública, mas absolutamente necessário. Os jornais do interior, ao lado das rádios interioranas, cumprem um papel decisivo na orientação e mobilização das comunidades nesse caso, sendo imprescindível que continuem a fazê-lo.

E da forma como os jornais circulam, promovendo a consciência de formadores de opinião, isso replica em outras populações, mesmo aquelas que não habitualmente leiam a mídia impressa: seu alcance vai muito além do número de pessoas que compram ou assinam o jornal.

O tema específico da política local surge significado no *Jornal da Manhã* por meio da voz de atores políticos, quase sempre, oficialmente outorgados: eleitos representantes do povo que falam sobre demandas sociais.

O poder público municipal, na *Folha de São Borja*, majoritariamente, se vê figurado no tratamento excessivamente resenhado de divulgação por assessorias, no que se reconhece um excessivo tratamento de releases. Mas há uma ênfase de mérito a ser reconhecida: mesmo em se tratando de um município sabidamente conservador, herança do patriarcado coronelista de regiões latifundiárias em torno de uma aristocracia secular associada ao setor primário, a *Folha de São Borja* abre espaço visivelmente crescente para a voz de candidaturas LGBTs e de gênero no jornalismo que pratica.

Também nos dois jornais analisados, assim como na *Revista Stampa*, as celebridades locais/personalidades locais são retratadas curiosamente por sua atuação profissional, muito mais do que tradicionalmente acontecia por sua condição social ou de

prestígio econômico ainda que isso também sempre aconteça. Agora, atores sociais de diferentes estratos sociais figuram nos espaços de divulgação desses impressos destinados à informação sobre personalidades e celebridades locais.

O ângulo das notas divulgadas se tornou bem mais a singularidade de quem faz, onde e como, traduzido na valorização das coisas da terra, que por qualquer outra motivação, sintoma ou interesse. É claro que notas de divulgação continuaram sendo veiculadas com apego à tradicional forma da mensagem social e ainda com alguma exaltação às elites, sobretudo econômicas, ou a personalidades de uma aristocracia resistente e ameaçadamente falida, que busca imprimir a imagem de continuidade de seu patrimônio intangível marcado no imaginário coletivo e na memória da ostentação de outrora, materializada em terras, poder e dinheiro.

E por falar em memória, os três *media* possuem espaço de valoração de notícias de interesse da memória local, seja via resgate da história, retrospectiva de publicações datadas ou ainda, a valorização de espaços públicos, como praças, parques, museus e áreas de convívio urbanas.

Também cumpre destacarmos a valoração dos espaços públicos e da gastronomia local, com especial reforço à memória afetiva junto aos leitores: a comida da avó, da casa da mãe, de um tempo que se foi, enfim, empenho em torno de uma produção de sentidos de nostalgia, sendo o imaginário social renovado permanente através dos impressos, embora esse processo seja lento e sutil nessas comunidades.

Símbolos locais aparecem, nos três casos, como que representados um tanto fora do clichê e da ortodoxia com que os impressos valorizaram por décadas monumentos e praças ou clubes. Há um papel pedagógico, mas também mobilizador desses meios em suas comunidades, cujo maior efeito é mesmo o de promover audiências, ao largo de principalmente corrigir distorções, obstáculos, e de favorecer o fortalecimento da identidade de cidade através dos jornais. Assim, os jornais e a revista não apenas relatam ou espelham, mas também *constroem* realidades.

Outro campo de coberturas com especial ênfase nos jornais foi o da prestação de serviços continuados e a promoção deles junto à comunidade. Também nesse item podem ser encontrados contraexemplos, se tomados a partir das ideias de Beltrão, mas ainda assim foi possível identificarmos, descritivamente, a presença material de mensagens jornalísticas de orientação comunitária, voltadas principalmente para as massas.

Nada mais “folk” que matérias que falam às comunidades, mobilizando-as, orientando-as, em prestações de serviço. O jornalismo reafirmando sua função social e sendo sempre de novo necessário a suas comunidades. Há problemas, claro, como a dificuldade de formação de novos leitores, a questão da substituição do *habitus* de consumo hoje centralizado em mídias sociais, mas há também um público que se ressen-te do jornal e da companhia do rádio, mesmo com todo o desenvolvimento e inter-veniência da internet. Jornais do interior começam ainda que tardiamente a enfrentar o desafio da digitalização das edições e da criação de um público de leitura virtual, mesmo em 2022.

O *Jornal da Manhã* iniciou este processo mais firmemente no final de abril de 2022, após o forte impacto da pandemia. A *Folha de São Borja* vem testando experiências assim, desde 2017, e ainda enfrenta dificuldades técnicas para essa implantação e segue apostando mais no leitor tradicional. A *Revista Stampa* tem uma proposta unicamente impressa, até o momento.

Esporte local, saúde e educação voltam a se configurar, no conjunto de nossa amostra, como temas que mais de perto conversam com sujeitos atravessados por uma intersubjetividade enquanto na margem da aceitação e de reconhecimento.

Os espaços de opinião e as páginas destinadas para a visibilidade de crítica e de pensamento dos leitores é melhor sentida no *Jornal da Manhã*, em parte e muito provavelmente porque este meio tem circulação diária e uma equipe mais rotativa de trabalho ao longo dos anos. Sem falar que o grupo JM, que também produz a revista e o jornal local, se mostra bastante mais aberto à diversidade de posicionamentos visando agradar de alguma forma a diferentes leitores.

Em geral, essa inclusão de vozes se dá muito mais aberta e simplificada quando em meios do interior que dos grandes centros. No *Jornal da Manhã* isso se materializa na forma de artigos e colunas dispostas à página 10 do jornal, diariamente, ou em algumas edições da *Stampa*, dispostas entre texto literário e ou contribuições de pauta e depoimentos em espaços específicos para o leitor.

Beltrão (apud ASSIS, 2013) desenha o jornalismo interiorano a serviço das comunidades. A imprensa interiorana, escreve então o pesquisador, é a voz da “nossa cidade”. O texto de Beltrão havia sido apresentado, em 1962, durante o I Seminário de Jornalistas do Interior de Pernambuco, realizado em Caruaru. Seus sinais foram mesmo sempre visionários e capazes de reconhecer a força desse jornalismo. Continua absolutamente válida sua premissa de que nenhum outro meio poderá fazê-lo como

fazem os jornais interioranos, veículos de ideias, como sempre foram. Os jornais, conforme Beltrão, reivindicam a cultura das populações regionais.

O que não se pode é abdicar desse papel mediador, testemunhal, histórico, de serviços e de interação com as comunidades que tão bem os jornais sempre desempenharam. Porque demanda existe.

Considerações finais

A *Folha de São Borja* descreve uma cidade que é como ela própria se vê. O mesmo acontece com o *Jornal da Manhã* e a *Revista Stampa*, em Ijuí. As mídias impressas do interior estariam, portanto, bem mais afinadas com uma comunicação Folk do que supúnhamos ao pensarmos de forma universal os impressos. O interior é um mundo. As regionalidades serão sempre muito próprias.

Nesses locais, a marginalização se dá no comparativo com o externo, com o que não é regional, nem local, a exemplo dos jornais e revistas dos grandes centros. Desde seu funcionamento interno, esses *medias*, embora não tratem de questões marginais que poderiam e deveriam, do ponto de vista sociológico, porque ainda presos a interesses corporativos, industriais, de elite econômica e social, muitas vezes, ainda assim estão sintonizados com suas comunidades, já não são feitos para uma elite oligárquica do passado, circulam em todas as classes sociais e dão espaço e voz a diferentes representações, setores e segmentos.

Os meios impressos se tornaram um tanto mais populares do que foram no passado, quando circulavam somente entre intelectuais, nos clubes e bares frequentados por escritores, poetas ou comerciantes. Ainda que como no passado sejam lidos de fato por menos leitores do que se desejasse, sendo a cultura da leitura e da escrita historicamente mais distante das camadas mais populares, é fato que o jornalismo impresso fala ainda a sua gente no interior.

Os impressos do interior estão promovendo o diálogo com as elites e não o monólogo delas, assumindo e renovando compromissos com suas comunidades. Os líderes de opinião pública não são mais apenas as fontes autorizadas do *stablishment* do poder local, mas os cidadãos em suas atividades, nas ações de destaque social e profissional, e sobre um sentimento sempre presente de valorização das expressões da terra, do que nessas regiões se faz e deu certo. Há problemas e o jornalismo precisará deixar de ser provinciano no sentido pejorativo do termo, mas sem deixar de ser a voz da aldeia.

Há um estilo local/regional que acaba se firmando, uma linguagem própria, um jeito de narrar e de tratar os acontecimentos. O que antes era marginal em muitos aspectos já está felizmente aparecendo e deixando de sê-lo. É um processo: é lento e ainda terá muito mais a ser aperfeiçoado pela frente, mas seu futuro será tanto mais vital quanto melhor os impressos reforçarem esses ideais de espelhar a sua volta, a sua gente.

O que os singulariza é, afinal, o que os fortalece como *media* e a sensibilidade para a comunicação Folk é uma estrada segura nas decisões editoriais e empresariais que precisam ser cada vez mais incentivadas, valorizadas, renovadas e renovadoras.

Referências

ASSIS, Francisco de. **Imprensa do Interior**. Conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013.

BARRETO, Luiz Antônio. **Encontro Cultural de Laranjeiras, 20 anos**. Sergipe, Fundação Estadual da Cultura, p. 39-43, 1994.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**. Rio: Agir Editora, 1960.

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. São Paulo, Melhoramentos, p. 11-16, 1971.

BRITTES, Juçara Gorski e MARQUES DE MELO, José. (Orgs). **A Trajetória Comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán**. São Paulo: UNESCO/UMESP, 1997.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Conflitos multiculturais da globalização. 4.ed. Rio: UFRJ, 1999.

DORNELLES, Beatriz e DOS REIS, Keila Mara. **Do Espelho às Ondas do Rádio: a força da comunicação pela folkcomunicação**. C&S. São Bernardo, v. 38, n. 3, p. 229-339, set./dez., 2016.

GOBBI, Maria Cristina. **Estudos de Comunicação e Identidades Midiático-culturais na América Latina**: condicionantes e perspectivas. Uma abordagem exploratória. São Paulo: Faac/Umesp, 2014.

GOBBI, Maria Cristina. Gêneros e Formatos: a web como espaço legitimado da folkcomunicação. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**. Ano 16, n. 16, p. 123-141, jan./dez. 2012.

GUSHIKEN, Yuji. Folkcomunicação nas transformações tecnológicas e midiáticas contemporâneas. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 15, n. 1, jan./abr. 2021.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria de la acción comunicativa**: complementos y estudios previos. Madrid: Ediciones Cátedra, 2001.

MELO, José Marques de. De volta ao futuro: da Folkcomunicação à folkmídia. In: SCHMIDFT, Cristina. (Org.). **Folkcomunicação na arena global**. São Paulo: Ductor, 2006.

MELO, José Marques de; et al. **Reflexões sobre temas de comunicação**. São Paulo, ECA-USP, p. 73-75, 1972.

MELO, José Marques de. Luiz Beltrão, renovador do ensino de jornalismo no Brasil. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo** (Rebej). Brasília, v. 1, n. 1, p. 26-40, abr/jul. 2007.

PERUZZO, Círcia M. Krohling. Culturas Populares na folkcomunicação e na Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa: da decodificação mediática à resistência política. **Revista Internacional de Folkcomunicação**. Ponta Grossa/PR, v. 20, n. 44, p. 174-203, jan./jun. 2022.

PERUZZO, Cícilia M. Krohling. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. **Anuário Unesco de Comunicação Regional**, São Bernardo do Campo, ano 6, n. 6, p. 51-78, 2002.

ROCHA, Heitor. Luiz Beltrão e a importância da intersubjetividade na Folkcomunicação: uma convergência possível com a teoria da ação comunicativa em Habermas. Quito, Equador. **Razón y Palabra**, México, n. 60, ano 13, enero/febrero 2008.