

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

ANA PAULA BRAGAGLIA ACAUAN

**COMUNICAÇÃO: CORREIO DO POVO NA GESTÃO RIBEIRO –
IDEOLOGIA E PODER**

Porto Alegre

2009

ANA PAULA BRAGAGLIA ACAUAN

**COMUNICAÇÃO: CORREIO DO POVO NA GESTÃO RIBEIRO –
IDEOLOGIA E PODER**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do título de Mestrado com área de concentração em Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Ramos

Porto Alegre

2009

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A168c Acauan, Ana Paula Bragaglia

Comunicação: Correio do Povo na gestão Ribeiro: ideologia e poder. / Ana Paula Bragaglia Acauan. – Porto Alegre, 2009.
232 f.

Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS.

Área de Concentração: Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações.

Orientação: Prof. Dr. Roberto Ramos.

1. Comunicação. 2. Mídia Impressa.
3. Hermenêutica de Profundidade. 4. Ideologia.
5. Poder. I. Ramos, Roberto. II. Título.

CDD 301.164
079.81651

Ficha elaborada pela bibliotecária Cíntia Borges Greff CRB 10/1437

À memória de meu avô Álvaro e do meu pai Élio,
a essência do que sou.

À minha mãe Salete,
a parte disciplinada do meu ser.

A Fabiano, com quem compartilho.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Roberto Ramos, que me mostrou caminhos quando a ansiedade e os desafios me enfrentavam.

Aos professores Iara Silva da Silva e Juremir Machado da Silva, que integraram a banca de qualificação e contribuíram para que este trabalho fosse concluído.

Aos colegas e aos professores do Mestrado, que me estimularam a continuar estudando num ofício cego pela prática.

Aos meus colegas da Pontifícia Universidade Católica e do Correio do Povo, que me ajudaram a me construir como profissional e a ver o Jornalismo de forma mais realista.

Ao pessoal da Ascom, onde estou em casa.

Ao Mestre Leonam, com sua dica preciosa.

À Paula e à Fabi, amigas de fé.

À minha família e ao Fabiano, por tudo.

RESUMO

O presente estudo aborda o perfil do Correio do Povo durante o comando do empresário Renato Bastos Ribeiro (1986-2007). Além das referências bibliográficas sobre a história do jornal, realizamos entrevistas com personagens que participaram do veículo nesse período ou representavam governos e puderam relatar a importância do ressurgimento do centenário, a sua tradição, as relações com as administrações estaduais e o dia a dia jornalístico. Essa parte integra o primeiro capítulo. Para investigar as características do Correio do Povo, levamos em conta também algumas de suas publicações em momentos significativos para o Rio Grande do Sul: a privatização da CRT (segundo capítulo) e a desistência da Ford de instalar uma montadora no município de Guaíba (terceiro capítulo). O primeiro é retratado em cinco matérias jornalísticas (capas de 25 de julho de 1997, 26 de agosto de 1997 e 22 de junho de 1998 e duas na Editoria de Política – página 2 de 2 de junho de 1998) e um editorial (capa de 18 de agosto de 1997). A investigação sobre a saída da Ford se baseia em cinco matérias jornalísticas (manchete na capa de 1º de abril de 1999 e quatro matérias da editoria de Economia em 30 de abril de 1999 – páginas 10 e 11) e um editorial (capa de 8 de outubro de 1997). O método utilizado, a Hermenêutica de Profundidade, de Thompson, por meio de Pesquisa Qualitativa, nos propicia um olhar sociológico sobre o objeto. Na Análise Formal ou Discursiva, optamos pelas estratégias da Ideologia, também de Thompson, adequadas ao tópico de estudo. O referencial teórico é composto pelas seguintes categorias *a priori*: Mídia, Globalização, Cultura, Ideologia e Poder, todas conforme Thompson. Essa base e o foco nos fatos marcantes do período Ribeiro nos permitiram constatar a influência da visão mercadológica do empresário nos destinos e nas escolhas do jornal. A posição adotada esteve relacionada aos interesses econômicos do dono em 21 anos de Poder.

Palavras-chave: Comunicação. Mídia Impressa. Hermenêutica de Profundidade. Ideologia. Poder.

ABSTRACT

The present study approaches the profile of *Correio do Povo* newspaper during the command of the entrepreneur Renato Bastos Ribeiro (1986-2007). Beyond bibliographic references on the history of this newspaper, we realized interviews with the persons who participated in the communication vehicle of this period or represented governments, and that were able to report the importance of the centenary reappearance, its tradition, the relations with state administrations and the journalistic day-by-day. This part has integrated the first chapter. In order to investigate the characteristics of *Correio do Povo* newspaper, we have also considered some of its publications in significant moments for the state of Rio Grande do Sul: the privatization of CRT (second chapter) and the withdrawal of Ford Company in setting up its carmaker in Guaíba town (third chapter). The second chapter has been reported with five journalistic materials (covers of July 25th, 1997, August 26th, 1997 and June 22nd, 1998 and two covers of the Political Editorial – page 2 on June 2nd, 1998) and one editorial (cover of August 18th, 1997). The investigation on the Ford Company leaving was based on five journalistic materials (cover headline of April 1st, 1999 and four materials of the Economy editorial on April 30th, 1999 – pages 10 and 11) and one editorial (cover of October 8th, 1997). The utilized method, the Depth Hermeneutics by Thompson, through Qualitative Research, has provided us with a sociological look on the object. In the Formal or Discursive Analysis, we opted for strategies of Ideology, also by Thompson, adequate to the topic of study. The theoretical referential has been compounded by the following categories *a priori*: Media, Globalization, Culture, Ideology and Power, all according to Thompson. This basis and the focus on marked facts of Ribeiro's period have allowed us to find the influence of the entrepreneur's market vision in the destinations and choices of the newspaper. The position adopted was related to the owner's economical interests during his 21 years of Power.

Key Word: Communication. Press Media. Depth Hermeneutics. Ideology. Power.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO – TRADIÇÃO: O SUPORTE PARA O NOVO	8
1 CORREIO DO POVO: DA INOVAÇÃO À SINOPSE	11
2 PRIVATIZAÇÃO DA CRT: UM TEMPO DE CONFLITOS	104
2.1 PÚBLICO X PRIVADO	104
2.1.1 Análise sócio-histórica	105
2.1.2 Análise formal ou discursiva	109
2.1.3 Interpretação/reinterpretação	114
2.2 O ESPAÇO DO DONO	116
2.2.1 Análise sócio-histórica	117
2.2.2 Análise formal ou discursiva	121
2.2.3 Interpretação/reinterpretação	123
2.3 FORA DE COMBATE	124
2.3.1 Análise sócio-histórica	124
2.3.2 Análise formal ou discursiva	125
2.3.3 Interpretação/reinterpretação	126
2.4 CP X BRITTO	127
2.4.1 Análise sócio-histórica	127
2.4.2 Análise formal ou discursiva	131
2.4.3 Interpretação/reinterpretação	132
2.5 VÍTIMA X CULPADO	133
2.5.1 Análise sócio-histórica	133
2.5.2 Análise formal ou discursiva	134
2.5.3 Interpretação/reinterpretação	135
2.6 BRIZOLA ENTRA EM CENA	136
2.6.1 Análise sócio-histórica	136
2.6.2 Análise formal ou discursiva	140
2.6.3 Interpretação/reinterpretação	141
3 DESISTÊNCIA DA FORD: UM TEMPO DE AMBIGUIDADES	142
3.1 RESQUÍCIOS DO CASO CRT	142
3.1.1 Análise sócio-histórica	143
3.1.2 Análise formal ou discursiva	147
3.1.3 Interpretação/reinterpretação	149
3.2 BOA VONTADE	150
3.2.1 Análise sócio-histórica	151
3.2.2 Análise formal ou discursiva	152
3.2.3 Interpretação/reinterpretação	154
3.3 COFRES RASPADOS	154
3.3.1 Análise sócio-histórica	155
3.3.2 Análise formal ou discursiva	157
3.3.3 Interpretação/reinterpretação	157

3.4 COMPROMISSOS INEXEQUÍVEIS	158
3.4.1 Análise sócio-histórica	159
3.4.2 Análise formal ou discursiva	160
3.4.3 Interpretação/reinterpretação	161
3.5 NÃO ESTÁ MORTO QUEM PELEIA	161
3.5.1 Análise sócio-histórica	162
3.5.2 Análise formal ou discursiva	163
3.5.3 Interpretação/reinterpretação	164
3.6 DECEPÇÃO EMPRESARIAL.....	164
3.6.1 Análise sócio-histórica	165
3.6.2 Análise formal ou discursiva	166
3.6.3 Interpretação/reinterpretação	167
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS – INTERESSES DITAM IDEOLOGIA	168
REFERÊNCIAS.....	172
APÊNDICE A - Transcrição de entrevista com Guaracy Cunha, em 8/05/2009.....	179
APÊNDICE B - Transcrição de entrevista com José Barrionuevo, em 8/05/2009	186
APÊNDICE C - Transcrição de entrevista com Telmo Flor, em 16/05/2009.....	197
APÊNDICE D - Transcrição de entrevista com Érico Valduga, em 27/05/2009.....	211
APÊNDICE E - Transcrição de entrevista com Carlos Ribeiro, em 30/07/2009.....	221

INTRODUÇÃO – TRADIÇÃO: O SUPORTE PARA O NOVO

O jovem Álvaro Alves Acauan vivia na zona rural de Bom Jesus, região gaúcha dos Campos de Cima da Serra, quando saía a cavalo para comprar o exemplar do **Correio do Povo (CP)**¹. Era ali que lia o mundo e colhia elementos para entendê-lo desde a primeira metade do século XX. Em todas as suas conversas, surgiam dados, números e falas encontrados em notícias. Mesmo com a transformação do jornal, em 1986, após dois anos sem circulação, Álvaro continuou fiel ao que simbolizava o **Correio do Povo**. Nos anos 2000, adoentado e recolhido na sua casa, em Vacaria, ganhou um exemplar do concorrente Zero Hora e reagiu com desdém.

A admiração e a confiança do leitor se firmaram muito antes de Renato Ribeiro relançar o periódico e administrá-lo por 21 anos. Sob a direção da família Caldas, marcou a Imprensa brasileira. Em 1895, quando os jornais eram partidários ou representavam segmentos da sociedade, nasceu com a meta de não se filiar a nenhuma facção e atuar de forma independente. O fundador, Francisco Antonio Vieira Caldas Júnior, tinha experiência em A Reforma e no antigo Jornal do Comércio. O filho Breno Caldas era advogado e passou a vida na Redação. De 18 de dezembro de 1935, quando apareceu pela primeira vez como diretor na capa do jornal (GALVANI, 1995), à derrocada financeira, guiou os rumos do veículo e encarnou as principais lendas do Jornalismo gaúcho que ilustram as aulas das Faculdades de Comunicação.

O “Correião”, que se tornou referência nacional e uma instituição do Rio Grande do Sul, não resistiu às dívidas. No seu lugar, ressurgiu um jornal calcado na tradição do seu nome e no fato de ser o mais antigo de grande circulação no Estado. Mais como “Correiozinho”, arrebanhou os antigos assinantes e buscou novos com uma fórmula friamente calculada: menos gastos de papel, mais notícias numa só página. O próprio empresário responsável pelo relançamento idealizou um veículo tabloide (antes era *standard*), conciso e autossustentável. Do ramo da soja, Ribeiro era um estranho na Comunicação. Usou a sua habilidade para antever o sucesso do modelo de sinopse. Seria adequado a uma era propícia a uma leitura rápida dos acontecimentos diários. A visão empresarial que aparece desde o início caracteriza as duas décadas.

Soubemos da venda do **Correio do Povo** ao Grupo Record em 21 de fevereiro de 2007. O ciclo de Ribeiro havia terminado. A nossa experiência desde 2001 no veículo

¹ O veículo Correio do Povo, por se tratar do objeto de estudo em questão, será grafado em negrito, exceto quando fizer parte da citação de algum autor.

centenário foi preponderante para a escolha de pesquisá-lo. A maior parte do tempo como editora assistente de Política e Geral nos deixou perto das instâncias de tomada de decisões, o que contribuiu para a formação de uma imagem sobre o **CP** muitas vezes diferente das impressões colhidas de leitores. Para entender melhor o seu perfil de 1986 a 2007, procuraremos assumir o papel de cientista da Comunicação e ajudar a decifrar essas controvérsias, a importância do veículo para a sociedade gaúcha e brasileira, seus acertos e desvios.

Dentro desse mundo, de milhares de edições, nos coube escolher um material relevante para a fase estudada. Chegamos a dez matérias jornalísticas e dois editoriais sobre temas ocorridos durante governos tidos como de posições antagônicas (de Antônio Britto e Olívio Dutra) e envolvendo empresas significativas (a então estatal Companhia Riograndense de Telecomunicações – CRT e a Ford) em períodos de mudanças econômicas e sociais. O rompimento de relações de Ribeiro com Britto durante o processo de privatização da CRT também aguçou a nossa curiosidade de tentar interpretar de que forma um veículo de tal expressão pôde manter a discórdia e até omitir o nome do ex-governador de suas páginas, a despeito dos preceitos jornalísticos básicos. A atitude fez com que muitos leitores, por nós ouvidos em conversas informais, ligassem o **CP** aos interesses do Partido dos Trabalhadores (PT), ao qual Olívio é filiado e líder. A análise sobre a desistência da Ford de se instalar em Guaíba poderá trazer pistas se essa aproximação aconteceu.

Apesar de distantes, os dois assuntos – CRT e Ford – têm aspectos semelhantes e, unidos, nos ajudarão a desvelar a essência e a aparência do jornal. Os destinos das duas empresas estavam interligados com os rumos do Estado. Nos momentos decisivos, pesaram as Ideologias² distintas dos governadores: as visões neoliberais de Antônio Britto e os discursos de esquerda de Olívio Dutra. Os dois negócios expressam o que queremos ou não do Estado. Leva-nos à reflexão de quanto e como a Comunicação representa nossos pensamentos e desejos, que são muitos e às vezes mutantes.

Nosso objetivo geral com o estudo será interpretar as Formas Simbólicas, por meio da Hermenêutica de Profundidade (HP), de Thompson. Matérias e editoriais de períodos de definição para os casos Ford e CRT nos ajudarão a formar um perfil do jornal na era Ribeiro. Particularmente, buscaremos analisar o discurso por meio das categorias *a priori* Mídia, Globalização, Cultura, Ideologia e Poder, todas conforme Thompson.

² As categorias, que farão parte da base teórica do trabalho, serão grafadas em letra inicial maiúscula.

Para esse desafio, contaremos com o método da HP, por meio de Pesquisa Qualitativa, composto de uma tríplice análise: Sócio-Histórica, Formal ou Discursiva e Interpretação/Reinterpretação. Na Análise Formal ou Discursiva, teremos como “óculos” as estratégias da Ideologia, de Thompson, porque as consideramos adequadas ao objeto de estudo. Elas nos auxiliarão no olhar sociológico sobre o jornal e seu contexto. O discurso que será analisado está permeado por Ideologias: a do dono do veículo, as das fontes ouvidas e as dos atores envolvidos (as empresas, os governos, a sociedade, os políticos, os jornalistas).

O trabalho será composto de duas partes. A inicial compreenderá o primeiro capítulo com o título *Correio do Povo: da Inovação à Sinopse*, incluindo a revisão bibliográfica sobre o desenvolvimento da Imprensa no Brasil, o **Correio do Povo** e duas empresas que são tema das matérias jornalísticas selecionadas (CRT e Ford), além do referencial teórico utilizado, com as categorias *a priori* de Thompson, e as opções metodológicas. A outra parte abrangerá dois capítulos. No segundo, serão analisadas as Formas Simbólicas relativas à CRT e, no terceiro, estarão em foco as referentes à Ford. Os títulos são *Privatização da CRT: Um Tempo de Conflitos e Desistência da Ford: Um Tempo de Ambiguidades*.

Como questões de pesquisa, relacionadas também com as categorias *a priori* do estudo, designamos: Como o **Correio do Povo** se posiciona na Mídia do Rio Grande do Sul e do País nas duas décadas estudadas? De que maneira aparece o impacto da Globalização nos temas tratados pelo jornal? As matérias expressam a Cultura do jornal e da sociedade gaúcha? Como a Ideologia fica exposta nos materiais pesquisados? De que forma se manifesta o Poder na discursividade?

Optamos pelo uso da primeira pessoa do plural na dissertação porque nunca estamos sós nas palavras que escrevemos ou dizemos. A influência da cultura, das leituras e da nossa origem e personalidade se somam em projetos como esse. A visão do jornal está plasmada no nosso imaginário pela construção conjunta de suas páginas a cada dia. Um periódico resulta de um trabalho coletivo e espelha a sociedade como um todo, não apenas a Ideologia dos detentores do Poder ou de repórteres, redatores e editores. A escolha do nós está ligada à metodologia empregada no trabalho.

1 CORREIO DO POVO: DA INOVAÇÃO À SINOPSE

Neste capítulo apresentaremos o objeto de estudo, explicitando a origem e o desenvolvimento do **Correio do Povo** do final do século XIX até o início do século XXI, com foco no período de 1986 a 2007, quando o veículo pertencia à família de Renato Bastos Ribeiro. Situiremos a sua história dentro de um contexto maior, o da Imprensa brasileira. Mostraremos ainda um perfil de duas empresas que são temas de matérias jornalísticas escolhidas para a análise – CRT e Ford. Fazem parte do capítulo o referencial teórico utilizado, com as categorias *a priori* de Thompson (Mídia, Globalização, Cultura, Ideologia e Poder), e as opções metodológicas (Hermenêutica de Profundidade, também de Thompson).

O tripé objeto, teoria e método ficam contemplados nesta fase do trabalho. Será a base para a dissertação, o ponto de partida que nos permitirá fazer a análise das matérias jornalísticas e, com isso, delinear o perfil do CP durante os 21 anos sob a gestão de Ribeiro.

1.1 ASPECTOS SOCIAIS E HISTÓRICOS

Criada por iniciativa oficial, a Imprensa brasileira nasceu sob censura e com atraso de três séculos, apenas com a chegada da família real portuguesa. A administração da Imprensa Régia, cujas oficinas começaram a funcionar em maio, cabia a uma junta que examinava os papéis e livros a serem publicados e fiscalizava para que nada saísse contra a religião, o governo e os bons costumes. Em 10 de setembro daquele ano, foi publicado o primeiro número da Gazeta do Rio de Janeiro. Sodré (1983, p. 19) a descreve como um pobre papel impresso, preocupado quase que tão-somente com o que passava na Europa, de quatro páginas, poucas vezes mais, semanal no início e trissemanal depois. Nela nada havia da situação brasileira, apenas informava sobre o estado de saúde de príncipes da Europa, documentos de ofício, odes e louvores à família reinante.

O tardio desenvolvimento da Imprensa no território brasileiro contrastava com a América espanhola e inglesa. A Imprensa do México data de 1539, a do Peru, de 1583 e a das colônias inglesas, de 1650. Os portugueses encontraram no Brasil comunidades primitivas, na fase da pedra lascada, e trataram de destruir física e culturalmente o legado indígena. Nos séculos XVII e XVIII, o conflito entre colonizadores e colonizados somente podia ser

expresso pela sátira poética, panfleto, carta, gazeta manuscrita e canção. O próprio acesso a livros ficava restrito. Havia bibliotecas somente em mosteiros e colégios. No fim do século XVIII, as casas receberam livros e começou esse comércio. Livrarias e livreiros eram casos de fiscalização policial.

A chegada da corte portuguesa ajudou a encerrar o sistema colonial e desabrochar a autonomia nacional. A mudança de localização do trono foi uma contingência que não considerava o desenvolvimento da colônia. A única energia que movimentava a expansão europeia era a econômica. Na avaliação de Bahia (1990, p. 22), a ação da Imprensa foi fundamental para o desenvolvimento da vida brasileira. Diz ele:

Não importa que o cenário colonial permaneça medíocre e que muitas vezes utilizem a liberdade de expressão do pensamento para contrariar as aspirações autonomistas do povo. O que importa são os acontecimentos – e estes se desenrolam conduzidos pela pressão da sociedade que faz com que a colônia obtenha, em uma década, o que não fora possível em três séculos.

Antes da publicação da Gazeta do Rio de Janeiro na corte, o Brasil passou a ser visto do exterior. Hipólito da Costa estreou o Correio Brasiliense em 1º de junho de 1808. Feito em Londres, devido às dificuldades de publicação de obras periódicas no Brasil, Sodré (1983) o considera um jornal doutrinário e não do tipo noticioso, que tratou dos problemas nacionais muito mais levando em conta as condições internacionais. O Correio também era muito diferente da Gazeta em número de páginas: passava de cem. A sua finalidade principal seria preparar o Brasil para instituições liberais. Bahia (1990, p. 14) diz que, enquanto a Gazeta publicava intermináveis sucessos de soldados de Sua Majestade nas frentes portuguesas e espanholas, sem registrar os fatos locais, o Correio Brasiliense tinha uma aguda visão crítica de fatos políticos, sociais e econômicos do Brasil. Hipólito da Costa o usava para disseminar as suas bandeiras: monarquia constitucional, liberdade de opinião, abolição da escravatura, defesa da imigração, criação do júri popular, instituição da universidade e Independência do Brasil (BAHIA, 1990, p. 25).

A leitura do periódico era vedada até em Portugal. Críticas ao governo fizeram com que fosse apreendido em 27 de março de 1809. A proibição da entrada no Reino e em seus domínios veio em 11 de setembro de 1811. Nove anos depois, a perseguição acabou, mas Sodré (1983, p. 27) lembra que o jornal já não desempenhava papel de destaque, porque a Imprensa surgia realmente no país e o Correio não tinha condições de acompanhar do exterior o que interessava aos brasileiros. Sua extinção foi em dezembro de 1822.

Os jornais começaram a surgir no século XIX para dar voz a opositores do absolutismo. Os defensores do reinado também criaram outros periódicos. De 1811 a 1823, a Idade de Ouro do Brasil, na Bahia, com quatro páginas e circulando às terças e sextas-feiras, louvava o absolutismo. Para Sodré (1983, p. 34), é um exagero considerar esse período como parte do desenvolvimento da Imprensa, mas serviu para ressaltar as adversidades de condições políticas ao seu estabelecimento. Apenas a Gazeta do Rio de Janeiro e a Idade de Ouro tinham licença de impressão num período de 12 anos (1808 a 1820 e 1814 a 1820).

O monopólio da Imprensa Régia era oneroso. Em 1821, estreadam outras tipografias, dando origem a jornais por todos os cantos do país. Algumas eram improvisadas e driblavam as condições materiais precárias. Um exemplo resultou em A Abelha do Itacolomi, em 14 de janeiro de 1824, pioneiro em Minas Gerais e impresso na oficina do português Manuel Joaquim Barbosa Pimenta e Sal.

No Recife, o comerciante Ricardo Rodrigues Catanho importou uma oficina, em 1815, onde, dois anos depois, dois frades, um inglês e um marinheiro francês imprimiram o documento político *Preciso*, que seria considerado, a rigor, o início da Imprensa brasileira. O texto, que falava na questão da liberdade, foi apreendido e levado para a corte. Na Constituição Republicana que elaboraram, um dos artigos previa a liberdade de Imprensa, ficando o autor de obras e impressos, porém, sujeito a responder pelos ataques à religião, à Constituição, aos bons costumes e ao caráter dos indivíduos. O governador ficou com parte do material da tipografia, fazendo com que, em 1821, surgisse outra oficina para imprimir documentos oficiais e os primeiros impressos pernambucanos.

A Revolução do Porto, que defendia o imediato retorno da corte para o reino e a restauração da exclusividade de comércio com o Brasil, teve influência na Imprensa. O movimento ganhou a adesão do governador do Maranhão, Bernardo da Silveira Pinto, e esse episódio resultou na instalação de uma oficina, em 10 de novembro de 1821, com material importado da Inglaterra. No Pará, um ano antes, João Francisco Madureira criou outra oficina, que imprimiu o folheto O Despotismo Desmascarado ou a Verdade Denodada, também efeito da Revolução do Porto. Esse movimento teve consequências no processo de Independência do país. Devido a ele, Dom Pedro I permaneceu no Brasil como príncipe regente e a corte voltou para Portugal e cresceu a pressão para a descolonização.

O primeiro jornal informativo a circular no Brasil foi o Diário do Rio de Janeiro, com notícias sobre furtos, demandas, reclamações, entretenimento, condições meteorológicas. Os anúncios tratavam de escravos fugidos, leilões, compras, vendas, achados e alugueis. Foi

impresso de 1821 a 1878 e tinha um distanciamento político tal que não noticiou a proclamação da Independência.

Destaca-se, ainda, o Diário Constitucional, a partir de agosto de 1821, na Bahia. Nasceu para travar luta política a favor da eleição da maioria de integrantes nacionais para a Junta Provisional que substituíu o governador, em consequência da adesão da província ao movimento constitucionalista. Dos nove membros, seis eram portugueses. Em dezembro, o jornal foi impedido de circular, mas voltou em maio de 1822, com o nome de O Constitucional, quando os brasileiros ganharam as eleições para a Junta. A favor dos portugueses estavam o Semanário Cívico e a Idade de Ouro do Brasil.

As condições políticas evoluíram rapidamente e começava a emergir um novo país, com a sua camada culta ansiosa por se informar (SODRÉ, 1983, p. 39). Em 1813, a corte contava somente com duas livrarias. Oito anos depois, chegaram a nove. Após a Independência, houve a expansão do comércio de livros, inclusive com anúncios na imprensa da venda de usados.

A censura passou a ser feita, em 1821, sobre as provas tipográficas e não mais sobre os manuscritos. Continuavam proibidos escritos contra religião, moral, bons costumes, a Constituição, a pessoa do rei e a tranqüilidade pública. Decreto de 2 de março admitia os obstáculos que a prévia censura opunha à propagação da verdade, mas advertia para os abusos que uma ilimitada liberdade de Imprensa podia trazer. As cortes de Lisboa proclamaram a livre comunicação do pensamento como um dos direitos mais preciosos do homem, advertindo que quem cometesse abuso deveria responder.

No ano da Independência (1822), uma portaria, assinada pelo ministro do Reino e de Estrangeiros, José Bonifácio, determinava que a Junta Diretora da Impressão Régia, cujo nome passava a ser Tipografia Nacional, não deveria “[...] embaraçar a impressão de escritos anônimos, pois, pelos abusos que contiverem, deve responder o autor, ainda que seu nome não tenha sido publicado, e, na falta deste, o editor ou impressor, como se acha prescrito na lei que regula a liberdade de imprensa” (SODRÉ, 1983, p. 41).

A forma de lidar com a Imprensa refletia as diferentes visões sobre a Independência – alguns a limitavam à separação entre os dois países e a classe dominante tinha interesse em manter a estrutura colonial. No Brasil, não havia ainda a disputa entre a burguesia em ascensão e a classe feudal em declínio. A contradição se dava entre a classe de senhores de terras e de escravos ou de servos e os escravos e servos.

Em 15 de setembro de 1821, começou a circular no Rio de Janeiro o Revérbero Constitucional Fluminense, o primeiro órgão doutrinário da Independência. Durou até 8 de

outubro de 1822, a tempo de fazer oposição a jornais que defendiam os interesses lusos, como o *Semanário Cívico da Bahia*. Aplaudiu o “fico” de Dom Pedro, quando o príncipe regente decidiu permanecer no Brasil e apoiou a ideia da convocação de uma Constituinte. Destacado com o título de protetor e defensor perpétuo do Brasil, Dom Pedro instalou, com os procuradores das províncias e os ministros, o Conselho de Estado e convocou a Constituinte. Essa decisão significou que a Independência estava consumada. Prosseguia a luta pela liberdade, enquanto os periódicos que a defendiam seriam perseguidos ou fechados.

Para os conservadores, bastava o poder do imperador Dom Pedro e a ideia de uma Assembleia era temida. Na aclamação, ele não se comprometeu com a Constituição futura. A Imprensa iria sofrer as consequências.

Cipriano José Barata de Almeida fundou em abril de 1822, no Recife, a *Sentinela da Liberdade na Guarita de Pernambuco* e a *Sentinela da Liberdade na Guarita de Pernambuco Atacada e Presa na Fortaleza do Brum* por Ordem da Força Armada Reunida (esta última quando foi preso, em novembro daquele ano). Depois se seguiram outras (até 1889), conforme os lugares onde ele era encarcerado. Criou o primeiro jornal republicano a circular no país, a *Gazeta Pernambucana*.

Outro que sofreu perseguição foi o articulista português João Soares Lisboa. No *Correio do Rio de Janeiro* – que teve duas fases, a primeira encerrada em outubro de 1822 e a segunda no período de agosto a novembro de 1823 –, proclamou a necessidade de reunir os procuradores das províncias, fazendo uma espécie de legislativo. Teve a primazia da ideia de convocação da Constituinte, logo aceita pelo Revérbero. Publicou certa vez, na defesa do legislativo: “Só gozando os mesmos direitos e liberdades que gozam os nossos irmãos de Portugal, podemos conservar com eles a união” (SODRÉ, 1983, p. 70).

As interpelações a Dom Pedro renderam a Soares Lisboa processo por abuso da liberdade de Imprensa, mas ele conseguiu a absolvição. Livrou-se por pouco tempo. Foi obrigado a deixar o país em 1822. O Revérbero e o *Correio do Rio de Janeiro* tiveram de suspender as publicações. Mais tarde, Soares Lisboa foi preso e, em 1824, participou da Confederação do Equador. Continuou lá a defender os interesses republicanos, lançando o *Desengano dos Brasileiros*, que teve seis números. Foi morto numa emboscada.

Dissolvida a Constituição, em novembro de 1823, o absolutismo vencia e restava a Imprensa áulica e única. Jornais como *Tamoio* e *Sentinela* deixaram de circular. O *Tamoio* fazia oposição ao governo e à pessoa do imperador e atacava os portugueses. De inspiração de José Bonifácio, que trocou de posição, se opunha a privilégios econômicos e sociais dos

lusitanos. Quando começou a circular, o golpe absolutista em Portugal dava plenos poderes a Dom João VI, motivando a ofensiva para unir novamente os dois países.

O Diário de Pernambuco, de 1823, se tornou o mais antigo em circulação do país e da América Latina. Tinha como meta não se atrelar a partidos políticos ou ao governo e com características moderadas num cenário conturbado (BAHIA, 1990, p. 38). O Jornal do Commercio, do Rio de Janeiro, também apareceu como independente em 1827 e encontrou espaço em meio a publicações oficiais. Tornou-se o principal diário brasileiro, inclusive publicando títulos estrangeiros quase simultaneamente com os lançamentos. O seu vínculo francês – foi dirigido por uma família com essa origem por 55 anos – fez com que o jornal fosse uma das fontes do folhetim no Brasil.

No final do Primeiro Império, se envolveu nos debates políticos, apesar de o noticiário ter mais ênfase na economia. Para Sodré (1983, p. 189),

[...] a ação do Jornal do Commercio afirma-se então intensa e eficaz, no terreno político, como no literário e artístico. Como sempre, o Jornal do Commercio não é partidário, mas pesa deliberadamente na concha das instituições. É conservador, nesse sentido; é moderado, em todos os sentidos. Como sempre, não encontrareis, em suas páginas, o eco dos clamores partidários; mas acompanhareis, com mais detalhes, recebendo, talvez, impressões mais nítidas, os fatos que nos constituem a vida. Essa foi a época brilhante de nossa vida política. O solo que tremia ainda em 1827, por efeito do fragor da Independência, estava consolidado.

O Jornalismo brasileiro progrediu durante o Primeiro Reinado de Dom Pedro. Jornais bem-administrados, apoiados em estabelecimentos gráficos não limitados às edições diárias, garantiram o lucro. “Condições políticas e sociais peculiares exacerbam a militância, a participação e a retaliação, e é por aí que se movem muitos jornais e revistas. Entre 1822 e 1831 – um ano antes da Independência caíra a censura prévia – há um surto de pequenos veículos, de jornais radicais e de panfletos” (BAHIA, 1990, p. 43).

Dois jornais se destacaram na política partidária: A Malagueta, de 1821, e A Aurora Fluminense, de 1827. Este último, de Evaristo da Veiga, era comparado ao Correio Brasiliense por expressar a luta contra ideias e políticos favoráveis à ditadura intelectual e suas conveniências. Mesmo de estilo moderado, A Aurora buscou instigar o aperfeiçoamento das instituições no rumo da democracia e combate ao despotismo imperial. A linguagem chamava a atenção por sua elegância e por incluir ironia, instaurando um padrão até então desconhecido na Imprensa. Vinha de uma geração de jornalistas que se colocavam a serviço

da Independência, da liberdade e da democracia. A Aurora inaugurou uma visão da realidade nacional que visava a ser verdadeira, responsável, objetiva e honesta.

A Malagueta é, ao contrário, panfletária. De Luís Augusto May, poupava Dom Pedro, mas perseguia o ministério, em especial, José Bonifácio de Andrada e Silva. Seu estilo era contraditório, inclusive publicando panfletos para contestar artigos do próprio May. O dono dizia que “às vezes recua-se para armar pulo”.

Segundo Bahia (1990, p. 52), em duas décadas, desde 1808, a Imprensa foi intérprete do sentido da emancipação, que se projeta a partir da tradição revolucionária dos séculos XVII e XVIII. Testemunhou as mudanças políticas, sociais e econômicas do país. Os partidos e o Jornalismo forneceram estadistas que são construtores da nacionalidade: Cipriano Barata, Evaristo da Veiga, Borges da Fonseca, Hipólito da Costa, José Clemente Pereira, Gonçalves Ledo, José da Silva Lisboa, Januário Barbosa, Bernardo Pereira de Vasconcelos e José Bonifácio.

Em 7 de abril de 1831, quando Dom Pedro abdicou do trono e escolheu José Bonifácio como tutor de Dom Pedro II, com seis anos, a Imprensa deu voz ao Liberalismo. O crescimento dos anseios republicanos e federalistas apressou o processo. Dom Pedro foi acusado de proteger a elite (filhos do Reino ou portugueses legítimos da Europa). Em 1832, Bonifácio deixou de ser tutor e ficou confinado na ilha de Paquetá. Diogo Antônio Feijó assumiu a Regência em 1835, com as eleições.

Após a Abdicação, aumentou o número de jornais, especialmente no Rio de Janeiro, Pernambuco, Bahia e São Paulo. A expansão ocorreu ainda no Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Paraíba, Maranhão e Pará. A Imprensa dava voz a conservadores, liberais, monarquistas, republicanos, moderados, radicais, positivistas, socialistas e abolicionistas.

Em 1º de junho de 1827, foi inaugurada a Imprensa no Rio Grande do Sul com o Diário de Porto Alegre. Anos depois (1835), explodia a Revolução Farroupilha, liderada por Bento Gonçalves, federalista e republicano, apoiado pelo italiano Giuseppe Garibaldi. Sodrê (1983) atribui o início da Imprensa a necessidades militares. Felisberto Caldeira Brant, ao assumir o comando das tropas que operavam no Estado a Guerra da Cisplatina, pediu a remessa de uma tipografia. Imprimiu o Boletim do Exército, às margens do rio Palma. Com a ajuda dos franceses Dubrenil e Estivalet, além de Lourenço de Castro Júnior, inaugurou o Diário de Porto Alegre. Entre a abdicação e a morte de Dom Pedro, a província sentia a luta entre conservadores e liberais. A ala de restauradores, liderada pelo panfletário português Joaquim José de Araújo, redigiu O Inflexível. Contestava a federação e a república, “reformas que estavam no espírito de muitos sulinos”, conforme Sodrê (1983, p. 130).

Outras publicações foram Constitucional Rio-Grandense, em que Pedro Boticário defendia a reforma federativa; Continentino, órgão moderado, O Republicano e O Povo, dos farroupilhas, todos com Tito Lívio Zambeccari. Em 1842, em Alegrete, O Americano substituiu O Povo, que circulou de 1838 a 1840, até a ocupação de Caçapava pelos imperiais. Estrela do Sul, de 1843, foi outro veículo que ajuda a elucidar a história farroupilha. “Nessas folhas, impressas quase sempre sob condições extremamente difíceis, o movimento ficou espelhado, em todos os seus traços, os gerais e os particulares” (SODRÉ, 1983, p. 131).

A pequena Imprensa brasileira (Diário Novo, O Nazareno, A Revolução de Novembro e O Macabeo) foi fundamental para a eclosão da Revolução Praieira, em 1858, com o intuito de expulsar os portugueses sem vínculos familiares no país. O seu líder, Borges da Fonseca, escreveu, em 1º de janeiro de 1859, o Manifesto ao Mundo, inspirado na Revolução Francesa. Pregava o voto livre e universal e a plena e absoluta liberdade de comunicar os pensamentos, entre outras conquistas. No semanário O Republico, Fonseca exercitou um radical Jornalismo político, assumindo-se contra a Monarquia, a tirania, a corrupção e a submissão aos poderosos. Ironizou o imperador do Brasil e chama de “ladroes coroados” os reis de Portugal e Espanha. No episódio do 7 de abril, apoiou o governo e defendeu a “revolução regeneradora para destronizar o Sr. D. Pedro d’Alcântara” (BAHIA, 1990, p. 70).

No Segundo Reinado, houve um momento de reconciliação em que o país respirou um clima de legalidade e justiça, com a Imprensa sendo ouvida. Em 1875, estrearam em São Paulo e no Rio de Janeiro dois jornais que iriam atravessar o século: A Província de São Paulo (na idade republicana, O Estado de São Paulo) e Gazeta de Notícias. Criada por um grupo de republicanos, A Província tinha como ideal ser um jornal independente, com uma ação discreta e comedida. Foi o primeiro a ter venda avulsa em São Paulo. Fazia frente ao Diário de São Paulo, vinculado ao Partido Conservador.

Em 1896, a tiragem de O Estado de São Paulo era de 8 mil exemplares. Uma das inovações na época, relatada por Sodré (1983), foi a cobertura do levante sertanejo de Canudos. O correspondente Euclides da Cunha acompanhou a marcha de operações, com a expedição militar destinada a liquidar o reduto monarquista. O repórter enviou telegramas e relatórios coloridos que constituiriam o livro póstumo Os Sertões. A correspondência desmentiu a ideia de conspiração monarquista em Canudos. No início do século XX, a tiragem passou para 35 mil exemplares. A cidade também se modificou, passando a um centro industrial de grande desenvolvimento.

Nesse período, o Brasil tinha quase 15 milhões de habitantes. Pouco mais de um terço formado por lavradores. A população escrava era de 15% a 20% do total. Quando o tráfego

negreiro foi extinto, em 1850, a compra de escravos representava 50% das importações do país. As distâncias internas diminuíram com o telefone e o telégrafo, a estrada de ferro e as linhas de navegação fluvial. A ligação com o exterior era beneficiada pelo cabo telegráfico submarino entre Brasil e Europa. Essas são transformações básicas ao desenvolvimento do Jornalismo, lembra Bahia (1990).

O Rio de Janeiro era o estado que abrigava maior número de jornais, revistas e editoras. Em São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Pernambuco e Bahia, um capitalismo que procedia do interior se instalava na cidade para investir na indústria cultural. Foi o caso de A Província de São Paulo, resultado da mobilização de produtores rurais. “Os partidos Republicano e Conservador são os instrumentos dessa adesão de fazendeiros, cafeicultores e capitalistas do interior que vão assumir a 15 de novembro escalões de decisão vagos com a queda da Monarquia” (BAHIA, 1990, p. 80).

No Rio Grande do Sul, se proliferaram jornais, especialmente de combate, lutando por reformas. Em 1881, foram sete publicações: Correio do Sul, A Exposição, O Pirlampo, Revista Literária, O Tabor, O Tipógrafo e O Progressista. Em 1887, vieram 12: A Vanguarda, O Colibri, A Época, A Folha da Tarde, O Caleidoscópio, O Mosquito, A Pátria, A Província, O Sete de Setembro, O Progresso, Revista Musical e O Guarani. É dessa época (1884) o jornal A Federação, sob a direção de Júlio de Castilhos, órgão republicano com papel político de destaque.

Nas duas últimas décadas do século XIX, a Imprensa passou de uma frágil estrutura individual e improvisada, ainda com raízes políticas, para as mãos de uma organização familiar e convergente em seus interesses de classe. A partir de 1880, conforme Bahia (1990), a tipografia perdeu o seu caráter artesanal para se situar numa linha de produção. Surgiu a dimensão de empresa jornalística rentável e industrialmente viável.

Período de perseguições políticas e afirmação da identidade brasileira, separada de Portugal, o Império representou o nascimento e a tentativa de consolidação da Imprensa. Ainda com grande parte da população analfabeta, os jornais eram a voz da elite e ao mesmo tempo repercutiam apenas entre essa classe. Menos profissionais e de caráter quase artesanal, os veículos eram feitos por empreendedores e apaixonados de diferentes facções. A partir da Proclamação da República, uma reviravolta na vida nacional e a constituição de empresas jornalísticas alteraram a relação entre a Mídia e os leitores.

Editores de jornais e empresários começaram a compreender que estava superado o modelo do Jornalismo político e literário.

Uma consciência dominante então é de que a Imprensa deve situar-se num plano de interesse público, de identificação com o sentimento de valorização da ordem jurídica, de aperfeiçoamento das instituições e de conquistas sociais voltadas para o indivíduo. Predominam os ideais positivistas, o publicismo assume caráter pedagógico (BAHIA, 1990, p. 108).

A Imprensa teve grande participação na Proclamação da República, em 15 de novembro de 1889. As elites brasileiras começaram a repensar a nação e se deram conta do colapso da ordem hierárquica herdada do período colonial. O Jornal do Brasil, no Rio de Janeiro, é dessa época (1891), quando foi promulgada a primeira Constituição republicana, sem vínculo partidário. Seu concorrente era o Jornal do Commercio. Com a morte de Dom Pedro II, o JB publicou uma edição especial sobre “O Grande Morto” como forma de manifestar simpatia pela Monarquia. Na noite de 16 de dezembro de 1891, a redação foi atacada a bala, com gritos contra Joaquim Nabuco, que depois se retirou da empresa. Dois anos depois, Rui Barbosa assumiu como redator-chefe. O estilo do jornal mudou, com a predominância dos fatos políticos.

No século XX, o Jornalismo brasileiro tomou consciência de que a notícia é a prioridade. Isso abriu espaço para a cobertura dos fatos do dia. Bahia (1990, p. 131-132) lembra que “é no curso da I Guerra Mundial que a Imprensa assimila os efeitos das profundas mudanças na sociedade e nas relações dos povos com o sistema de comunicação de massa. De 1910 a 1920, são mais visíveis os sinais de evolução no estágio e na produção dos jornais e das revistas. Um estágio que irá se aperfeiçoar”. O autor cita que, em 1916, os mais importantes diários do Rio de Janeiro e de São Paulo possuíam parques gráficos considerados os maiores da América Latina, com 12 linotipos, três monotipos e rotativa com capacidade pouco acima de 70 mil exemplares/hora.

A estreia do **Correio do Povo** marcou uma nova fase no Rio Grande do Sul, com a distinção entre Jornalismo Opinativo e Informativo³. Pouco depois da Proclamação da República, em 1895, três homens se uniram para dar vida ao periódico que atravessaria o século XX e chegaria ao século XXI sob outros comandos, mas, ainda assim, fazendo uso da tradição centenária do veículo. Numa cidade de 63 mil habitantes, com iluminação pública a gás e azeite, bondes puxados a burro e com a circulação de sete jornais, o jornalista e poeta sergipano Francisco Antonio Vieira Caldas Júnior, o gráfico porto-alegrense José Paulino de Azurenha e o farmacêutico e em poucos anos médico porto-alegrense Mário Totta fundaram

³ Jornalismo Informativo é “o que publica notícias, reportagens e entrevistas que se limitam a narrar os acontecimentos”, enquanto o Jornalismo Opinativo comenta um fato, situação ou decisão, expondo a opinião do articulista da própria empresa jornalística” (ERBOLATO, 1986, p. 185-186).

no dia 1º de outubro um jornal diferente para os padrões da época. Galvani (1995, p. 27) relata as palavras de Caldas Júnior a Mário Totta, que teriam sido ditas a caminho do Café América e repetidas em entrevista do último dada ao **Correio do Povo** de 1º de outubro de 1929:

Mário, quero fundar em Porto Alegre um jornal diferente de todos os que temos tido até aqui. Tenho para tanto os recursos – 20 contos de réis; já obtive a aquiescência do Azurena para trabalhar comigo na redação, venho pedir a tua, que sei não me negarás. E vamos fazer um grande jornal no Estado. Sem partidarismos, um jornal para as massas, livre, independente, que não há de ser lido apenas por indivíduos desta ou daquela facção, mas por todo mundo. Um jornal, enfim, que não será escravos de políticos, nem de politiquieiros. Um jornal no bom sentido.

Os financiadores do empreendimento eram Antonio Mostardeiro Filho, fundador da Cia. de Seguros Previdência do Sul, e Eugênio du Pasquier. O jornal ficava na Rua dos Andradas, 132. A edição inaugural tinha quatro páginas e trazia o folhetim Os Farrapos, de Oliveira Bello, já publicado no jornal A Reforma, do Rio de Janeiro, em 1877. Galvani (1995) cita também como notícias a morte de Louis Pasteur, em Paris, os incidentes no Rio durante a remoção do corpo do ex-presidente Floriano Peixoto e, com destaque, o motim e a depredação da Tipografia do Centro como reação dos italianos ao artigo publicado no periódico alemão Volksblatt, criticando a comemoração que a colônia havia feito no dia 20 de setembro para festejar a Reunificação da Itália.

De 1892 a 1895, Caldas Júnior trabalhou no Jornal do Comércio, de tendência liberal. Antes passou por A Reforma, que saiu de circulação pouco depois da Proclamação da República. A Federação era a voz dos positivistas (seguidores de Augusto Comte, morto em 1857), do Partido Republicano Rio-Grandense e defendia o governo. O Mercantil se apresentava como católico. Também havia, conforme Galvani (1995), Gazeta da Tarde, A República, O Dia (de oposição ao presidente do Estado, Júlio de Castilhos, que governou em 1891 e de 1893 a 1898) e Deutsche Volksblatt, em língua alemã, fundado pelos jesuítas.

Tantas vezes citado posteriormente ao longo de sua história, o primeiro editorial do **Correio do Povo** deixava claro qual seria a sua linha, como Galvani reproduz (1995, p. 47):

O *Correio do Povo* será noticioso, literário e comercial, e ocupar-se-á de todos os assuntos de interesse geral, obedecendo à feição característica dos jornais modernos e só subordinando os seus intuítos às aspirações do bem público e do dever inerente às funções da imprensa livre e independente. [...] Em política – somos pela República – e só alimentamos as aspirações patrióticas de vê-la pujante, amada e próspera, capaz de fazer a felicidade deste grande país, fadado aos mais altos destinos.

Independente, nobre e forte – procurará sempre sê-lo o *Correio do Povo*, que não é órgão de nenhuma facção partidária, que não se escraviza as cogitações de origem subalterna.

No final de 1895, um artigo do jornal destacava um “agitado ciclo da vida nacional”. Referia-se ao período da Revolta da Armada e da Revolução Federalista, com mortes em torturas e fuzilamentos, como ocorrera com o pai de Caldas Júnior, sergipano Francisco Antonio Vieira Caldas. Formado em Direito pela Faculdade do Recife, atuou na cidade gaúcha de Santo Antônio da Patrulha como juiz de órfãos, e, em Porto Alegre, como juiz de Direito, sendo promovido a desembargador e transferido para Desterro, hoje Florianópolis. Na cidade, participou do governo provisório do capitão-de-mar-e-guerra Frederico Guilherme de Lorena, de 14 de outubro de 1893 a 22 de abril de 1894, e chegou a chefe de Polícia do Estado. Com a tomada de Desterro, Vieira Caldas foi executado com mais 41 pessoas na fortaleza de Santa Cruz, na ilha de Anhatomirim. A luta armada resultou na ascensão de Prudente de Moraes ao poder no país.

Breno Caldas (1987, p. 21) analisava que o pai queria fazer um Jornalismo diferente, com uma ideia nova de Imprensa, que fosse imparcial o mais possível, “porque a vida está sempre subordinada às circunstâncias”. Lembrava que, na fundação, o Rio Grande do Sul vivia uma época conturbada.

O meu avô materno, Francisco Antonio Vieira Caldas, foi uma das vítimas da Revolução de 1893. Ele foi degolado e castrado. Sofreu toda a série de sevícias na fortaleza de Anhatomirim, na baía de Florianópolis, com outras personalidades, como o barão de Batovi. [...] O meu pai não chegou, é claro, a testemunhar essas violências que o pai dele sofreu, mas, de certa forma, acompanhou-as e viveu-as intensamente. Então, era de esperar, era natural que o *Correio do Povo* – que seria fundado logo depois daqueles fatos – surgisse furibundo contra a situação, contra a truculência do governo do Marechal Floriano. Mas isso não aconteceu (CALDAS, 1987, p. 21).

A partir de 1896, assumiu o intendente José Montaury. Em janeiro do ano seguinte, o **Correio** atacou o aumento dos impostos municipais e houve reação em A Federação. O jornal governista acusava o concorrente de ser usado por políticos da oposição e que Caldas Júnior queria um emprego nas repartições estaduais. O assunto rendeu publicações de réplicas e tréplicas naquele janeiro.

A intenção de não pender para nenhum lado, relata Galvani (1995), fez, por exemplo, o jornal dar ampla cobertura à posse de Borges de Medeiros, substituindo Júlio de Castilhos, em 25 de janeiro de 1898.

Em 1897, o **Correio do Povo** foi reformulado. Até então, as quatro páginas, com seis colunas divididas pelos 39 por 56 centímetros, eram impressas na máquina Alauzet. Eram 400 exemplares por hora. O formato se tornou maior, com 44,5 por 64 centímetros, com sete colunas de 5,5 centímetros cada. Caldas Júnior comprou a máquina Marinoni, da Europa, capaz de imprimir 600 jornais por hora (GALVANI, 1995). Em 1902, uma nova Alauzet veio de Paris para se somar à Marinoni. No ano seguinte, o jornal passava para oito páginas com tiragem de 10 mil exemplares.

Outra característica do jornal, a vanguarda, se manifestou naquele ano, com a publicação do primeiro anúncio a cores. No alto da primeira página, em verde, amarelo, vermelho e preto, era uma publicidade cooperativa dos produtos Caporal Maryland, Filtros Pasteur e Esmaltina Pasquier.

O primeiro título da Imprensa gaúcha com mais de uma coluna – seriam usadas cinco das sete da primeira página – seria “O Correio do Povo é o jornal de maior tiragem e circulação do Rio Grande do Sul”, no dia 1º de janeiro de 1899. Galvani (1995) lembra que não havia institutos verificadores de opinião, mas o cálculo poderia ser feito pela quantidade de papel que chegavam aos concorrentes. “Este bom título encimando o anúncio colorido elevava o jornal provinciano ao nível dos melhores do mundo”, qualifica o autor (1995, p. 76) O anúncio era do bazar P. C. Porto. A edição foi de 6 mil exemplares. O *slogan* foi publicado até maio de 1899, mas a retomada ocorreu em 10 de agosto do mesmo ano. Apenas em 31 de julho de 2005, já na gestão de Renato Ribeiro, deixou de constar na capa. Mas na época o *slogan* era mais restrito: “O jornal de maior circulação do Rio Grande do Sul – Dias Úteis”.

Naquele 1º de janeiro de 1899, o editorial explicava o nome do veículo: “Com efeito, o Correio tem sido o que sempre prometeu ser: uma folha noticiosa, literária, científica e comercial, alheia às lutas partidárias e procurando trazer o público dia a dia informado de quanto lhe possa parecer interessante” (GALVANI, 1995, p. 77).

O ano também iria marcar a mudança de endereço da Rua dos Andradas, 132 para o número 317. Um local maior, que poderia acomodar melhor os setores da empresa, para onde depois se mudaram a Cia. Previdência do Sul e o Cinema Imperial. Em 1910, as instalações passaram para sede própria, também na Andradas, 138 e 140.

Sobre a acolhida a intelectuais e escritores, o **Correio** lançava e promovia os talentos literários. Galvani (1995) lembra Manoelito de Ornellas, Moysés Vellinho, Alcides Maya,

Augusto Meyer, Raul Bopp, Viana Moog, Mario Quintana e Erico Verissimo e, nos casos mais recentes, Luiz Antonio de Assis Brasil, Luis Fernando Verissimo, Moacyr Scliar, Arnaldo Campos, Laury Maciel, Itálico Marcon e Carlos Nejar. Marcou a sua história o Caderno de Sábado, que circulou de 30 de setembro de 1967 a 10 de janeiro de 1981, substituído depois por Letras & Livros, publicado de 8 de agosto de 1981 a 14 de abril de 1984.

O apelido de “róseo” veio do papel cor-de-rosa que o jornal usou durante algum tempo a partir de 1905. Era impresso no branco, quando não se conseguia a outra cor. Naquele ano, havia novos tipos gráficos e equipamento para impressão importado da Alemanha.

A mudança maior ocorreu três anos depois, com uma nova Marinoni. O formato ficou com 44 por 64 centímetros (antes era de 50 por 68), mantendo oito colunas e com oito páginas. De 3 a 5 de dezembro, o **Correio** ficou sem circular para preparar as alterações. A tiragem era de 2,5 mil a 3 mil exemplares por hora. Em 1911, mais uma vez Caldas Júnior buscava seguir a nova tecnologia e adquiriu a primeira rotativa do Rio Grande do Sul, uma Marinoni que imprimia de 3,2 mil a 3,5 mil jornais por hora. Também tinha seis linotipos novas.

O 19º ano de circulação, 1913, foi trágico para o veículo com a morte do seu idealizador e líder, Caldas Júnior. Vítima de icterícia generalizada, o fundador faleceu em 9 de abril. A causa teria sido uma overdose da injeção 914, baseada em princípios ativos arsenicais, que entrou em desuso com a descoberta de outros medicamentos e da penicilina. A edição histórica do dia seguinte estava toda tarjada. O editorial de despedida, reproduzido por Galvani (1995, p. 181), apresentava os traços do seu caráter: “Acostumado a analisar os fatos, a pesá-los e a tirar deles uma conclusão que adotava e com a qual não transigia. Apesar dessa sua maneira de ser, forrava-o uma profunda tolerância pelas opiniões alheias, respeitando-as e acatando-as”.

Encontrar um sucessor para Caldas Júnior não foi tarefa simples e rápida. Emílio Kemp e Francisco Leonardo Truda se dividiram na liderança. Ficaram na interinidade até 19 de novembro de 1920, quando Kemp foi lançar outro jornal, A Manhã, de curta duração. Truda passou a constar no cabeçalho do **Correio** como redator-chefe. O irmão de Dolores Caldas, Joaquim Alcaraz, era o procurador da viúva para os assuntos do jornal.

O número de páginas era de 12 a 16 em 1917. No ano seguinte, o filho do primeiro casamento de Caldas Júnior, Fernando, então com 18 anos, retornou dos estudos do Rio de Janeiro e pretendia trabalhar no jornal. Mas desentendimentos familiares adiaram a sua

gestão, que foi de 1927 a 1929. Antes trabalhou em O Estado de São Paulo, chegando a redator-chefe de 1924 a 1927.

A tiragem, em 1920, atingiu 20 mil exemplares. Havia convênios com os principais jornais do Rio de Janeiro e de São Paulo e contrato com a agência Havas. O noticiário foi incrementado a partir da contratação da Associated Press um ano depois.

A disputa com A Federação se manteve. Em 1921, Galvani (1995) informa que o **Correio** referiu enganos administrativos do governo estadual e descobriu que o Frigorífico Armour conseguiu livrar de impostos a entrada de 30 mil cabeças de gado, provenientes do Uruguai.

Em 1925, uma dívida de 2 milhões de francos foi anunciada com a compra do último modelo da Marinoni, capaz de imprimir 48 páginas – a anterior tinha possibilidade de 16. Galvani (1995, p. 254) lembra que a nova máquina empurrava para longe os concorrentes: “Durante muitos anos a empresa estaria protegida contra investidas, seguindo a velha máxima do fundador: ‘Sempre a melhor máquina’”.

A morte do intendente Otávio Rocha (em 1928) foi noticiada em uma página inteira, mostrando a trajetória do homem que fez várias obras na cidade. A sua administração fora bastante criticada pelo veículo na gestão de Fernando Caldas. Um dos ataques se deu à remodelação da Praça XV de Novembro, que destruiu uma gruta de 1882, feita por Mariano Antonio da Silveira. Transferiram também a herma de Caldas Júnior do centro da praça para uma lateral. Os funcionários da empresa compareciam ao local todos os anos nos dias 9 de abril e 13 de dezembro, de morte e nascimento, respectivamente.

Postura diferente teve o veículo em relação a Getúlio Vargas, na época presidente do Estado e futuro candidato ao poder central do país. Com a queda de Washington Luiz, o gaúcho se alçava ao Catete. O jornal comemorava na manchete da edição do dia 25 de outubro de 1930: “Pátria! Pátria! Desde ontem está redimida da tirania que te humilhava!” (GALVANI, 1995, p. 288). A Caldas Júnior chegou a financiar os gastos dos revoltosos. Apesar do comprometimento com Getúlio Vargas, na ditadura do Estado Novo (a partir de 1937) sentiria problemas com a censura.

Breno Caldas começou a trabalhar no jornal do pai, como auxiliar de redação, em 1929, aos 19 anos. Com a saída de Fernando, por divergências com o tio Joaquim Alcaraz, o irmão deu início a uma trajetória de 56 anos no jornal, 49 como diretor. Os problemas familiares se deveram principalmente à tentativa de compra pelo grupo de Assis Chateaubriand. Joaquim se justificou: “A ideia de venda do Correio do Povo só surgiu em minha mente depois de verificar e convencer-me das qualidades absorventes e ditatoriais do

sr. Fernando Caldas. Nesta casa ele punha e dispunha de todas as seções, discricionariamente” (GALVANI, 1995, p. 268).

O jornal não circulou em 29 de setembro de 1933 por ordem do interventor José Antonio Flores da Cunha. Ele temia ser derrotado num pleito regional diante de João Neves da Fontoura e Assis Brasil. Flores da Cunha proibiu o Banco do Estado do Rio Grande do Sul de fazer qualquer desconto de título da Caldas Júnior e pediu ao chefe de Polícia que controlasse diretamente o jornal. O clima no país era de convocação de uma Assembleia Nacional Constituinte. O **Correio** destacava o assunto, irritando o interventor.

A chegada de Fontoura de Buenos Aires e entrevistas de Borges de Medeiros, opositor de Getúlio Vargas e Flores da Cunha, era um “coquetel explosivo” (GALVANI, 1995, p. 307). O interventor mandou um oficial da Casa Militar falar com o diretor Alexandre Alcaraz, tio de Breno Caldas, e ver o que estaria publicado no jornal do dia seguinte. A edição não saiu.

Em 26 de agosto de 1934, Alexandre foi abordado pelo delegado Noêmio Ferraz e preso, na Praça da Alfândega. Pouco tempo depois, o diretor resolveu deixar Porto Alegre rumo ao Rio de Janeiro. Breno Caldas passou a ter toda a responsabilidade sozinho. Na edição de 18 de dezembro de 1935, no cabeçalho da capa, aparecia, pela primeira vez, como diretor. Mais tarde, seria ainda bacharel em Direito, sem nunca ter exercido a profissão.

Os problemas com o governo renderiam novos capítulos. Flores da Cunha não aceitava que o veículo mantivesse João Neves da Fontoura e Raul Pilla como colaboradores e publicasse declarações de integrantes do Partido Libertador e de Borges de Medeiros. Por exigência do Executivo, a Empresa de Mari, concessionária de venda de jornais e revistas nos trens da Viação Férrea do Rio Grande do Sul, estava proibida de vender exemplares do jornal no interior do Estado. Em pouco tempo, o governo federal pediu “estado de guerra” para o país e o interventor derrubado foi para o Uruguai. O general Daltro Filho assumiu, mas morreu em seguida, e Porto Alegre teve a nomeação de José Loureiro da Silva, em 21 de outubro de 1937.

Vargas implantou o Estado Novo e se perpetuou no poder até 1945. Na Itália, o primeiro-ministro Benito Mussolini tinha poderes absolutos. Na Alemanha, o líder incontestável era Adolf Hitler. Não demoraria para a eclosão da Segunda Guerra Mundial. O **Correio** aproveitava a diferença de fuso horário e sua infraestrutura para publicar os acontecimentos com agilidade. A falta de papel era uma constante durante a guerra.

O ataque a dois navios mercantes brasileiros em costa americana, em fevereiro de 1942, com morte de tripulantes, causou revolta. Em Porto Alegre e no interior, a população

tomou as ruas e houve quebra-quebra. Os alvos eram pessoas com sobrenomes italianos ou alemães. Não escaparam nem fábricas de judeus que haviam fugido do regime nazista, como Zivi (Passo da Areia) e Renner (Centro). A Polícia decretou toque de recolher às 22h de 19 de agosto e o fechamento de bares e botequins.

A Revolução de 30 expôs o conflito entre a posição dos grandes jornais diários e as tendências majoritárias, dominantes na sociedade brasileira, favoráveis às mudanças que os revolucionários representavam. No Rio e em São Paulo, os revoltosos depredaram e incendiaram as instalações do Jornal do Brasil, Correio Paulistano e Folha da Noite. Sodré (1983) cita o grande número de veículos fechados e jornalistas presos durante o Estado Novo (1937 a 1945). A ditadura criou um órgão específico de controle (o Departamento de Imprensa e Propaganda). “Anos depois de 30, a censura se abate sobre o país no contexto de um Estado policial, totalitário. [...] A sombra de 37 gera a réplica nacional da pesada e trágica noite de obscurantismo que o nazi-fascismo faz desabar sobre a civilização com a II Guerra Mundial” (BAHIA, 1990, p. 208).

Com o suicídio de Getúlio Vargas, os ânimos se exaltaram na capital gaúcha. Os veículos adversários, Rádio Farroupilha e Diário de Notícias, sofreram represálias da população. Nos dias seguintes à tragédia de 24 de agosto de 1954, o jornal concorrente foi impresso nas oficinas da Caldas Júnior.

No 42º ano de circulação, o **Correio do Povo** chegou à marca de 70% do espaço (total de 48 páginas) ocupado por anúncios publicitários. Outra conquista foi a compra do Edifício Hudson, onde até hoje está a empresa, na então Rua Paissandu, depois transformada em Caldas Júnior. A herma do fundador também foi transferida da Praça XV para a Praça da Alfândega, em 1944. No prédio, funcionava uma firma de uruguaios, a Buxton Guilayn, que vendia automóveis da marca Hudson.

Dirigindo um dos três maiores jornais do país, ao lado do Jornal do Brasil (RJ) e O Estado de São Paulo, Breno Caldas se consolidava como um empresário respeitado. Em 1955, recebeu o Prêmio Distinção Imprensa Maira Moors Cabot, em Nova Iorque. Segundo relata Galvani (1995, p. 373), “[...] os políticos, os administradores, os líderes religiosos, os presidentes de clubes sociais e esportivos, os membros mais destacados da comunidade sempre souberam que o melhor caminho para conquistar um lugar no coração da Caldas Júnior era reverenciar o Dr. Breno [...]”.

O governador Ernesto Dornelles inaugurou o rito. Depois dele todos os administradores e comandantes militares iam ao Edifício Hudson reverenciar Breno, a não ser que houvesse briga política, como no caso do período de Leonel Brizola. “Os homens que

chegavam ao poder no Estado e no país aprenderam desde logo a prática lição de Ernesto Dornelles e Getúlio Vargas. Para estar bem com o Rio Grande, era preciso estar bem com o Correio do Povo. Para estar bem com o Correio, era preciso estar bem com Breno Caldas” (GALVANI, 1995, p. 380). Um dos lemas do diretor da Caldas Júnior, lembra o autor, era “brigam com os grandes; nunca bater em alguém caído”.

Galvani (1995) diz que Breno Caldas era o que menos explorava, pessoalmente, essa supremacia. Quando algum funcionário era flagrado desfrutando de vantagens em nome da empresa, o chefe demonstrava o seu desagrado e sua mão punitiva.

O jornal se notabilizou pelas coberturas de correspondentes. Cid Pinheiro Cabral foi ao Rio de Janeiro fazer reportagem dos jogos finais da Copa do Mundo de Futebol de 1950. Flávio Alcaraz Gomes viajou a Seul para cobrir a guerra.

Na ânsia de contar sempre com a melhor máquina, Breno foi aos Estados Unidos em 1950 e concluiu a compra da rotativa Hoe, a mais moderna em operação no mundo. No avião, se encontrou com Assis Chateaubriand, que havia adquirido o Diário de Notícias em Porto Alegre, e relatou a novidade. A máquina do concorrente chegou antes do que a do **Correio**.

Uma das inovações foi a publicação do vespertino Folha da Tarde, dirigido por Vianna Moog. A primeira edição, de 27 de abril de 1936, estaria pronta às 18h, mas saiu para as ruas às 23h. Houve uma série de problemas, a começar que os jornalistas se acostumaram com o formato *standard* e o veículo era tabloide. O auge da Folha foi de 1967 a 1970, com circulação às 14h. Fechou em 16 de junho de 1984. O título, de propriedade de Renato Ribeiro, deu nome a um encarte dos sábados, a partir de 1999. Em 12 de março de 1969, outra filha da empresa, a Folha da Manhã, começou a circular. A experiência, de 11 anos, era uma continuidade da Folha Esportiva (de 5 de setembro de 1949 a 17 de julho de 1963).

A história da empresa também registra o lançamento da Rádio Guaíba em 1957, dirigida por Arlindo Pasqualini. Inaugurada no Theatro São Pedro, funcionava desde o ano anterior, com sínteses noticiosas e o Correspondente Renner. Seria a primeira emissora gaúcha a transmitir a Copa do Mundo, direto da Suécia. Um dos episódios marcantes da rádio foi a liderança da Rede da Legalidade, formada por Leonel Brizola para garantir a posse de João Goulart na presidência após a renúncia de Jânio Quadros. Breno Caldas exigiu do governador um documento oficial, se eximindo das responsabilidades. Ainda no governo, Brizola continuou usando o rádio para se comunicar, mas, no caso, a Farroupilha, diariamente. Dizia que os veículos da Caldas Júnior estavam atrelados aos interesses do capital monopolista e estrangeiro. O jornal reagia.

Francisco Antonio Caldas assumiu a gerência em 1964 e tratou de incorporar técnicas de publicidade. Chegou a contratar agências para divulgar e promover os veículos e as promoções da empresa. Na revista Propaganda, editada em São Paulo, o pai Breno e o filho apareceram na capa, em 1975. Na capa, o título que se tornaria célebre: “Se o Correio do Povo deu, então é verdade”. Em depoimento a José Antonio Pinheiro Machado, Caldas (1987) conta o episódio da morte do Papa Pio XII. O **Correio** publicou apenas a piora do pontífice, enquanto o Diário de Notícias saiu com a manchete verdadeira. O próprio arcebispo metropolitano, Dom João Becker, procurou o diretor para a confirmação, pois hesitava em decretar luto oficial.

O desenvolvimento do Jornalismo na fase moderna acelerou a presença do rádio, da propaganda, do cinema, da música, do livro, da fotografia, da televisão num contexto que não diminuiu, mas limitou a força da Imprensa. Dos anos 50 em diante, se tornou mais disponível o caráter industrial do jornal, impresso ou audiovisual. O Jornalismo se ampliou e se diversificou como empresa, sofisticando ao máximo a intermediação entre produtores e consumidores. O consumo interno criou uma forte demanda da publicidade a partir da Segunda Guerra Mundial. Antes da industrialização brasileira, os classificados (pequenos anúncios e anúncios domésticos) eram a principal fonte de receita dos jornais. A partir de 1930, o espaço das edições passava a ser alocado também pelo anúncio de varejo. Os jornais obtinham 80% de sua receita dos anunciantes e as emissoras de rádio e de televisão, até 100% (BAHIA, 1990, p. 228).

O poder econômico passava a ter mais importância que o político, diferentemente de outras fases da Imprensa brasileira. “O caráter da notícia evolui de uma escolha aleatória, doméstica, interesseira, grupal ou exclusivamente ideológica para a distribuição sistemática por critérios que a associam com o objetivo de assegurar penetração com o fim de aumentar o poder de venda do veículo” (BAHIA, 1990, p. 228). E o autor continua: “[...] Mesmo em estáveis sistemas democráticos, a publicidade costuma ser não apenas um instrumento do governo, mas também o próprio governo” (BAHIA, 1990, p. 231).

Nessa fase, no Rio Grande do Sul, se destacava o jornal Última Hora, como exemplo de modernização da Imprensa, o antecessor de Zero Hora. O seu criador, Samuel Wainer, ligado ao então presidente Getúlio Vargas, lançou a publicação em 12 de junho de 1951, no Rio de Janeiro. Forte oposição ao presidente fazia a Tribuna da Imprensa, de seu inimigo Carlos Lacerda, que surgiu em 1949. Até 21 de abril de 1972, quando o título da Última Hora foi vendido, oscilou entre Nacionalismo, Populismo e Sensacionalismo, inclusive em suas

ramificações regionais. A existência do jornal em outros estados com a mesma identidade foi uma característica marcante. Circulou até 1991, quando faliu.

No Estado, a Última Hora manteve as suas características originais de 15 de fevereiro de 1960 a 25 de abril de 1964. Existiu até 25 de abril de 1970, quando Maurício Sirotsky assumiu o controle acionário do jornal. Seguindo a opção nacional por Getúlio Vargas, no Estado a Última Hora apoiou o governador Leonel Brizola, mas não incondicionalmente. Distribuída entre militantes do Partido Comunista e do Partido Trabalhista Brasileiro, dava apoio a todas as iniciativas governamentais que a conduzissem na meta populista, mas criticando o que o jornal considerava desvios, segundo Hohlfeldt e Buckup (2002).

O Estado teve também o jornal A Hora (de 30 de novembro de 1954 a 15 de março de 1962), que se contrapunha ao Diário de Notícias, da cadeia dos Associados, de Assis Chateaubriand, opositor de Getúlio Vargas. Parte da equipe de A Hora foi trabalhar na Última Hora, onde encontrava mais identificação ideológica. Hohlfeldt e Buckup destacam que o primeiro teve mais características inovadoras, citando o tamanho *standard*, com utilização de cores e todo diagramado. Para os autores, não houve exatamente uma substituição: a partir de 1958, A Hora começou a passar por problemas de planejamento financeiro e administrativo. Com a venda aos Diários Associados, tornou-se vespertina, em choque com a Folha da Tarde, da Caldas Júnior, sem a infraestrutura da concorrente. A Última Hora também elegeu a Folha como alvo, sendo vespertina e tabloide. Circulava às 15h, enquanto a concorrente, às 16h. Depois de algum tempo, ambos os jornais se tornaram matutinos.

Carta de Samuel Wainer, publicada na primeira capa da Última Hora, apresentava um jornal sem compromissos com governo ou oposição, com partidos políticos ou grupos econômicos, mas deixava clara a vinculação a Getúlio Vargas. O fato de ser um tabloide seguia a influência norte-americana de agilidade. O pequeno formato e por ser vespertino garantiam a leitura na volta para casa, usando o transporte coletivo.

Hohlfeldt e Buckup descrevem o jornal (2002, p. 169):

Pode-se, assim, afirmar que, genericamente, Última Hora foi uma publicação populista na medida em que deu voz ao segmento popular, chamou-o muitas vezes à participação política – mobilizando-o, por exemplo, pelos valores do salário mínimo, na defesa da Legalidade, no apoio a Cuba, na resistência ao aumento das passagens do transporte coletivo, contra a inflação, etc. – reconhecendo e transformando as camadas populares em sujeitos da política e da história. Por consequência, nesta mesma perspectiva, Última Hora foi um jornal nacionalista porque defendeu os projetos de industrialização nacional, autônoma e independente – ao menos no discurso –, ainda que sob um enfoque capitalista que se articulava com o capitalismo internacional, desde que o mesmo não desestabilizasse ou confrontasse com o desenvolvimento interno nacional, como o demonstram a crise

da lagosta, com a França, ou a estatização da telefonia gaúcha em face das empresas norte-americanas.

O jornal Última Hora seguia a tradição europeia, que desapareceu no país a partir da Segunda Guerra Mundial, sob influência norte-americana, mais voltada à pretensa neutralidade e objetividade da informação. A edição regional manteve apoio a Juscelino Kubitschek e defendeu João Goulart e sua política, que aprofundava o Nacionalismo, via reformas de base. No âmbito do Estado, a publicação se equilibrava entre duas tendências – a do populismo-reformista do PTB e do revolucionarismo-voluntarista do PCB. Hohlfeldt e Backup (2002, p. 168) dizem que isso levou, inclusive, ao fechamento do jornal.

Em depoimento aos autores, o crítico de cinema Hiron Goidanich comentou que, quando houve o golpe militar de 1964, quem trabalhava no jornal precisou fugir por suas tendências esquerdistas e “a Última Hora ficou sem pai nem mãe” até que um grupo local assumiu o jornal e surgiu Zero Hora (ZH), sem as mesmas características políticas (HOHLFELDT; BUCKUP, 2002, p. 221). “Foi invadida por policiais civis, e eles inclusive fizeram uma bobagem [...] Entraram no arquivo e abriram os gavetões das fotos e rasgaram as fotos em que eles mesmos apareciam. Mas eles esqueceram que nós tínhamos os negativos e eles deixaram tudo inteirinho”, relatou o repórter Wanderley Soares (HOHLFELDT; BUCKUP, 2002, p. 255).

Ary de Carvalho, um mês depois do fechamento da Última Hora, resolveu mudar o nome e conseguiu novos sócios. Em 4 de maio de 1964, circulou o jornal Zero Hora, rejeitando todos os compromissos da antecessora. “Nasce hoje um novo jornal. Autenticamente gaúcho. Democrático. Sem compromissos políticos. Nasce com um único objetivo: servir ao povo, defender seus direitos e reivindicações, dentro do respeito às leis e às autoridades” – Galvani (1995, p. 461) reproduz o primeiro editorial. A Empresa Jornalística Sul-Rio-Grandense era presidida por Maurício Sirotsky Sobrinho. Em 1972, ZH já tinha uma posição consolidada, conectada com a Rádio e a TV Gaúcha.

Bahia (1990) lembra que o regime militar foi capaz de abater até mesmo o Supremo Tribunal Federal. Apesar de haver poderes Judiciário e Legislativo, apenas salvavam as aparências. O Congresso foi fechado três vezes durante o período. O regime durou de 31 de março de 1964 até 1985, mas como um período de transição para devolver à sociedade os direitos políticos, eleger a Constituinte de 1986 e elaborar a Constituição de 1988.

Conforme Bahia (1990), em janeiro de 1970, o presidente Garrastazu Médici baixou um decreto-lei instituindo a censura prévia de livros e periódicos, quando o Ministério da

Justiça julgasse necessária a verificação de infrações à proibição de “publicações e exteriorizações contrárias à moral e aos bons costumes”. O Congresso aprovou o decreto, mas o Movimento Democrático Brasileiro, de oposição, avaliou que contrariava a Constituição (“A publicação de livros, jornais e periódicos não depende de licença de autoridade.” § 8º) A representação do partido foi arquivada em março de 1971, sob o argumento de que somente o procurador-geral da República poderia encaminhar ao STF a petição de inconstitucionalidade. Em 1973, o ministro aposentado Adauto Lúcio Cardoso assumiu a defesa do semanário Opinião e obteve do Tribunal Federal de Recursos um mandado de segurança contra a censura prévia a que vinha sendo submetido o periódico. O general Médici restabeleceu a censura, com base no Ato Institucional número 5, de 1968.

Dois anos depois, o STF foi chamado a se manifestar sobre mandado de segurança da Editora Paz e Terra contra censura prévia imposta à revista Argumento. O Supremo reconheceu a situação vigente como um regime de fato e proferiu sentença, abdicando de sua competência jurisdicional de decidir sobre as atribuições dos poderes públicos e do conteúdo da Constituição.

Outro episódio marcante para a Imprensa do regime militar foi a existência de Normas Doutrinárias da Censura Federal, de 1970. O manual, entregue aos censores, diretores de emissoras de rádio e TV, produtores de programas, cineastas, teatrólogos e artistas, estimulava a auto-censura, avaliou Bahia (1990). As normas desaconselhavam a dissolução do matrimônio e a publicação de comportamentos lascivos e obscenos. Emissoras estavam proibidas de mostrar programas de apelo à caridade ou ao sentimento público, mas no Jornalismo impresso apareceram os maiores questionamentos ao autoritarismo. O Correio da Manhã, do Rio de Janeiro, que teria ajudado o regime a se instituir em 1964, foi uma das primeiras vozes contrárias. Deixou de circular em 1974. “A censura inventa um país que não é o real. O irrealismo do regime é capaz de gerar o ‘milagre’ econômico, mas não de esconder as lágrimas de um ditador ao verificar que, embora o Estado tenha progredido, o povo empobreceu e o que se enxerga nele é a face da miséria, como confessa Médici ao visitar o Nordeste” (BAHIA, 1990, p. 334).

O Ato Institucional de 13 de dezembro de 1968 instituiu a censura. Em 14 de dezembro, o Jornal do Brasil teve os editoriais substituídos por fotos, uma das quais com a legenda, aludindo a luta do fraco contra o forte. O Estado de São Paulo e o Jornal da Tarde publicavam receitas de bolo e poemas de Camões no lugar das reportagens censuradas, depois que o governo proibiu os espaços em branco.

O **Correio do Povo** aderiu ao movimento militar. Galvani (1995, p. 411) cita que “o apoio foi tão ostensivo que o jornal se deu ao trabalho de explicar em editoriais por que os militares estavam certos e aquele era o único caminho para ‘salvar o Brasil’”.

No caderno especial Breno Caldas 1910-1989, publicado no dia 11 de setembro de 1989, o **Correio** reproduz a entrevista da Folha de São Paulo de 13 de janeiro de 1979, na qual o antigo diretor analisa a “revolução” como necessária para “pôr fim à desordem e à subversão que ocorriam em 64”. Admite que o jornal de certo modo cooperou para a eclosão do movimento. “Tínhamos um caso pessoal com o governo do Estado do Rio Grande do Sul e, naturalmente, nós éramos contrários à situação de abuso, de toda aquela série de coisas que estava acontecendo. ‘Rebelião de Sargentos’, aquelas tentativas de insubordinação e de subversão que foram feitas. Instituição do ‘Grupo dos 11’. Principalmente aqui no Rio Grande do Sul havia um foco muito dinâmico, que era patrocinado, gerenciado, inspirado e manobrado pelo governador Brizola”, conta Breno Caldas na entrevista.

O diretor lembrava a tradição do jornal em manter uma linha de neutralidade – até quanto isso é possível em Jornalismo. “Sempre procuramos ficar atentos e interpretar o interesse público. Para o jornal, essas injunções de fundo político-partidário estão em plano inferior ao interesse público” (CADERNO..., 1989).

Admitia que o jornal atuou politicamente em 1929/1930, na campanha da Aliança Liberal a favor de Getúlio Vargas e contra Júlio Prestes e depois se posicionou pró-Revolução de 30. Diariamente, havia manchetes com apoio à candidatura.

Em 19 de setembro de 1972, o diretor de O Estado de São Paulo e do Jornal da Tarde, Ruy Mesquita, enviou telegrama ao ministro da Justiça, Alfredo Buzaid, expressando “humilhação e vergonha” diante das ordens que relegaram ao “ostracismo forçado homens que participaram da revolução de 64”. O jornalista foi intimado pela Polícia Federal a dar depoimento e confirmar sua autenticidade. A PF proibiu qualquer menção ao assunto. Ao receber a comunicação por telefone, o diretor do **Correio do Povo** pediu por escrito. Não foi atendido e publicou no jornal e na Folha da Manhã as repercussões do telegrama. A Polícia invadiu o edifício na madrugada e apreendeu 100 mil exemplares impressos. A funcionária responsável pelo Arquivo de Jornais, Francisca Espinosa, recolheu 20 unidades, guardando para a história a edição de 20 de setembro de 1972, que os leitores não tiveram acesso.

Sobre o regime, Caldas (CADERNO..., 1989) diz que, apesar do episódio, “nós não fomos muito incomodados, porque aceitamos a censura como uma realidade inevitável. Eu não podia fazer nada contra a censura”. Apesar do apoio a Vargas, para ele, o período do Estado Novo foi pior:

Aquela era uma censura completamente arbitrária, desarrazoada e se fundamentava mais até em perseguições pessoais [...]. Uma ocasião, eu não me lembro por que, foi proibido anunciar um casamento, coisas assim, coisas absurdas. Parece que o casamento envolvia um figurão aí que não queria que se dissesse que ele tinha casado.

Hoje chamada de ditadura militar, na época, a denominação mais comum era “revolução”. Galvani (1995, p. 414) explica: “Então, ninguém hesitava em classificá-lo (o movimento) como ‘revolução’, até porque, se fosse outra a denominação, não escaparia do braço forte dos vitoriosos, que não tardariam em amordaçar a imprensa e instalar a censura no país”. No caderno de 1989 em homenagem a Breno Caldas e anos mais tarde, o **Correio do Povo**, já na gestão de Renato Ribeiro, manteria o termo.

Exemplo do engajamento da empresa ao regime está na edição de 1º de outubro de 1966, lembra Galvani (1995), apresentando uma linguagem mais grandiloquente, dizendo que continuaria defendendo “causas como a da Paz, a da Liberdade, a da Democracia, a do Desenvolvimento Econômico, a da Justiça Social, hoje como sempre, acolhidas e vindicadas nas páginas do Correio do Povo”. As iniciais maiúsculas demonstravam que se tratava de uma definição ideológica e não apenas o aplauso a um plano de metas. Os jornalistas teriam de se acostumar a conviver com os censores.

A atuação da Folha da Tarde se destacava no período. Eduardo Degrazia, ex-subchefe da Casa Civil no governo Ildo Meneghetti, assumiu a direção e levou para o cargo o posicionamento das forças conservadoras. Galvani (1995) aponta o papel do secretário de Redação, Adriano Soares, que conduziu a Folha para o seu apogeu. A partir de abril de 1967, a introdução da diagramação, a criação de editorias, o nascimento da pauta para o trabalho de reportagem, as reuniões, a entrada do Jornalismo investigativo foram as linhas de atuação. O **Correio**, relata o autor, também investia em grandes reportagens nos tempos antigos, anteriores à burocratização então mais recente. A tiragem da Folha chegou a 80 mil exemplares, somente com venda avulsa, superando, inclusive, o “progenitor”, que, com assinantes, chegava a 70 mil.

No começo, encaixada nos padrões da Caldas Júnior, a Folha da Manhã começou a divergir, aparecendo quase que como um jornal alternativo. A “esposa” do governador, por exemplo, passou a ser chamada de “mulher”. “Mas os exageros – para a Caldas Júnior – não foram tão pequenos nem ficaram por aí. Ideologicamente, o jornal novo se alinhou com os contestadores da revolução militar. Até morrer, Breno Caldas repudiou a ‘Folhinha’, como era

chamada por alguns, dizendo que ‘lhe fora imposta’ e não era ‘criação sua’”, relata Galvani (1995, p. 418).

Certa vez, o general Carlos Alberto Fontoura, chefe da Segunda Seção do III Exército, falou dos “comunistas” que o diretor mantinha nos jornais. “E eu disse ao Beto: ‘Olha, Beto, nós estamos no mesmo barco, então tu cuidas da tua parte que é o Exército, e eu cuido do Correio do Povo, que é o meu setor’” (CALDAS, 1987, p. 88). Um exemplo era o Lauro Hagemann, do Partido Comunista, na Rádio Guaíba.

A direção do jornal passou a ser exercida por Ruy Carlos Ostermann, até 1975, sendo substituído por Francisco Antonio Caldas. Walter Galvani foi para a secretaria de Redação. Quando a “Folhinha” deixou de circular, em 1980, criou-se o “Folhão”, fundindo as duas na Folha da Tarde, que, contrariamente ao seu título, passou a circular como matutino, concorrendo diretamente com o **Correio do Povo**.

Não demoraria para a empresa começar a derrocada financeira. Comprou outra rotativa Hoe do Correio da Manhã. Para modernizar o parque gráfico, adquiriu um sistema de fotocomposição e uma adaptação da impressão – o sistema Di-Litho. Outro equipamento de Laser, o sistema Laserite – EOCOM acabou vendido para a Gazeta Mercantil porque o material químico receitado não funcionava. Em 1982, **Correio** e Folha passaram para o novo modo de compor, paginar e imprimir.

Não tardaram os problemas de pagamento de salário. Isso não havia ocorrido nem mesmo quando a viúva Dolores Alcaraz Caldas teve de se entender com os credores após a morte do marido. O endividamento mais recente se tornara necessário para a implantação da TV Guaíba, canal 2, que entrou no ar dia 10 de março de 1979.

Pelo menos por dois momentos, Roberto Marinho procurou Breno Caldas para fazer uma rede, antes de ser concretizada a parceria da Globo com a RBS. “O Roberto Marinho, é claro – e, por certo, com toda a razão –, pensava em criar, na verdade, uma televisão dele aqui, quando me fez a oferta. E eu queria uma televisão minha, que eu manobrasse, com a minha orientação. E isso, é claro, só seria possível se eu tivesse o controle do negócio” (CALDAS, 1987, p. 30). Adolfo Bloch, da TV Manchete, tentou o mesmo, em vão. Nos anos 50, foi Assis Chateaubriand que procurou adquirir o **Correio do Povo**. Galvani (1995, p. 521) reproduz a resposta: “É fácil, Dr. Chateaubriand, aí na frente do hotel (Plaza São Rafael) tem uma banca de jornais. É só ir ali ou mandar um rapaz que lhe trará um exemplar”.

Sobre a crise financeira, Caldas (1987) diz que houve uma série de investimentos na mesma época. Além da televisão, foram construídos prédios e substituídos equipamentos. As dívidas eram com o Banrisul e bancos particulares. O governo federal permitiu, a partir da

Resolução 63, a tomada de empréstimos em moeda estrangeira. Com isso, o Conselho de Administração do Banrisul em 30 de abril de 1981, estabeleceu que a empresa poderia receber 5,730 milhões de dólares. “Estavam cavando a sepultura”, diagnostica Galvani (1995, p. 429).

Antes e depois disso foi emprestado mais dinheiro, atingindo 7,830 milhões de dólares, segundo o autor. Em 1983, levantamento do banco indicou que a dívida estava em 11,686 milhões de dólares, aponta Galvani (1995, p. 434). Em 16 de junho de 1984, os jornais deixaram de circular. Na época o **Correio** tinha 93 mil assinantes. Chegou a ser o primeiro em rentabilidade entre os diários brasileiros, sexto em lucro líquido, conforme levantamento da Revista Exame, em 1972 (CALDAS, 1987, p. 6).

Em meio à crise, em 1983, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais mobilizou a categoria para a primeira greve da história da empresa. Nenhum dia os jornais ficaram sem circular, mas a paralisação só terminou em fevereiro de 1984.

Breno Caldas usaria a sua influência junto aos militares em busca de salvação para a empresa. Galvani (1995) diz que uma operação secreta, montada pelo general Golbery do Couto e Silva, com o conhecimento do presidente João Figueiredo e a participação de toda a equipe do ministro Delfim Netto, tentaria o resgate da Caldas Júnior. O inesperado foi que surgiram dez títulos de propriedades diferentes, alguns sem escrituras, aquisições feitas em 80 anos no Centro de Porto Alegre. Em vez de a Caixa Econômica Federal liberar tudo de uma só vez, concedendo dois anos de prazo para a reestruturação, por uma questão jurídica e legal, foi dando o dinheiro, parceladamente, conforme a hipoteca de cada prédio ou terreno. Com a inflação em alta, o socorro não atingiu os seus objetivos.

Para o diretor, alguém esperava que ele desse comissões e porcentagens:

Durante certa época, eu fui a Brasília quase com a freqüência (sic) de um deputado. Acho que muitos deputados não iam a Brasília com a mesma assiduidade que eu ia. Praticamente todos os domingos, eu pegava aquele vôo (sic) direto da Varig que sai daqui às três horas e chega lá à tardinha e só voltava terça ou quarta-feira. Mas não tive sucesso nas minhas negociações. E acho que o primeiro motivo entre todos de não ter sido bem-sucedido é porque não sei subornar! Não sei como é que se faz para subornar, acho que é uma diminuição da dignidade de quem é subornado, mas também de quem suborna! (CALDAS, 1987, p. 37).

Diz que queria de Delfim Netto apenas as vantagens usuais de uma grande empresa. Breno Caldas culpava o governador Amaral de Souza por não dar uma solução ao caso. O Banrisul ameaçava executar a dívida e alegava pressão do Banco Central. Em entrevista a Galvani (1995), Amaral de Souza justifica que procurou evitar a execução, mas não podia,

depois de tanta protelação, diante de uma situação que se agravava. “Chegou a um ponto em que o débito da Caldas Júnior era igual o capital nominal do banco. Isso é uma situação completamente irregular”, explica-se o ex-governador (GALVANI, 1995, p. 473). Teve um período que Caldas chegou a entregar 400 hectares do Arado, onde vivia, em Belém Novo, Porto Alegre, ao fornecedor de papel em troca de seis meses de suprimento (CALDAS, 1987).

O diretor também se indispôs com o sucessor no Executivo, Jair Soares, por não ter lhe emprestado papel. Na última edição do jornal sob o seu comando, havia uma notícia apontando que inspeções do Tribunal de Contas do Estado demonstravam que os funcionários do Instituto de Previdência do Estado, durante a gestão de Oly Facchin, exerceram, de 1981 a 1982, atividades meramente eleitorais em favor das campanhas do presidente do IPE e de Jair Soares, que ainda não era governador do Estado.

Um episódio que retrata a personalidade do diretor que se despedia é uma notícia no jornal sobre produtores que colocavam água no leite. Estava lá na lista o nome de Breno Caldas antecedido por Dr.. “Durante anos eu tive essa página na minha gaveta. Quando aparecia alguém dizendo que tinha sido injustiçado pelo jornal, eu logo dizia: ‘Mas não lhe fizeram pior do que fizeram comigo’. E mostrava a notícia do ‘Dr.’ Breno colocando água no leite” (CALDAS, 1987, p. 25-26).

O empresário Renato Bastos Ribeiro queria comprar as terras de Breno Caldas, mas este insistia em vender rádio, televisão e jornal. Nascido em 1944, em Porto Alegre, Ribeiro é economista formado pela PUCRS em 1965, plantador de soja e dono de áreas em vários municípios do Estado e no exterior. A Galvani (1995), ele admite que se interessou pelo novo negócio quando alguns conhecidos disseram que tinha de fazer uma publicidade em jornal para contornar um problema com a Imprensa. Em 1986, estava sendo pressionado por um negócio feito em Rio Grande, que identificou como “proposital” por parte do banco, que mandou a fiscalização em cima da Incobrasa. “Um jornal iniciou uma série de reportagens dizendo que havia ‘uma fraude do farelo de soja em Rio Grande’. A questão começou a crescer a tal ponto que, três ou quatro dias depois, a televisão ficava dizendo: ‘Daqui a pouco, tudo sobre a fraude’, e o sensacionalismo foi crescendo”, narra Ribeiro a Galvani (1995, p. 507), referindo-se aos veículos da RBS.

Segundo ele, a verdade era que o banco recebera o pedido de alteração da guia e, ao invés de seguir para um lado, seguiu para outro. “Com a campanha difamatória que eu estava sofrendo, em dado momento, tive um estalo. Lembrei-me da conversa com o Dr. Breno Caldas”, conta Ribeiro a Galvani (1995, p. 507). E complementou: “Eu vou comprar esse negócio porque realmente é um abuso obrigarem as pessoas a terem que atender a algum tipo

de exigência, totalmente incabível, só por termos um único meio, uma só rede de Comunicação. Fora do que esta rede quer, não existe nada, ninguém pode fazer nada” (GALVANI, 1995, p. 508). No negócio, incluindo financiamentos, impostos atrasados, foram 20 milhões de dólares (GALVANI, 1995).

Na maioria das reportagens do **CP**⁴, enquanto proprietário da empresa, Ribeiro aparece ligado à sua atividade de empresário do agronegócio. Um exemplo são os prêmios entregues pelo veículo durante a Expointer. As visitas à redação contam com a presença de Ribeiro, especialmente quando se trata de autoridades, governadores, ministros de Estado e candidatos à Presidência da República. O **Correio** registra ainda quantidade numerosa de matérias citando o dono durante o processo de privatização da Companhia Riograndense de Telecomunicações.

Ribeiro atua no setor imobiliário, mas é mais conhecido pelas atividades no ramo da soja. Preside a Óleos Vegetais Taquarussu, adquirida por ele em 1974 e dedicada à extração de óleo (FEDERASUL..., 2007). Outra empresa da família é a Incobrasa, destacada como a primeira brasileira a investir numa planta de biodiesel em Illinois, nos Estados Unidos. Foram 12 milhões de dólares, conforme nota publicada no jornal Valor Econômico de 14 de dezembro de 2006⁵. Sua capacidade é de produção de 30 milhões de galões anualmente⁶. A página na Internet aparece apenas com versão em inglês. O *site* informa que a Incobrasa tem cerca de 50 anos de fundação e foi introduzida nos EUA em 1982. A partir de 1995, ampliou a capacidade de produção para 2 mil toneladas por dia de produtos à base de soja. Apenas em óleo vegetal, são fabricadas 24 mil garrafas por hora.

Uma das últimas notícias publicadas sobre a companhia relata a prescrição da dívida de ICMS de R\$ 156 milhões com o Estado, segundo cálculos de 2005⁷. O valor nominal era de R\$ 74.439.444,28 na data do ajuizamento da ação, em 3 de fevereiro de 2003. A decisão, por 2 votos a 1, foi da 1ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. O desembargador Irineu Mariani defendeu a não incidência da prescrição, sendo contestado pelos colegas Carlos Roberto Lofego Canibal e Luiz Felipe Silveira Difini. Segundo o Espaço

⁴ Conclusão após consulta às edições *on-line*, disponíveis a partir de 1997.

⁵ 14 dez. 2006. Disponível em: <http://www.radiobras.gov.br/antecedentes/2006/sinopses_1412.htm>. Acesso em: 5 maio 2009.

⁶ INCOBRASA. Disponível em: <http://www.incobrasa.com/products/bio_diesel.html>. Acesso em: 5 maio 2009.

⁷ Disponível em:

<<http://www.ajuris.org.br/sharerwords/?org=AJURIS&depto=Dep.%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Social&setor=Clipping%20Di%C3%A1rio&public=32220>>. Acesso em: 30 abr. 2009.

Vital⁸, Difini argumenta que “a constituição definitiva do crédito tributário ocorreu em 8 de outubro de 1998, data em que foi intimada a empresa da última e definitiva decisão administrativa”. Seu voto referiu que “a citação da executada só veio a ocorrer validamente em 21 de junho de 2006, quando já transcorridos [...] mais de sete anos de sua constituição definitiva, não há, realmente, como não afastar a prescrição, que é causa extintiva do crédito tributário”.

O desembargador entende que a citação por edital, em 2004, não foi válida para produzir a interrupção da prescrição. “Quando o Estado não encontrou a Incobrasa, ela tinha endereço em Porto Alegre, na Av. Cristóvão Colombo. Seu principal sócio é/era pessoa de notoriedade na vida social e empresarial gaúcha, com escritório na Rua dos Andradas, no centro de Porto Alegre”, diz a mesma notícia. A localização da empresa foi demorada, ocorrendo somente em 21 de junho de 2006 – isto é, exatos três anos, quatro anos e 18 dias depois do ajuizamento.

O desembargador Canibal, também citado pelo Espaço Vital⁹, critica a dívida fiscal cobrada pelo Estado somente seis anos e dois meses depois do lançamento do débito tributário. “Uma ou mais pessoas praticaram ato de legítima, genuína e insofismável improbidade administrativa, por causarem lesão ao erário, via ação ou omissão”, avalia. Notícia de 4 de abril de 2008 dava conta de que a Fazenda Estadual interpôs recurso contra a decisão no Superior Tribunal de Justiça¹⁰.

Em 1986, quando o **Correio** voltou a circular, O Globo era lido diariamente por 2,37 milhões de pessoas; o Dia (RJ), por 1,96 milhão; O Estado de S. Paulo, por 1,33 milhão; Folha de S. Paulo, por 1,17 milhão; e Jornal do Brasil, por 1,14 milhão. Conforme pesquisas da Marplan, citadas por Bahia (1990, p. 393), o perfil do leitor brasileiro era homem, com maior poder aquisitivo e formação universitária.

Figueiredo deixou o poder central um ano antes, após presidir eleições diretas para governadores, em 1982. O PMDB conseguiu a maioria de dois terços ao Congresso Constituinte e 22 dos 23 governadores. Em janeiro de 1985, o colégio eleitoral elegeu Tancredo Neves presidente e José Sarney vice. Com a morte de Tancredo por diverticulite, o

⁸ ESPAÇO Vital. Disponível em:

<<http://www.ajuris.org.br/sharerwords/?org=AJURIS&depto=Dep.%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Social&setor=Clipping%20Di%C3%A1rio&public=31903>>. Acesso em: 5 maio 2009.

⁹ Disponível em:

<<http://www.ajuris.org.br/sharerwords/?org=AJURIS&depto=Dep.%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Social&setor=Clipping%20Di%C3%A1rio&public=31903>>. Acesso em: 5 maio 2009.

¹⁰ Disponível em: <http://www.espacovital.com.br/noticia_ler.php?id=10670>. Acesso em: 5 maio 2009.

vice assumiu. Uma das marcas de sua gestão foi o Plano Cruzado para conter a inflação. Baseava-se no congelamento de preços e reforma monetária. O cruzeiro perdeu três zeros e deu lugar ao cruzado. Ficaram famosos os “fiscais” do Sarney, a população que ia aos supermercados “controlar” preços.

Bahia (1990) lembra que a euforia perdeu fôlego antes de completar um ano. A circulação de jornais cresceu 32% nos primeiros seis meses e depois manteve 13% acima da média. Em 86, os jornais ficaram com 32% dos negócios publicitários, contra 60% da TV. Em outubro, diz Bahia (1990), a Marplan detectou que quase 23 milhões de pessoas liam jornais (53% da população entre 15 e 65 anos). Divididos por estados, constatou 33% no Rio e em São Paulo, 6% em Porto Alegre, 5% em Salvador e 4% em Curitiba. O analfabetismo atingia 33% dos brasileiros em 1970, e 25% em 80, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (BAHIA, 1990, p. 391-393).

O **Correio** retornou em 31 de agosto de 1986, com 55 mil assinaturas. Eram as do período anterior ao fechamento. Aos novos leitores, havia desconto. No primeiro editorial, os proprietários destacavam que era o mesmo jornal que regressava, mantendo os compromissos dos outros 90 anos de circulação. “Será uma simplificação classificar o **Correio do Povo** como um jornal conservador. Claro está que hoje e amanhã, como no passado, temos compromissos inarredáveis com os valores fundamentais de nossa sociedade. [...] É uma obrigação do jornalista saber distinguir o permanente do transitório.” Mais adiante, ficam retratados os valores: “Hoje e amanhã, como ontem, defendemos a ordem jurídica, a livre iniciativa, a liberdade, a democracia, enfim, tanto como a família, os bons costumes, tudo que de melhor herdamos de nossos maiores ou que conquistamos nós mesmos”. (EDITORIAL..., 1986).

Quando a tendência era de queda no número de assinantes, a direção verificou que o modelo estava esgotado. O novo proprietário imaginava um jornal que chegasse à grande massa de leitores. Para tanto, o produto deveria ser mais barato e com uma leitura fácil, acreditando que ninguém teria muito tempo para ler. Na época da aquisição, Ribeiro dizia que o custo do tabloide era quatro vezes menor do que no formato anterior (*standard*). O sistema foi computadorizado, e as máquinas norte-americanas Hoe continuaram a imprimir o jornal. No início era em preto e branco, como explica Ribeiro: “Um jornal pode manter a sua credibilidade fornecendo toda a verdade e não ocultando fatos. Fornecer tudo o que existe, ao leitor, em preto e branco. Ele não fica prejudicado em nada e nenhum dos objetivos do jornal, só o embelezamento, preferimos não onerar o leitor” (GALVANI, 1995, p. 511).

Nesse período, o mais antigo veículo de grande circulação no Rio Grande do Sul mudou o formato (de *standard* para tabloide) e trocou as grandes reportagens por notícias curtas, enxutas e “direto ao ponto”, como diz anúncio publicitário recente. Os objetivos estavam definidos: fazer do **Correio do Povo** um veículo barato e com um grande número de leitores. O máximo estabelecido era de 24 páginas, para manter o custo. Em 1994, Ribeiro cita que eram 193 mil assinantes. O Estado de São Paulo e a Folha de São Paulo tinham 300 mil cada. Em 2006, a tiragem do gaúcho era de 157.740, segundo o Índice Verificador de Circulação. Esses dados constam em Galvani (1995, p. 512).

Sobre as suas intenções, Ribeiro comenta (GALVANI, 1995, p. 513):

Nunca pensamos em tirar lucro do jornal. Naquele momento o investimento foi feito – não com a finalidade de ajudar o Rio Grande do Sul, o Rio Grande, felizmente, não precisa da minha ajuda – mas foi feito com a finalidade de propiciar uma segunda opção, uma segunda opinião, tentar criar um pensamento positivo, um pensamento construtivo, de ânimo e de esperança, de tentar desenvolver a comunidade do Rio Grande.

O primeiro diretor-editor da nova fase foi Marco Antônio Kraemer, durante oito meses. Foi sucedido por Luiz Figueredo, que tinha a incumbência de transformar o jornal em tabloide. Luiz Adolfo Lino de Souza ficou responsável por fazer o projeto gráfico. Em 1981, ele começou na Folha da Tarde, um momento histórico. “A transição da composição a quente, a tipografia, das oficinas do jornal, de caldeiras praticamente ao lado da redação, para um sistema frio de composição. E aí foi como se tu andasse de carruagem antes de chegar o Ford T”, conta ao Coletiva.net (LUIZ..., 2007). Teve de fazer um projeto gráfico para a Folha. Na outra oportunidade em que trabalhou na empresa, desenhou o novo **Correio do Povo**. Ele e Figueredo ouviram de Renato Ribeiro: “Isso aqui é um transatlântico e nós vamos afundar. E eu estou oferecendo pra vocês um bote salva-vidas. Eu quero transformar o Correio num outro jornal, numa síntese, numa súmula do que está acontecendo. O que era duas páginas vai virar uma, e vocês me façam esse projeto”. Luiz Adolfo relata que não poderiam colocar cor, então usou um *spot color* azul, que fez sucesso.

Na edição de 26 de maio de 1987, uma reportagem informava que as mudanças foram mostradas a mais de cem empresários do setor de propaganda, durante jantar no restaurante do Palácio do Comércio. A tiragem passaria para 200 mil exemplares diariamente, no início sem custo ao assinante. Os que recebessem poderiam preencher um formulário para manifestar o interesse de assinar o jornal.

A informação é confirmada pelo arquiteto Carlos Ribeiro¹¹, irmão do proprietário e encarregado de tocar o negócio. Segundo ele, a compra foi concretizada no dia 3 de maio de 1986. No início o desafio maior estava no **Correio do Povo** porque a Rádio e a TV Guaíba funcionavam, mesmo que precariamente. Carlos Ribeiro cita que a Caldas Júnior iria a leilão naquela semana. Uma vez que a publicação estava interrompida desde junho de 1984, era preciso lançar edições para evitar que o título ficasse disponível para domínio público, o que ocorre após dois anos de suspensão. Outra providência dos novos dirigentes foi pagar as dívidas, principalmente trabalhistas.

A base de funcionários, informa o diretor, continha ex-colaboradores do antigo jornal. Houve necessidade de remontar o equipamento, aproveitando os existentes.

Em sucessivos leilões foram sendo vendidas partes de equipamentos e coisas que faziam falta para o jornal. Mas um grupo de funcionários que tinha ficado trabalhando para a massa falida felizmente preservou tudo o que pôde, o que nos deu condições de rapidamente recuperar algumas coisas e completar outras pra retomar essa circulação.

A primeira edição efetiva datava de 31 de setembro, diz Carlos Ribeiro. A retomada surpreendeu a comunidade e se tornou possível, admite, pela tradição de muita credibilidade do jornal. Isso garantiu que os ex-assinantes voltassem a prestigiar o veículo.

É bem verdade que quando o jornal encerrou a circulação milhares de assinantes ficaram com exemplares a receber, uma vez que tinham pago (sic) a assinatura por períodos mais longos [...] Mesmo as pessoas que tinham assinaturas a receber fizeram novas assinaturas seguramente no intuito de colaborar, de demonstrar que apoiavam a ideia do retorno à circulação do Correio do Povo.

Carlos Ribeiro confirma que o irmão projetou as mudanças no jornal. Partiu do fato de que os leitores estavam acostumados ao formato tabloide, lançado na década de 30 no Brasil pela própria Caldas Júnior com a Folha da Tarde, lembra. O diretor cita ainda a necessidade de fazer um produto novo, vislumbrando outras faixas etárias e tipos de público. Mas em primeiro lugar estava a intenção de reduzir os custos de produção, principalmente do papel. Em 25 de maio de 1987, foi lançado o projeto em tablete (três ou quatro centímetros menor na altura do que o tabloide). Nos primeiros cinco meses, foi distribuído gratuitamente em Porto Alegre para quem manifestasse interesse. “A aceitação foi extraordinária e nos deu um

¹¹ Em depoimento à autora.

crescimento de circulação, alavancou a circulação, chegamos a quase 200 mil exemplares que eram distribuídos naquele período.”

Discorda que tenha havido inspiração no USA Today, avaliando que o veículo norte-americano também privilegia grandes matérias e fotografias. *“Eu diria que as notícias eram sintéticas e objetivas e o próprio jornal era sintético e objetivo.”* Por bastante tempo, o limite ficava em 16 páginas, das quais eram destinadas no máximo cinco para publicidade.

Quando o jornal começou a ter mais publicidade, nós fomos aumentando o número de páginas para que as editorias não ficassem prejudicadas e que mantivesse uma proporcionalidade entre publicidade e noticiário, mas o projeto em si, digamos a ideia básica do projeto, era que fosse um jornal sintético e objetivo.

Quanto às reações, o diretor diz que todos nos meios jornalístico, publicitário e empresarial duvidavam do seu sucesso. *“Contra todas essas opiniões aí, a ideia vingou. A ideia deu certo. A ideia deu certo. Nós chegamos a ter até um máximo de circulação, comprovada pelo IVC, na época, lá no final dos anos 90, início de 2000, de quase 240 mil jornais, de circulação paga.”*

Além dessa novidade, cita a sistemática de assinatura mensal com vigência indeterminada. Os carnês eram pagos no fim do mês equivalentes aos exemplares daquele período. O valor atraente impulsionava a circulação. Isso foi possível pela redução de despesas e aumento do número de anunciantes. Carlos Ribeiro afirma que o CP inovou, pois as empresas sempre priorizaram a venda em banca.

Outra decisão importante foi, na avaliação dele, a compra de equipamentos para melhorar a qualidade da impressão em policromia e a instalação dos parques gráficos em São Sepé e Carazinho, além de Porto Alegre. Localizam-se junto às estradas mais importantes e que possibilitam uma entrega mais rápida. Exemplifica que antes o jornal levava 11 horas para chegar a São Borja. *“O fechamento do noticiário passou a ser feito bem mais tarde também [...] à meia-noite, meia-noite e 30 e às 7h, 7h30min estava em São Borja, que é o lugar mais longe.”* O jornal conseguia dar resultados de jogos de futebol que terminavam tarde e decisões tomadas em Brasília. *“[...] equipamentos hoje têm mais velocidade, têm mais recursos, então isso aí facilitou um pouco. Mas durante uns cinco anos nós levávamos uma vantagem bárbara em relação a outros jornais porque nós chegávamos mais cedo e mais atualizados.”*

Questionado sobre as áreas prioritárias da cobertura, enumera todas as editorias: Opinião, Política, Economia, Geral, Esportes, Nacional, Internacional, Variedades e Polícia,

dando destaque para Rural e Interior, mais tarde renomeada para Cidades, sustentando a circulação pelo Estado. Aponta a existência de mais de 20 correspondentes em cidades-polo do Estado. Sobre a Rural, recorda que sempre foi tradicional no CP. Mas, em vez de reeditar o caderno semanal Correio do Povo Rural, a empresa decidiu fazer uma cobertura diária. “Então, passamos a ter um acompanhamento diário do noticiário do setor e isso nos deu uma atualidade muito grande em relação a isso aí e reforçou muito o conceito do jornal, principalmente no interior do Estado.” Como os Ribeiro conviviam com esse meio, recebiam pedidos e opiniões de pessoas ligadas ao setor primário.

Sobre o caso da CRT, o diretor assegura que havia dois pontos de divergência:

O caso da CRT, o caso da CRT [...] Nós tivemos uma divergência com o governo do Estado em função de que a CRT teve o seu edital, ah, teve o seu edital de venda, é... produzido de de maneira que nós não concordávamos, uma vez de que, na nossa opinião, aquilo limitava muito o número de possíveis interessados. Além disso, se considerava na época que a CRT era um patrimônio do Estado, era um patrimônio portanto do povo e que o Estado ia ficar sem ela e não ia resolver nada. Parece que hoje isso tá (sic) comprovado. Aquele dinheiro entrou e saiu e desapareceu e o Estado ficou sem a CRT. É bem verdade que as comunicações se desenvolveram muito, mas não há nada que garanta que, se continuasse do Estado, não ia desenvolver. Era uma questão de competência. A CRT tinha também um corpo de funcionários, precisava (sic) investimentos, o Estado teria que fazer, aí então é aquela história: mas não pode fazer, não tem para fazer, privatiza, não privatiza. Bom, esta foi a... foi o cerne da questão, foi a filosofia, digamos, de que o Estado não poderia ter um serviço de telefonia, nós achávamos de que poderia, desde que gerido como uma empresa é... bem administrada e que visasse se desenvolver e não uma empresa que não não tivesse uma atuação. Ela precisava (sic) investimento. Tinha que fazer investimento. Bom, e a outra era a questão do edital, que nós discutimos.

Carlos Ribeiro diz que o irmão não queria participar da licitação. Afirma que não havia restrições a isso, mas “condições que limitavam muito”. “Não sozinho, mas a formação desses consórcios era muito difícil. Inclusive, quem participou hoje seguramente se arrepende.”

Conta ainda que ocorreu outro conflito com o governo Britto relativo à inspeção veicular.

[...] anunciamos em editoriais a nossa divergência e colocamos o seguinte: iríamos participar da licitação que estava sendo feita pra demonstrar que aquilo não era bom. O resultado da história é que foi feita a licitação, a nossa empresa participou da licitação e o resultado nunca saiu e até foi cancelada a licitação.

A Caldas Júnior teria participado da licitação com valores tão baixos que não houve julgamento. “*Outros que deveriam ganhar, teoricamente, não conseguiriam ganhar.*” Carlos Ribeiro enfatiza que as posições do jornal eram muito transparentes. “*Ja editorial para a capa do jornal.*” Perguntado, nega que essas divergências tenham impactado o noticiário. Mais adiante, ao falar sobre a cobertura de fatos ligados ao governo, confessa:

[...] o governador, que era o Britto, evidentemente, que ele não tinha a nossa simpatia, em função dessas atitudes dele. Mas o noticiário em si não chegava a ser... Claro, é normal que não haja a mesma boa vontade, digamos, mas se falava menos dele, se falava pouco, às vezes não falava, mas isso é normal, nada de especial. Nada de especial.

No caso Ford, Ribeiro afirma que o **Correio** nunca foi contrário à sua instalação. “*A GM também nunca nos posicionamos contra a vinda... Pelo contrário, sempre fomos empresários e e e e somos a favor da livre iniciativa, sem nenhuma, mas, eventualmente, pode ter saído alguma coisa... Mas acho que não. Em relação à Ford, não.*”

Quanto à tradição da publicação, enfatiza que a família buscou manter a linha histórica de defesa de princípios como democracia, valores da família, livre iniciativa e pluralidade de ideias, dando espaço a todas as facções e correntes de pensamento. O fato de a família não ser da área de comunicação apenas fez com que procurasse bons profissionais. “Claro, a partir de um certo momento tu começa (sic) a aprender alguma coisa.”

A venda para o Grupo Record ocorreu num momento em que Renato Ribeiro deveria decidir entre investir ou se desfazer da Caldas Júnior, na visão do irmão. “*Então, uma série de outros negócios também já estavam (sic) em andamento e ele considerou que o futuro dele, a passagem dele nesse nesse ramo tava (sic), tinha sido completada, além do que, a grande tarefa, que era de não deixar morrer o Correio do Povo tava (sic) cumprida, né.*” Segundo ele, que agora dirige a Óleos Vegetais Taquarussu e RAR Energia, a Caldas Júnior ficou em boas mãos.

Acho que para a população foi muito bom, foi melhor do que concentrar o o setor, né. Abriu mais o setor, abriu perspectivas. Foi bem. Negócios às vezes a gente tem, às vezes não tem, uma área, outra área. Empresário geralmente é inquieto, né, sempre buscando novos horizontes, né.

Diretor de Redação do CP mantido pelo Grupo Record, Telmo Flor¹² ingressou no jornal ainda nas edições piloto, durante a retomada, em 1986. Como funcionário da Rádio Guaíba, sem receber salário há bastante tempo, um dos primeiros resultados da venda da companhia para Ribeiro foi o pagamento dos atrasados. Acredita que o jornal sob o comando de Caldas entrou em derrocada porque confundiu tradição em termos de seriedade e credibilidade com um apego “excessivo” à maneira rebuscada de escrever, ao formato gráfico e a métodos antigos. Até a forma de administração parecia inviável. *“Por exemplo, logo que assumi a chefia aqui ainda ouvia as pessoas mais antigas dizendo: ‘No tempo do Dr. Breno a gente chegava no (sic) caixa e dizia vou a Paris e pronto. Ninguém perguntava por quê. Isso que era bom’”*. Sobre o papel do novo proprietário, Telmo Flor avalia:

A importância do Renato Ribeiro é fundamental. Deveria ser feita uma estátua pra ele. Na verdade ele salvou um jornal, o que é algo raro. Os jornais quando morrem não ressuscitam, se ressuscitam, ressuscitam como fantasmas para desaparecer logo depois. O Correio do Povo não.

Num primeiro momento, o jornal manteve o formato *standard* de agosto a dezembro. Telmo Flor diz que a equipe era muito semelhante, assim como a estrutura, à versão anterior. E houve uma grande surpresa: o jornal ressurgiu com quase 90 mil assinantes. No final do ano, porém, a circulação caiu. *“Nós presumimos que havia alguns fatores, como o próprio hábito dos gaúchos, já propensos ao tabloide e o fato de, num período de dois anos, o principal concorrente ter dominado o mercado”*, analisa o diretor.

Com a situação, Figueredo substituiu Kraemer como diretor de Redação e promoveu um enxugamento de pessoal, com renovação na equipe. *“A ideia do Figueredo, que eu presumo, era fazer um jornal diferente do que era anterior”*, diz Telmo Flor. Mas, mesmo assim, não houve a retomada imediata do crescimento da assinatura. *“Eu presumo que tenha sido por esse fator de distanciamento do leitor desse modelo standard e também porque havia uma crise.”*

Em 1987, Ribeiro deu prazo para a Redação reformular o projeto e transformar o jornal em tabloide. Pensava num jornal que fosse sintético e objetivo. Telmo Flor exalta o grande feito do empresário:

A ideia foi dele. Diríamos que até baseado no jornal norte-americano USA Today, que tinha sido lançado poucos anos antes e que era um jornal de noticiário sintético também. O que hoje parece algo óbvio, na época era novidade. Nós vínhamos de um período, na faculdade, por exemplo, em que se dizia que o futuro do Jornalismo era

¹² Em depoimento à autora.

analítico e não noticioso, só que na prática isso não se configurava. Os jornais tendiam a aumentar o texto, serem mais analíticos. O Renato Ribeiro inverteu essa lógica, calculando que as pessoas ainda queriam comprar jornal para ler notícias e que também o mundo havia mudado muito, não havia tempo disponível pra ler grandes matérias.

Para ele, que passou por quase todas as editorias do jornal antes de se tornar, a partir de 1992, chefe de Redação, diretor-editor e finalmente diretor de Redação, a fórmula foi um sucesso. A circulação cresceu ao longo dos anos e, no final da década de 80 e início da de 90, chegou a 240 mil assinantes. Até hoje, a venda avulsa representa uma parcela inferior a 2% da venda do jornal.

Na época de implantação houve grande impacto entre jornalistas e até na comunidade, conforme depoimento de Telmo Flor:

A verdade seja dita, nós, jornalistas, em grande parte, não acreditávamos que esse modelo pudesse realmente fazer sucesso porque tinha, primeiro, a cultura das matérias longas, segundo, o conceito acadêmico de que o jornal deveria ser analítico, etc., terceiro, a tradição do jornal standard do Correio do Povo, o jornalão que pesava dois quilos no domingo, aquela coisa, e se propunha a fazer um jornal que era o oposto de tudo isso.

Ribeiro manteve a proposta, baseado na concepção de que, mesmo as pessoas de classe AB não estavam dispostas a pagar por algo que elas não tinham tempo de ler. Figueredo e Luiz Adolfo Lino de Souza, que era chefe da Diagramação, elaboraram o projeto gráfico que era absolutamente revolucionário para a época no Brasil inteiro, constata Telmo Flor. “Era um jornal com notícias sintéticas que levava todos nós a ter que reaprender a escrever. As notas, para quem vinha habituado a longos textos, eram realmente muito pequenas. Por isso, houve nova readequação na Redação.” Isso resultou no aproveitamento de profissionais da Rádio Guaíba e na criação, por Figueredo, da Central de Textos, com uma equipe de redatores responsável por enxugar o material produzido pelo repórter.

Temendo a reação do público, o empresário resolveu distribuir gratuitamente o jornal nos primeiros meses. Todos precisavam se inscrever, inclusive os assinantes. “As pessoas insistiam em pagar assinatura mesmo dizendo para elas que era grátis, aliás, isso aconteceu até no período do fechamento. Havia pessoas que queriam pagar a assinatura do jornal mesmo não recebendo.”

Outro feito destacado por Telmo Flor foi a compra de quatro novas rotativas que representaram uma inovação, com a instalação de duas em Porto Alegre e duas no

Interior, em São Sepé e outra em Carazinho – localidades com interesse estratégico logístico, concordando com a opinião já manifestada por Carlos Ribeiro. Como a Internet na década de 90 era incipiente, criou-se um sistema de transmissão via satélite para a impressão simultânea em três plantas, viabilizando o sistema, que tem alto custo. *“Utilizamos uma tecnologia que foi desenvolvida aqui dentro mesmo, pelo engenheiro Élbio da Luz para compressão das páginas e transmissão via satélite. Graças a essa tecnologia desenvolvida pelo Élbio, se tornou algo viável.”*

Telmo Flor lembra que Renato Ribeiro praticamente não se envolvia nas atividades do jornal. *“Ele tinha mais apreço pela parte técnica mesmo. É uma pessoa de produção, de fábrica.”* Quem atuava no dia a dia da Redação era o irmão Carlos, também diretor da Rádio Guaíba. O empresário apenas participou diretamente em temas relevantes, diz Telmo, como na questão da privatização da CRT. Quanto às divergências entre Ribeiro e Antônio Britto, conta que testemunhou, na sua sala, um diálogo entre os dois em que o empresário pedia ao governador que não houvesse nenhum privilégio na venda da CRT a algum grupo. O diretor diz que Ribeiro temia o que realmente aconteceu.

Jornalisticamente, esse período é caracterizado por Telmo como “muito criativo”.

Claro que havia, ninguém gosta, eu, por exemplo, não gosto de trabalhar com pressão pra acalmar ou pra brigar. É indispensável para o jornalista o trabalho livre. E nós tínhamos essa liberdade, mas na verdade isso é quase como atizar briga de quem gosta. A redação gosta de polêmicas mesmo. Então se trabalhava muito com uma pauta polêmica, que denunciava o dia a dia das negociações, etc. e foram negociações realmente polêmicas e difíceis, quase todas elas...

Sobre a intenção de Ribeiro¹³ participar do processo de privatização, o diretor nega:

Quando começou o processo de privatização da CRT, apontou que aquela licitação levaria a privilégios, a um jogo de que cartas marcadas anteriormente seriam inevitavelmente vencedoras, etc. Se ele tinha algum interesse direto nisso, ele nunca explicou isso para ninguém, nunca falou. Esses interesses que seriam privilegiados eram concorrentes sim, do jornal mesmo, do grupo, que seriam beneficiados supostamente pelo modelo. O que terminou acontecendo mesmo. Esse era o cerne do conflito. Há boatos de que tinha participação. Mas pelo que conheço e acompanhei era isso.

Garante que sempre se seguiu os princípios do Jornalismo. Diz que no período eleitoral “foram respeitados os espaços proporcionais”. Admite que o CP era realmente

¹³ Contatado via sua secretária na empresa Incobrasa, o empresário Renato Bastos Ribeiro se recusou a dar depoimento a este trabalho.

bastante crítico em relação ao governo Britto, “em termos de opinião, não em termos de noticiário”. Informou que houve tentativas judiciais de impedir as denúncias do jornal quanto ao procedimento de privatização.

Procurado para dar depoimento, Britto, atualmente presidente da Interfarma, com sede em São Paulo, se negou, alegando:

Como sabes, fui vítima de uma terrível perseguição por parte deste cidadão, o que me levou, entre outras iniciativas, a processá-lo. Aliás, cumpri a sina de todo governador que não aceitou atender aos pedidos em torno de interesses privados dele (houve, como sabes, graves problemas entre ele e Simon, ele e Collares, ele e o Mandelli, ele e o [...]). Esse fato retira de mim a condição de isenção. E me tira também o interesse no personagem¹⁴.

Telmo Flor concorda que houve uma “mística” ligando o jornal ao PT, acreditando que isso se deveu aos resultados do Centro de Pesquisa Correio do Povo (CPCP). Declara que, coincidentemente, várias pesquisas mostraram diferenças pró-PT em várias eleições, o que não ocorria com outros institutos. “*Na verdade, os episódios eleitorais acabavam por comprovar que o Correio do Povo estava certo e os demais não. Realmente, o PT estava na frente, como na eleição do Olívio Dutra na disputa com o Britto, depois o Tarso na prefeitura, etc.*” Os acertos do CPCP são memoráveis, para Telmo Flor. “*Era aquele momento em que calavam todas as críticas.*”

Quanto à relação com governos, exalta que o papel do veículo de comunicação não é puxar o saco, mas ser um crítico frequente. “*O jornal tinha e tem um compromisso histórico com a imparcialidade política. Isso não significa a omissão; pelo contrário, significa o jornal ser crítico não a um partido ou a todos que tiverem no poder.*” Diz que a independência de um veículo passa pela questão financeira:

Um jornal precisa ter uma carteira de anunciantes bem capilarizada, não concentrada em um único anunciante ou dos governos. É muito comum os jornais serem dependentes de governos. Uma empresa não pode ser frágil economicamente senão ela vai se tornar fragilizada perante o poder econômico e vai ser presa fácil, então, do mau jornalismo.

Na gestão Ribeiro, informa que houve um período em que o maior anunciante era o conjunto de governos, envolvendo Estado, 496 prefeituras do Rio Grande do Sul, de diversos partidos, mais a União, representando 12% do faturamento.

¹⁴ Justificativa dada por e-mail à autora, respondendo ao convite de entrevista.

Telmo sucedeu Barrionuevo, que foi diretor de Redação de 1990 a 1993, quando se transferiu para o jornal Zero Hora. Com a experiência de quem passou pela redação da Caldas Júnior nos dois períodos (Caldas e Ribeiro), Barrionuevo¹⁵ diferencia os líderes que comandaram o **Correio do Povo**, delineando seu perfil. Qualifica Breno Caldas como “*um grande jornalista*” e vê em Renato Ribeiro o “Midas” que transforma tudo o que toca. “*Reerguer um jornal fechado por dois anos foi um fato de exceção no jornalismo mundial. E esse foi o grande mérito de Ribeiro.*” O milagre e, segundo Barrionuevo, se repetiu novamente ao propor a mudança para tabloide.

Como Telmo Flor, elogia a visão empreendedora de reerguer o jornal e lembra que ele contou com o enorme prestígio do centenário:

O Correio do Povo quebrou [...], mas de qualquer forma o Breno não tinha anticorpos, sempre foi o maior líder e era uma instituição sagrada do Estado. Os professores de vocês dizem, devem continuar dizendo na Famecos que a notícia só existia depois que o Correio do Povo havia publicado. Inclusive a morte do papa. O Correio quebrou e eu assisti à choradeira na frente no jornal. Dois, três anos depois quando eu voltei, eu me impressionei que de cara se obteve entre 80 e 90 mil assinaturas. Isso é um fenômeno. Noventa mil só têm dois jornais aqui – o Correio e a Zero. [...] Correio voltou, foi um milagre, tamanha era a credibilidade. Isso só pode acontecer se o jornal efetivamente tem uma credibilidade, uma identificação muito forte.

Quando o jornal começou a perder assinantes, “*brilhou o lado do empresário*”, diagnostica Barrionuevo. Ao chegar aos 50 mil, pensou numa fórmula que enxugasse custos. “*O Renato disse: ‘Eu não vou mandar um jornal para Uruguaiana com dez exemplares’. E já olhou para os 20 mil: ‘Eu não vou mandar um caminhão a Uruguaiana com dez exemplares. Isso não funciona’. Ele se antecipou novamente.*” Calculou que, reduzindo para tabloide e número de páginas, fazia 200 mil exemplares gastando igual quantidade de papel e tinta. “*Mesmo que na hora extremamente antipática para nós todos, profissionais, foi a única solução que deu efetivamente a sobrevivência ao jornal*”, afirma Barrionuevo. Ele próprio foi, com Amir Domingues, protestar com Renato Ribeiro.

Fui ali ao lado, no prédio do GBOEx, no Shopping Rua da Praia, onde ele tinha o escritório dele, e disse para ele: “Olha, Dr. Renato, nós vamos ser apedrejados. Esse jornal vai virar de 16 páginas, 20 páginas”. Havia uma lógica de proporção de notícias. Se tivesse quatro páginas ia a 20. A partir de seis páginas, ia a 24. [...] A segunda frase foi: “Isso é um chute nos culhões do Bento Gonçalves”. Como quem diz, a tradição de um Estado acostumado a ver aquele Correio do Povo virado num shopping news, que, diante da distribuição de graça, passa essa ideia.

¹⁵ Em depoimento à autora.

Ribeiro então argumentou que era a única saída. Salvou o jornal pela segunda vez, declara Barrionuevo:

Um jornal que para de circular não volta nunca mais. Não volta, é impossível. Esse fenômeno aqui com o Renato. Então esse é o grande mérito dele. Ele na teimosia, na motivação que tivesse no primeiro momento, não interessa – todo mundo faz um negócio com algum tipo de motivação. Ou porque é vocacionado, ou era filho do Caldas Júnior, tal, e ele por uma razão que ele viu: “Bom, eu tô (sic) refém aqui”. Numa sociedade democrática, quanto mais amplitude tu tiver (sic), melhor.

O jornalista diz que, por ter sido o terceiro diretor, Ribeiro já estava “escolado” e conseguia se impor mais. Ilustrando a personalidade do dono do negócio, o jornalista lembra episódios em que ele mandava demitir profissionais. Numa época pressionou durante duas semanas pela indicação de nomes. Como adiam a decisão, ele ameaçou: “*Vou lá colocar todos os nomes dentro da caixinha e vou tirando. Os primeiros serão demitidos*”. Barrionuevo ponderou: “*Claro que não iria fazer isso, mas é o jeito Renato de ser*”. Lembra ainda quando ele quis dispensar David Coimbra por causa de um texto escrito para a editoria de Política devido ao seu estilo diferenciado. Argumentou na época que o repórter era “*ótimo profissional, muito inteligente, não tem vínculo partidário com ninguém*”. Daí permaneceu. A mesma sorte não teve outro repórter ligado ao Movimento dos Sem Terra. Depois de publicada uma matéria sobre a entidade, o profissional foi afastado.

Destaca que ele encarava os negócios como um jogador. Onde as pessoas veem apenas uma cuia de chimarrão, imaginava que dali poderia sair um chá empacotado em garrafinhas, supõe o jornalista. “*Quem conhece a trajetória se impressiona com o sucesso dele. Eu defendo o Renato. [...] O produto principal era a soja. A notícia era subproduto na cabeça dele.*”

O jornalista relembra a sua entrevista com o acusado da morte de José Antônio Daudt, Antônio Dexheimer, que só o **Correio do Povo** deu. O próprio Barrionuevo entrevistou Dexheimer após o velório. “*O Lia Pires me disse isso: ‘Tu absolveste o Dexheimer’*”. A cobertura serve de exemplo do que ele considera fundamental num jornal com o tamanho do **CP**:

Naquele período que eu estava como diretor eu tenho a convicção de que era um jornal polêmico. Um jornal pequeno tem que ser como uma guerrilha. Tem que surpreender. Não posso competir com a Zero Hora com 200 jornalistas. Tenho que

escolher temas e ir fundo naquilo e ir melhor. [...] Nessas coisas o Correio ia muito bem porque um jornal pequeno tem que ser de ações rápidas. Tem que ter tempero. E acho que ele perdeu muito isso.

Perguntado sobre a liberdade como colunista político, Barrionuevo relata o episódio da briga com a futura primeira-dama Neusa Canabarro, que começou pouco antes da vitória de Alceu Collares na eleição ao governo estadual. Escreveu um artigo descrevendo o que ela seria no Executivo – “*prepotente, autoritária*”. A “guerra” teve início com a publicação de uma nota sobre o casamento dos dois numa cerimônia discreta para 30 convidados. O texto chegou a gerar um debate no Câmera 2, da TV Guaíba, apresentado por Tânia Carvalho, entre Barrionuevo e Collares. Neusa queria participar, mas o jornalista impôs uma condição: só iria com o candidato.

Aponta a “ousadia” de Ribeiro: “*Um governo assumindo e ele como empresário poderia ter ‘n’ interesses e eu brigo com a mulher que foi a mulher mais forte aqui neste Estado antes da Yeda, que se elegeu governadora*”. Foi processado e a ação se arrastou por dois anos e meio, antes de ser absolvido. “*Com muita incomodação, o Renato bancou, preservou, não deixou interferir. Manteve o Câmera 2 e isso começo de governo. Isso nenhum empresário faz. Ele manteve.*”

Érico Valduga¹⁶, atual editor de um *site* de notícias sobre a cobertura dos veículos de Comunicação e jornalista da Caldas Júnior até 1983, reconhece a marca deixada por Ribeiro, mas diz que ela nunca chegará perto do legado de Breno Caldas. “*[...] eu não sei se o Correio do Povo estaria vivo até agora, a rádio, a TV, se não fosse o Renato Ribeiro porque, a partir do momento em que ele comprou, tinha tesão suficiente. ‘Agora vou fazer esta merda andar.’ E fez. E ele tinha dinheiro para isso.*”

Exalta a sua inteligência e a “sacada” ao mudar o formato do **Correio**. Como importador de soja e beneficiador nos EUA, precisou comprar uma propriedade e passava algum tempo no país, quando se tornou leitor de USA Today.

[...] ele, obviamente, que não era um leitor do New York Times nem do Wall Street Journal. É um leitor do USA Today. Aqui, seguramente, ele não lia o Correio do Povo e lia o Diário Gaúcho. Sem o menor demérito. Não, mas era o estilo dele. Informação rápida, coisa assim porque o resto ele, o resto ele sacava.

¹⁶ Em depoimento à autora.

Valduga interpreta a transformação do jornal não como uma “*intenção de dar alguma coisa, mas de dar-se alguma coisa pela redução do custo que, pela lógica que representava no processo industrial*”.

Sobre o perfil de Ribeiro, conta que ele era barbeiro, casou com Cleonice Merlin, resolveu entrar no negócio da soja, ao se desentender com o sogro, que era do ramo. Os investimentos na Bolsa garantiram dinheiro extra e ele começou a enriquecer. Comenta que comprou a Incobrasa, que estava falida, e se mostrava “*pouco escrupuloso*”.

Um deputado federal tava (sic) numa missão oficial na Suíça [...] (quando) chegaram dois senhores: “O senhor é o tal deputado tal? O senhor é deputado do Rio Grande do Sul?”, falando em espanhol com ele. “Sim.” “O senhor sabe se o Renato Ribeiro continua misturando areia na soja?” Ele exportava pelo porto de Rio Grande a soja em bruto. Eles varriam o chão e aquela sujeira da varrida que dava 5 a 8% ele tocava dentro dos troços na hora. Na balança dava mais peso e os caras colocaram ele na Justiça por causa disso.

Esse fato teria ocorrido na década de 80, quando comprou o CP. Valduga diz que o negócio foi intermediado por Luiz Fernando Cirne Lima, amigo de Breno Caldas. Somente a compra do Edifício Hudson, no Centro de Porto Alegre, valeu o investimento. “*No dia seguinte ele já tinha praticamente pago o que tinha gasto [...]*”, cita o jornalista.

Conta um acontecimento que presenciou para ilustrar a personalidade do empresário:

Uma vez eu fui jantar com ele [...] quando ele tinha a Incobrasa lá em Gravataí. Uma mesa comprida que nem essa aqui. Todo mundo sentado. Quatro, cinco pessoas aqui, quatro, cinco pessoas ali. E do lado dele estava o Selvino Ziliotto, que era um dos diretores dele, que inclusive controlou a TV. Selvino Mariano Ziliotto. E o Renato Ribeiro comendo. Comia que nem um porco. Dali a pouco ele olhou o Selvino do lado: “Me (sic) traz batata frita”. O Selvino levantou, pegou a batata frita e trouxe para ele. E eu do lado da mesa pensando: “Se ele me pede para trazer batata frita pra ele com esse tom de voz...”. [...] Foi uma amostra de como ele iria tratar as pessoas.

Valduga achava que Ribeiro venderia antes o jornal porque ele “*não gostava daquilo ali*”. “*Foi um negócio para ele. Agora, ele é um sujeito muito inteligente. Inclusive é de um raciocínio muito lógico, mas não é jornalista. Não é e não vai ser nunca.*”

O episódio CRT serve como exemplo. Valduga cita que Ribeiro quis se associar com um grupo sem entrar com dinheiro e ficando com um terço. Pediu ao governo do Estado que intermediasse a sua parte no investimento com o BNDES. Britto se recusou.

O Renato então passou o governo inteiro se vingando dele. O que o velho Breno não teria feito. Cortaria o cumprimento ao Britto, não daria foto na capa do Britto. Agora, nunca teria cortado fatos porque não gostava do cara. O Renato fez. Um jeito distinto de perceber o que o serviço que é o Jornalismo. O Jornalismo não depende da vontade do cara. Não depende da vontade da gente o fato. Eu sou o responsável por relatar fatos, pois relato fatos. Não é preciso relatar fatos? Ah, bom, então não precisa de jornal.

Sua visão de Breno Caldas é oposta. “*Ele era um produtor rural porque o Rio Grande do Sul era feito de produtores rurais [...] e era um jornalista de fato. Porque ele também sabia escrever. Ele sabia o que queria nos jornais dele, na rádio dele, na TV dele*”, comenta Valduga. A derrocada se deu porque não era um empresário do entretenimento, avalia.

Eu acho que o velho Breno foi uma espécie [...] de Cidadão Kane aqui no Rio Grande do Sul. Mas muito mais, como eu te disse, pela identificação dele com as causas que interessavam ao Rio Grande do Sul do que por qualquer outro motivo. Claro, outros motivos valeram, era um homem rico, proprietário de terras, mas foi a identificação dele.

Começou a trabalhar no grupo em 1968 cobrindo turfe, o que o aproximou do dono, um criador de cavalos. Também foi repórter de Política, chefe de Reportagem, editor e colunista de Política. Breno o demitiu em 1983 por causa de um texto que escreveu, dizendo que um civil (João Leitão de Abreu) com alma de militar estava sendo substituído na Casa Civil do governo Médici por um militar (Golbery do Couto e Silva) com alma de civil. No outro dia veio a ordem. Na sala do chefe, ouviu: “*Olha como trataste o João. [...] Tu pode (sic) até ter razão, mas o dono do jornal sou eu*”.

Cita ainda a coluna em que, após ficar insatisfeito com o ministro da Justiça Mem de Sá, numa entrevista, escreveu um texto “*cheio de maldade*”. Na época, Breno lia os seus textos antes de publicados e rebateu: “*Tu acha (sic) que ele merece isso aqui? Se tu quer (sic) publicar, publica, mas eu acho que ele não merece*”. Valduga concordou, dando-se conta de que a irritação de repórter havia prevalecido na hora de colocar no papel.

Para destacar o poder de identidade da Caldas Júnior com o Estado, compara:

Eu não sei se tu já prestaste atenção de onde vem a força do NH, de Novo Hamburgo, que a Zero Hora tentou tantas vezes colocar jornais lá, fazer suplementos locais e o NH sempre impávido a tal ponto que a RBS teve que passar por cima de Novo Hamburgo para ir a Caxias (...). Por quê? Porque o NH nasceu com o calçado. Da mesma forma, a Caldas Júnior nasceu com o Rio Grande do Sul. O Rio Grande do Sul vamos dizer moderno, um jornal de 1800 e...1895. Tu vês que seis anos antes da fundação do jornal tinha sido proclamada a República. Então ele veio junto com o poder político do Rio Grande do Sul, que foi saindo daqui a partir

da década de 20 do século passado, com o Partido Republicano Rio-Grandense, com o Castilhismo, os republicanos gaúchos. O Correio do Povo acompanhou isso como se nascido junto.

O jornalista Guaracy Cunha¹⁷, secretário de Comunicação durante todo o período de gestão de Olívio Dutra, destaca que a cobertura da Caldas Júnior sempre foi “equilibrada” em relação aos assuntos ligados ao governo do PT, “*ao contrário da Zero Hora, que realmente fez uma oposição – da RBS – cerrada à gente*”. Diz que, quando havia algum problema, dava o direito de replicar. “*E mesmo assim as matérias eram produzidas sempre ouvindo os dois lados*”, comenta, afirmando que igual tratamento era dado nas manchetes do jornal.

Recorda o episódio da febre aftosa, quando o governo obrigou todos a vacinar o rebanho e exterminar o gado contaminado. Embora Ribeiro seja ligado ao meio rural, o tratamento do **Correio do Povo**, diz Cunha, “*apostou que esse era o caminho*”. “*Tu pegava (sic) o lado inverso, o tratamento dado pela RBS era completamente oposto. Era pau. Pau, pau e pau todo dia.*” Outro tema difícil para o governo, segundo ele, foi a CPI da Segurança Pública, com os ataques da RBS ao ex-secretário José Paulo Bisol. Compara o tratamento dado a um caso durante a gestão Olívio e em 2009, quando uma dentista foi estuprada e morta na Serra devido ao atraso de policiais.

Não lembro qual foi o momento do governo que ocorreu um caso desses. Foi chamado o 190 e o 190 chegou com muito atraso e coisa e tal e a mãe e a filha foram estupradas... Os caras bateram, bateram, bateram em nós por causa do Bisol na Segurança. E agora eu estava vendo um caso muito semelhante e o tratamento da mídia, no caso a RBS, é completamente diferente.

Questionado sobre a questão da desistência da Ford, mantém a posição de que o **CP** foi equilibrado nas matérias sobre o assunto. Se Zeca Moraes, então secretário do Desenvolvimento e dos Assuntos Internacionais, fosse vivo, Cunha afirma que ele poderia confirmar que havia espaço para se manifestar.

Garante que não foi dado nenhum tratamento favorável ao veículo do ponto de vista publicitário. Diz que a RBS lutava para aumentar a quantidade de anúncios. “*Tanto que os caras da RBS faziam muita pressão em cima disso aí porque achavam: ‘Bom, nós somos os melhores’.* Daí tinham que receber a melhor mídia.” Informa que os gastos foram reduzidos e as campanhas, distribuídas entre Capital (a maioria) e interior do Estado (25%). Informa que

¹⁷ Em depoimento à autora.

nos últimos cinco governos, à exceção do PT, a RBS chegou a garantir de 70% a 80% da mídia do governo.

Para o ex-secretário de Comunicação, Guaracy, fica o mistério:

Se tu for (sic) me perguntar por que eles nos tratavam de uma forma mais equilibrada, não sei. Para fazer um contraponto com a RBS? Uma estratégia de Marketing deles? Não sei. Não saberia te dizer. Eles não eram nossos aliados, certo? Não eram porque eram de outro campo: nós éramos o povo e setores da classe média. A burguesia, muito pouco, né? Ele era um grande produtor, um dono de banco, entende? Por que nos trataria de uma forma, vamos dizer assim, mais equilibrada? Eu só posso ver como uma estratégia de mercado dele. Bom, fazer um contraponto à RBS. A RBS bate, eu não vou bater, vou tratar os caras mais equilibradamente. Do ponto de vista é bem interessante. Vou continuar vendendo meu jornal, vendendo meu espaço de rádio, coisa e tal. Nunca me pediu nada, nada. Nunca pediu nada, assim, de dizer nós precisamos...

Especula que Ribeiro deve ter optado por conquistar uma fatia de mercado, apresentando uma posição diferente da mostrada por Zero Hora. Pondera que nunca houve favorecimento do governo Olívio por parte da Caldas Júnior. “*Quando tinha que fazer crítica fazia, mas uma crítica que te dava espaço para rebater. Quando as coisas eram positivas, dizia*”, comenta Cunha, acrescentando que essa é a função do Jornalismo.

Sobre a relação de Ribeiro e Britto, avalia que a ausência do nome do governador no jornal durante a campanha à reeleição acabou beneficiando o PT. “*Do ponto de vista eleitoral, naquele momento, se nós tínhamos as manchetes da Zero Hora totalmente contra nós, nós tínhamos a postura do Correio mais equilibrada.*” Isso até certo ponto, para Cunha, porque a RBS tinha “*uma força para projetar Britto*”. Cita episódios na campanha de apreensão de jornais pela Justiça “*porque os caras sempre tentavam favorecer o Britto*”.

Mundialmente, o **Correio do Povo** se inspirou na corrente do USA Today, que, a partir de 1982, revolucionou a Imprensa com notícias curtas e muitos recursos visuais. Apesar de o jornal gaúcho não ter dado muito espaço a fotografias e gráficos, durante a gestão Ribeiro seguiu o modelo conciso, apresentando muitas informações num espaço pequeno. Em entrevista à Folha de São Paulo de 19 de junho de 2000, reproduzida por Grillo no Observatório de Imprensa¹⁸, um dos fundadores do USA Today, Allen Neuharth, diz que buscava atrair o público mais voltado à televisão. “*Estávamos convencidos de que a geração mais jovem não iria atrás de jornais chatos e cinzentos, como os que existiam. Eles estavam*

¹⁸ GRILLO, Cristina. **Entrevista/Al Neuharth**. 2000. Disponível em: <<http://200.226.127.23/atualiza/artigos/eno27062000.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2008.

acostumados às cores e à agilidade da televisão, não queriam coisas difíceis de encontrar e reportagens longas porque estavam acostumados a obter tudo muito rápido.”

Segundo o *site* do USA Today¹⁹, a primeira edição circulou com 362.879 exemplares. Na primavera de 2008, tinha 3,6 milhões de leitores por dia, com tiragem de 2,3 milhões, de segunda a sexta, e 2,2 milhões de segunda a quinta. É completamente editado e composto em McLean, Virgínia, nos Estados Unidos, pela companhia Gannett.

Nos 25 anos do veículo, Pérez-Peña (2008) escreveu que o jornal ainda oferece uma leitura mais leve e rápida que os demais, mas o próprio Neuharth reconhece que não há mais tanta diferença. Pérez-Peña cita que causou prejuízos de cerca de 1 bilhão de dólares nos primeiros dez anos para depois ter ascensão.

No primeiro dia de circulação, comenta, os principais jornais noticiavam na capa sobre o assassinato de Bashir Gemayel, presidente eleito do Líbano. No USA Today, o assassinato recebeu uma breve menção na capa e um pequeno artigo na parte interna. Na metade superior da página, estava a foto de um acidente aéreo na Espanha, com a manchete: “Milagre: 327 sobrevivem, 55 morrem”.

Pérez-Peña (2008) destaca:

A primeira reação dos profissionais da área foi dura. Ben Bradlee, o reverenciado editor do Washington Post, foi citado afirmando: “Se o USA Today é um bom jornal, estou na profissão errada”. Neuharth e sua equipe aceitaram a zombaria. O fundador respondeu que ele e Bradlee concordavam em pelo menos um ponto – “que ele está na profissão errada”. Na redação, funcionários adotaram o rótulo de “McPaper”.

O antigo dono, Breno Caldas, avaliou que esse modelo fazia o **Correio do Povo** perder as suas grandes forças, que eram a credibilidade e a dignidade. “Eu não gosto de ver o Correio do Povo como está”, declarou. Disse que o jornal parecia “uma daquelas cabeças que os índios, na Amazônia, reduzem a tamanhos mínimos, conservando traços fisionômicos das vítimas” (CALDAS, 1987). Também o incomodava o fato de o veículo ser distribuído gratuitamente nos primeiros meses, traduzindo como “desvalorização”.

¹⁹ USA TODAY. **Press Room**. 2008. Disponível em:

<http://www.usatoday.com/marketing/media_kit/pressroom/press_kit_usat.html>. Acesso em: 23 jul. 2008;

USA TODAY. **How the Newspaper is Produced**. [2008]. Disponível em:

<http://www.usatoday.com/marketing/media_kit/pressroom/press_kit_usat_how_newspaper_produced.html>.

Acesso em: 23 jul. 2008; USA TODAY. **Audience**. [2008]. Disponível em:

<http://www.usatoday.com/marketing/media_kit/pressroom/audience.html>. Acesso em: 23 jul. 2008.

Oswaldo Goidanich, que trabalhou no velho **Correio**, definiu a Galvani (1995, p. 528) a mudança:

É a democratização da sinopse. Veja bem, só os grandes empresários, os políticos importantes e os administradores de grandes empresas dispõem de equipes e recursos para receber de manhã cedo, em sua mesa de trabalho, uma sinopse completa dos acontecimentos do dia. O Correio, por um valor simbólico, coloca na residência de cada assinante, de madrugada, todo o noticiário importante do dia e a opinião de seus articulistas. É quase um milagre. E é algo novo.

Em 1996, foi adotada a impressão simultânea em cores em parques gráficos remotos, Porto Alegre, São Sepé e Carazinho. O Caderno Especial 110 anos, encartado na edição de 2 de outubro de 2005 aponta que havia quatro rotativas Urbanite, com uma nova planta industrial. O jornal chegaria à casa de 95% dos assinantes até as 7h. Era distribuído para todo o Rio Grande do Sul, Oeste e Litoral de Santa Catarina e Oeste do Paraná.

Uma tendência da gestão foi o crescente apoio a iniciativas genuinamente gaúchas, como a Expointer e a Semana Farroupilha. Na Expointer, com a Casa Correio do Povo e a promoção Destaques Unibanco/Correio do Povo, que premia produtores, empreendedores rurais e personalidades do agronegócio. No acampamento, havia o piquete **Correio do Povo** e a promoção Nossa História, Nosso Orgulho, que divulgava a história e as tradições gauchescas e se ocupava também dos pequenos leitores do jornal. O concurso de desenho livre sobre a Revolução Farroupilha abrangia as escolas de ensino fundamental do Estado e recebia, anualmente, centenas de inscrições de crianças de nove a 13 anos.

Em 2000, os cadernos de classificados retornaram. Os de Imóveis, Veículos, Diversos, Empregos e Informática circulavam no sábado. Encartados no **Correio do Povo**, chegavam a todo o Estado. Para reforçar a circulação dos classificados, no sábado o jornal era vendido também nas ruas, ao contrário dos demais dias. No mesmo ano, estreou o caderno Vitrine, que destaca matérias sobre moda, arte, decoração e beleza. Em 1999, foi a vez do caderno Folha de Tarde, voltado à programação cultural do fim de semana. Ambos circulam encartados nas edições de sábado.

Acompanhando a era da Informática, foi o primeiro no país, segundo matéria publicada no veículo, a ter suas edições completas na Internet, no endereço www.correiodopovo.com.br. Estão disponíveis os jornais a partir de 1997. A empresa conta com provedor próprio.

O Centro de Pesquisa Correio do Povo (CPCP) marcou a trajetória da família Ribeiro. Em 28 de outubro de 2002, o jornal recorria novamente ao primeiro editorial, publicado 107 anos antes, para demonstrar a “conduta independente”. O instituto foi o primeiro a detectar as intenções de voto no 1º turno, divulgou na edição do dia 25 de outubro a sua última pesquisa, apontando 52,6% para Germano Rigotto e 47,4% para Tarso Genro. A reportagem de capa do jornal destaca que “no dia seguinte, o jornal Zero Hora publicava duas pesquisas: o Ibope atribuía vantagem de 16 pontos percentuais em favor de Rigotto, com 55%, sobre Tarso, com 39%. O Cepa-Ufrgs, que, em pesquisa publicada quinta-feira, dava vantagem de 19 pontos para Rigotto, reduzia a diferença para nove pontos percentuais. Na boca-de-urna, ontem, o Ibope apontou 12 pontos percentuais de diferença. As urnas falaram e Rigotto venceu com diferença de 5,3%. O CPCP, comandado por Elaine Lösch, 'errou' por 0,1%” (PRECISÃO..., 2002).

Nesses 21 anos de comando do jornal, a família Ribeiro “conviveu” com cinco presidentes da República (dois com dois mandatos, Fernando Henrique Cardoso e Luiz Ignácio Lula da Silva) e sete governadores. Depois de Sarney, o Brasil viveu a expectativa de, pela primeira vez na história, eleger um presidente passados 30 anos. O ex-governador de Alagoas, conhecido como “caçador de marajás”, jovem e bonito, Fernando Collor de Mello venceu candidatos como Lula, Leonel Brizola e Ulysses Guimarães (que havia sido personagem marcante na Constituição de 1988, notadamente voltada aos direitos humanos). Além de tudo, representava o Partido da Renovação Nacional (PRN), sem tradição alguma. Em Notícias do Planalto, Conti (1999) faz um inventário da ligação de Collor com a Imprensa e como foi “moldada” a sua imagem para se sair bem-sucedido na campanha com temas e bordões semelhantes, como notou o jornalista Ricardo Setti: “Prometo um governo com vergonha na cara, querem calar a minha boca, mas o povo não é bobo, não se deixa enganar pelos falsos profetas” (CONTI, 1999, p. 191).

No segundo turno da eleição, entre Collor e Lula, os mais votados, ficou marcada a edição do debate que foi ao ar no Jornal Nacional, da Rede Globo. Conti (1999) lembra que, na edição, o candidato do PRN teve uma fala a mais do que o do Partido dos Trabalhadores (PT) – nove contra oito, 3 minutos e 34 segundos contra 2 minutos e 22 segundos. “É possível argumentar que a escolha das falas dos dois candidatos tentou refletir o conteúdo total do debate. Mas é impossível defender que o Jornal Nacional buscou espelhar o debate de modo neutro e fiel: dar 1min12 a mais para Collor foi a maneira clara de privilegiá-lo” (CONTI, 1999, p. 269- 270).

O início de Collor no Palácio do Planalto foi marcado por um susto. O congelamento da caderneta de poupança no limite de 1.250 dólares. O que estava acima do valor seria liberado em um ano e meio. “O presidente fez exatamente aquilo que durante a campanha dissera que o PT faria se Lula fosse eleito: o confisco. Ou seja, a maior intervenção estatal na propriedade privada jamais promovida no Brasil foi realizado por um presidente de direita” (CONTI, 1999, p. 324).

Também o governo ficou caracterizado pela abertura ao capital externo. Mas, no plano político, a situação começou a se tornar dramática com as denúncias de corrupção contra Paulo César Farias, o tesoureiro da campanha. “A ligação entre Paulo César Farias e Fernando Collor se fortalecera desde a posse e funcionava como uma máquina. Sua energia eram os milhões de dólares que o PC conseguia de empresários para que o governo os beneficiasse” (CONTI, 1999, p. 531).

Em 1992, o resultado das denúncias foi o *Impeachment* do presidente e a cassação de seus direitos políticos por oito anos. A mesma Imprensa que o apoiou deu ampla divulgação aos “caras pintadas”, jovens que saíram às ruas pedindo o afastamento de Collor. Itamar Franco assumiu em 29 de dezembro e seu governo se destacou pela busca da estabilidade econômica, com o lançamento do Real como moeda, o que serviu de mote para a campanha do seu sucessor, então ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso. Antônio Britto, que depois governaria o Rio Grande do Sul, era ministro da Previdência.

Dimenstein e Souza (1994) citam a criação do Fundo Social de Emergência, em fevereiro de 1994, como a mais importante vitória da gestão no ministério de FHC para “ferrar” os cofres do Tesouro Nacional e abrir caminho para que o Plano Real e a candidatura deslanchassem. A equipe teria liberdade para dispor de 18% do Orçamento da União. Então o Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB) já negociava o apoio do Partido da Frente Liberal (PFL).

Mais uma vez, Lula seria derrotado. A campanha de FHC, dizem Dimenstein e Souza (1994), enfatizava o passado do candidato (exílio, campanha das diretas e solidariedade nas greves) para neutralizar os efeitos negativos da proximidade com o PFL, mostrava o adversário isolado no PT e garantia que a derrota significaria a volta da inflação (o índice estava em 1% ao mês no final da campanha). Deu certo. E naquele mandato, FHC conseguiu que o Congresso Nacional aprovasse a reeleição (até hoje há suspeita de compra de votos). A estabilidade econômica foi o carro-chefe das duas gestões, além da abertura às privatizações.

O governo Lula (eleito em 2002 e cumprindo o segundo mandato, até 2010) se caracteriza pela continuidade da política econômica do antecessor e por ações voltadas à

classe excluída, como Bolsa-Família (para pais de crianças em idade escolar) e Universidade para Todos (vagas gratuitas no ensino superior para alunos de escolas públicas ou que tiveram bolsa na rede particular, mediante aprovação no Exame Nacional do Ensino Médio).

No Estado, o **Correio do Povo**, sob o comando de Renato Ribeiro, passou pelos governos Jair Soares (final), Pedro Simon, Alceu Collares, Antônio Britto, Olívio Dutra, Germano Rigotto e Yeda Crusius (o primeiro ano).

Em 12 de março de 2007, com o anúncio da venda do **Correio do Povo** ao Grupo Record, uma nova fase se iniciou. O negócio incluiu o Edifício Hudson, onde funcionava a redação do jornal desde 1946. A TV e a Rádio Guaíba AM e FM haviam sido transferidas para o grupo no mês anterior. A TV Guaíba passou a transmitir o sinal da Record em 1º de julho. Até então, a televisão paulista tinha parceria de dez anos com a Pampa no Rio Grande do Sul.

Em 5 de maio de 2008, estreou o novo projeto gráfico do jornal. Ao *site* Coletiva.net, o diretor de Redação, Telmo Flor, garante que a linha editorial não sofreria mudanças. Ao mesmo portal, o então presidente do Grupo Record no Rio Grande do Sul, Luiz Cláudio Costa, destaca:

Para quem conhece e respeita a história do Correio do Povo, que se mistura à História do Rio Grande e do Brasil, a modernização é uma necessidade. Assim foi durante muito tempo e agora retomamos e apoiamos a atualização do jornal. O Correio do Povo, a partir de hoje, chega às mãos dos leitores ainda melhor e sem perder o foco no conteúdo conciso e preciso, com informações objetivas e tratadas com seriedade. (REFORMA..., 2008).

O projeto gráfico, de autoria de Pedro Dreher, foi anunciado como parte da reforma mais relevante desde 1987, quando o jornal adotou o formato tabloide. Uma das mudanças no setor da Comunicação apontadas, a Internet, intensificou a necessidade de buscar recursos para facilitar a leitura e valorizar as informações publicadas. A cor predominante passou a ser verde. Para ser mais moderno e atraente, a área superior das páginas ficou valorizada, com gráficos, fotografias recortadas, textos e frases selecionados. A hierarquização das matérias jornalísticas se tornou mais clara, com títulos destacados. Os artigos assinados foram verticalizados e ganharam a foto dos autores. Foram adicionadas as colunas Há um século no Correio do Povo, aproveitando o tempo de fundação do jornal, e Tempo e Clima, com conteúdo fornecido pela MetSul Meteorologia.

Segundo Coletiva.net, para alcançar a proposta ideal dessa reforma gráfica, o **Correio** se baseou em dados, como os revelados em pesquisas realizadas em 2007 e 2008 pela

Marplan e pelo Ibope, que mostram o perfil do leitor do jornal. Os números apontam que 53% são homens e 47% são mulheres, predominando pessoas da classe AB (71,34%) com 50 anos ou mais (29,27%), seguidos pelos mais jovens com idades entre 20 e 29 anos (20,18%). A maioria (55,87%) tem o Ensino Médio completo. Conforme projeção feita pelo Instituto Verificador de Circulação e Marplan, o jornal atinge um total de 542.634 leitores por dia e 15.200.000 leitores por mês, levando-se em conta que cada jornal é lido por quatro pessoas, em média (CORREIO..., 2008c).

O terceiro presidente a assumir o Grupo Record no Estado foi Natal Furucho, em agosto de 2009, prometendo uma atuação mais conjunta entre os veículos. Isso acaba se materializando no Correio On-Line (www.correiodopovo.com.br), com notícias atualizadas e *blogs* dos colunistas. Entrou no ar dia 1º de outubro de 2009, quando o jornal completou 114 anos. Na Redação do **Correio**, foram trocados os microcomputadores e está em implantação, até o final de 2009, o sistema editorial Atex, visando a dar maior agilidade no processo de edição. Neste ano, no segundo semestre, também começaram a circular os cadernos de Cidades, Correio Rural, Carros e Motos e Esportes.

O bispo Edir Macedo começou a erguer o império de Comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus (Iurd) no início dos anos 90, quando comprou emissoras de TV da Record em São Paulo. O grupo tem 18 emissoras de televisão e outras filiadas²⁰, de rádio, o jornal diário Hoje em Dia (Minas Gerais), o jornal semanal Folha Universal (religioso) – o evangélico de maior circulação no mundo, com 32 páginas, segundo o *site* da Iurd²¹, a revista Plenitude (religiosa), o portal Arca Universal (na Internet), a Editora Gráfica Universal, quatro emissoras de rádio em Portugal e uma em Moçambique e, no ano passado, lançou o canal 24 horas Record News.

Zilles (2002) descreve a Iurd como uma Igreja Pentecostal de terceira geração, ligada à personalidade carismática de Edir Macedo. O líder era católico, diz o autor, e passou pelo Espiritismo, mais tarde tornando-se anticatólico e antiumbandista, “não medindo sua agressividade” (ZILLES, 2002, p. 241). Para entender a Universal, é preciso descrever a trajetória de Macedo, conforme ele: nasceu em 1945, trabalhou na Loterj, administradora de loterias do Estado do Rio de Janeiro, e fundou, aos 30 anos, a Cruzada do Caminho Eterno, com Samuel Coutinho da Fonseca e Romildo Ribeiro Soares. Dois anos depois, se separou de

²⁰ RECORD. **Emissoras da rede**. 2008. Disponível em: <<http://comercial.rederecord.com.br/AtlasdeCobertura/EmissorasdaRede/tabid/62/Default.aspx>>. Acesso em: 27 ago. 2008.

²¹ IGREJA UNIVERSAL. **Atuação na mídia**. [2007]. Disponível em: <www.igrejauniversal.org.br/midia-imprensa.jsp>. Acesso em: 27 ago. 2008.

Fonseca para criar a Iurd no Bairro da Abolição, Rio de Janeiro, numa sala funerária. Depois, Soares também foi ter a sua igreja.

Macedo levou a igreja a outros estados e países, como Estados Unidos, Argentina, Portugal e Angola, principalmente utilizando a Comunicação. “Não se tem estatística confiável do número de adeptos. Reúnem-se em velhos galpões de fábrica, em garagens ou cinemas desativados, comprados ou alugados, multiplicando rapidamente os lugares de culto. Usam os Meios de Comunicação”, descreve Zilles (2002, p. 241-242). O movimento se vale, continua o autor, da agressividade contra os católicos, citando o episódio de 1996, quando o bispo Sérgio Von Helde chutou uma imagem de Nossa Senhora Aparecida diante da câmera de televisão. As religiões afro-brasileiras são associadas ao demônio.

A igreja é dividida em bispos, pastores, evangelistas e obreiros. Nomeados pelos bispos, os pastores participam do que Zilles (2002) chama de “lucro”. Há prática de cura e exorcismo. “A Iurd concentra quase tudo no espaço e no tempo dos cultos. Esses ocorrem quase todo o dia, dando a impressão de um *shopping center* de graças e milagres. Fora do culto não há maior controle da vida dos fiéis. Nos lugares de culto, as relações entre pastores e fiéis são próximas, menos hierarquizadas e formalistas que nas igrejas tradicionais” (ZILLES, 2002, p. 243).

Em relação à tradição pentecostal, Zilles (2002, p. 245-247) explica que a Iurd absorve dois aspectos: “O Espírito Santo age sobre o mundo ativamente, manifestando-se sobre a forma de revelações, milagres, batismos, inspirações, etc.” e “Também o demônio age sobre o mundo, prejudicando a humanidade”. Sobre o dízimo exigido dos fiéis, a ideia é mostrar que “sua contribuição generosa à igreja será fonte de prosperidade para ele também”.

A partir da venda ao Grupo Record, o **Correio do Povo** apresentou mudanças. Entre as diferenças em relação ao período anterior estão a coluna de Edir Macedo aos sábados (publicada temporariamente) e uma redução na cobertura de procissões, missas e eventos ligados à Igreja Católica. O arcebispo metropolitano, Dom Dadeus Grings, assinou aos domingos A Voz do Pastor até o dia 23 de agosto de 2009. A coluna foi para o Jornal do Comércio, também da Capital.

Na parte gráfica, ainda antes do projeto gráfico, a capa passou a ter fotos mais amplas e menos texto, a editoria de Variedades foi transformada no caderno Arte & Agenda e houve espaço a reportagens especiais de página inteira. Telmo Flor disse à Coletiva.net em 18 de fevereiro de 2008 que “as inovações precisam ser paulatinas. Afinal, não queremos interferir no hábito dos nossos leitores. O Correio prima pela objetividade e pela concisão das notícias. O objetivo é sempre agradar ao leitor”.

Com o objetivo de analisar a gestão Ribeiro, o nosso projeto trata de dois assuntos importantes: a privatização da CRT e a desistência da Ford de instalar uma montadora em Guaíba.

Quando governador do Estado, Leonel Brizola cassou a permissão da Companhia Telefônica Nacional, cujo controlador acionário era a norte-americana International Telephone and Telegraph Corporation (ITTC). Pelo decreto de 16 de fevereiro de 1962, ficaram desapropriados os bens e declarados de utilidade pública, para depois serem entregues à CRT. Segundo o advogado Miguel Prietto (2006), do Partido Democrático Trabalhista (PDT), os aparelhos existentes no Estado, até o início da década de 60, estavam “obsoletos, inoperantes e restritos a poucos centros urbanos”. Ele cita que os primeiros equipamentos de comutação e as mesas operadoras eram “verdadeiras peças de museu a deserviço do Rio Grande do Sul”, enquanto os cientistas teriam descoberto novas tecnologias que estavam sendo usadas em países desenvolvidos. “E foi a CRT pública que promoveu os avanços na telefonia no Rio Grande do Sul. Através de programas de expansão implantou no Rio Grande do Sul, em cidades de grande, médio e pequeno porte, centrais com tecnologia ‘crossbar’, a melhor existente no mundo naquela época” (PRIETTO, 2006).

García (2004) lembra que, no Brasil, na década de 90, houve forte pressão para a reestruturação do setor de telecomunicações, em razão da demanda reprimida, custo e concentração do sistema e pressão de corporações transnacionais para a exploração comercial do setor. “As empresas de telecomunicações na América Latina, inclusive a Telebrás, atuavam como monopólios estatais – no Brasil, assegurado pela Constituição de 1988.” Faltavam investimentos do Estado e havia a influência de Banco Mundial e Fundo Monetário Internacional pró-privatização. A aprovação da Emenda Constitucional nº 8, cita García (2004), abriu o setor de telecomunicações à participação de capitais privados.

Conforme o autor, em dezembro de 1996, o governo do Estado vendeu 35% das ações da CRT, como forma de capitalizá-la. A RBS ganhou a licitação, por meio do consórcio Telefônica do Brasil, informam Santos e Capparelli (1999). Em junho de 1998, a maioria das ações (85,1%) passou para o consórcio liderado pela Telefónica de España. O restante ficou para o Estado, funcionários da CRT e outros. Dois anos depois, a Tele Brasil Sul Participações (novo nome da Telefônica do Brasil) se desvinculou do controle da empresa, repassando-o para um consórcio liderado pela Brasil Telecom.

Na data da privatização, a composição acionária da Telefônica do Brasil era: Telefónica Internacional, 30%; RBS, 30%; e o restante das ações dividido entre a Portugal Telecom, 23%; a Iberdróla (empresa de energia espanhola), 7%; e o Banco Bilbao Vizcaya,

7%. Em 1999, as ações com direito a voto da Tele Brasil Sul na CRT estavam definidas da seguinte forma: Telefônica Internacional, 45,09%; Portugal Telecom, 19,59%; Iberdróla, 5,96%; Banco Bilbao Vizcaya, 5,96%; Companhia de Telecomunicações de Chile, 2,22%; Telefônica de Argentina, 0,95 (estas duas últimas empresas são de propriedade da Telefônica Internacional); e RBS, 5,40%. Esses dados constam em Santos e Capparelli (1999).

Alguns dos resultados, para o consumidor gaúcho, foram a disponibilização ágil das linhas e o aumento das tarifas. García (2004) exemplifica que, de 1994 a 2000, enquanto o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC) variou 86,9%, a tarifa de assinatura residencial mensal aumentou 3.241% e a não residencial, 522,6%, citando encarte do Sinttel/RS, de setembro de 2000. O autor destaca que a privatização acentuou a reestruturação técnica e organizacional da empresa, valendo-se de terceirização de trabalho, visando à redução do emprego. Santos e Capparelli (1999) citam que a planta telefônica, entre julho de 97 e junho de 98, cresceu de 1.074.334 terminais para 1.660.149. A telefonia móvel celular aumentou em 100%, e o telefone público, 69%.

Pouco tempo depois da privatização, a Telefônica comprou a estatal paulista Telesp. Mas, pelas regras, um grupo não poderia controlar duas operadoras de telefonia fixa em duas regiões. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) determinou que a empresa vendesse a participação majoritária da CRT e interveio na operadora.

Sobre a RBS e as telecomunicações, Santos e Capparelli (1999) destacam que, a partir de 1995, a empresa adotou as dinâmicas de expansão que viriam a orientar o seu caminho para a convergência, privilegiando a tecnologia da cabodifusão; apostando em parcerias estratégicas com grupos locais e nacionais; e entrando no setor de telecomunicações, a partir da aquisição de um provedor de Internet (que permitiu à empresa uma primeira experiência no serviço de telecomunicações de valor adicionado); e da associação com os *players* internacionais, Telefônica Internacional e Bell South, concentrando em seu poder o domínio do mercado de comunicações no Rio Grande do Sul.

Essas investidas estavam em conformidade com a tendência dos governantes.

Somente com as privatizações, o governo Fernando Henrique Cardoso arrecadou, até meados de 1998, US\$ 27.646,8 bilhões oriundos dos leilões de 22 empresas estatais. Os governos Collor de Mello e Itamar Franco obtiveram um número muito menor: US\$ 4.076,5 bilhões, de 15 empresas, e US\$ 4.135,1 bilhões, de 17 empresas, respectivamente. O Sistema Telebrás foi responsável por 51,3% do total das verbas arrecadadas com privatizações no Brasil desde 1991. (SANTOS; CAPPARELLI, 1999, [n. p.]).

A principal parceira da RBS nas telecomunicações, a Telefónica de Espana passou a gerir, a partir de 1989, companhias operadoras da Argentina, Brasil, Chile, Venezuela, Peru e Porto Rico. A intenção estratégica da Globo e da sua afiliada RBS foi desarticulada a partir da aquisição da Telesp pela *holding* Tele Brasil Sul, por R\$ 5,78 bilhões contra os R\$ 3,965 bilhões ofertados pelo consórcio formado pela Globopar, o Banco Bradesco e a Telecom Itália. O lance pela Telesp foi definido sem o conhecimento da RBS. Com a aquisição da empresa, a RBS ficou impossibilitada de concorrer ao leilão da Tele Centro-Sul, vencido pela Solpart Participações – Banco Opportunity, Telecom Itália e fundos de pensão. Do outro lado, o consórcio que incluía a Rede Globo perdeu também a Telesp Celular para a Portugal Telecom (parceira da Telefónica) e acabou ganhando a Tele Celular Sul.

O episódio de conflito entre a RBS e a Telefónica Internacional serve para exemplificar como os oligopólios internacionais, que se fortalecem com o pós-fordismo, podem desestruturar as estratégias dos oligopólios nacionais no setor. Poderia se dizer que a RBS, ao se associar à Telefónica, estava alavancando não só a sua participação no setor de telecomunicações como também a sua inserção no mercado globalizado das comunicações (SANTOS; CAPPARELLI, 1999, [n. p.]).

A privatização da CRT foi um dos episódios que distanciou Antônio Britto do **Correio do Povo**. Com a venda ao Grupo Record, em 2007, o jornalista José Emanuel Gomes de Mattos (2007) destaca, no *site* Coletiva.net, a volta do ex-governador ao Edifício Hudson. Nos anos 70, o jornalista que depois se tornou político trabalhou nos veículos de Breno Caldas. “Polêmico, contrariou interesses da oposição e de empresários ladinos. A imprensa foi testemunha – e denunciei publicamente – do escandaloso boicote que sofreu por parte do novo proprietário da Caldas Júnior, fato que praticamente determinou a sua derrota na tentativa de se reeleger, em 1998”, afirmou Mattos (2007).

Ele mesmo reproduz parte do artigo seu, publicado em 27 de julho de 2001, em Coletiva.net, sob o título “Quando o jornal briga com a notícia”:

No futuro, quando alguém pesquisar o atual período da história do Rio Grande do Sul através da leitura de seus jornais, será obrigado a ignorar o centenário Correio do Povo. Por um motivo relevante. Seu noticiário deixou de ser considerado isento, uma vez que a cobertura da atividade diária restringe o acesso de pelo menos um nome fundamental no xadrez político do Estado. A determinação tem sido cumprida desde a disputa pela privatização da Companhia Riograndense de Telecomunicações. Na época, o proprietário da Empresa Caldas Júnior viu frustrada a sua tentativa de viabilizar um consórcio para disputar o leilão, por não cumprir o que exigia o edital de licitação. A partir daí, seus veículos de comunicação passaram a restringir o nome do então governador Antônio Britto. [...] Pode ser devastador o efeito gerado pela mídia utilizada como instrumento para manipular a opinião

pública. Não se deve esquecer que na eleição para governador, em 1998, Britto foi derrotado por exatos 87.366 votos num universo de 6 milhões de eleitores (MATTOS, 2001, [n. p.]).

Mattos (2007) lembra que o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros determina o acesso à informação pública como direito inerente à sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse.

O outro foco do projeto é a desistência da Ford de instalar montadora no Estado. A companhia foi fundada em 1903, em Detroit (Estados Unidos), com capital inicial de 28 mil dólares, segundo o seu *site*²². O primeiro automóvel, Modelo A teve 1.708 itens fabricados até o ano seguinte, quando começou a exportação para o Canadá. Em 1908, foi a vez do Modelo T, que, segundo a empresa, deu origem às ideias revolucionárias de Henry Ford. Com construção simples e baixo preço, o carro “deixava de ser um luxo para poucos”. Um ano depois, chegou ao Brasil o primeiro veículo da Ford. Outra inovação foi a linha Mercury, em 1938, com o motor V8, com maior potência do que o Ford. O *site* informa que o primeiro modelo brasileiro foi produzido em 1967, o Galaxie 500.

Não apenas uma indústria automobilística, a Ford serviu como um modelo de economia conhecido como Fordismo, que durou até a década de 60. Em 1913, Henry Ford instituiu uma nova organização na produção e no trabalho, destinada a fabricar o Modelo T por um preço relativamente baixo, de forma que fosse comprado em massa, segundo Gounet (1999). Os operários, antes especializados em mecânica, passaram a ser divididos em diferentes etapas do processo. O autor destaca que a antiga maneira de operação levava de 12 horas e 30 minutos para montar um veículo. Com o Taylorismo (identificado por ele como organização científica do trabalho, compreendendo o parcelamento de tarefas, a racionalização das operações sucessivas e a padronização das peças), o tempo ficou em cinco horas e 50 minutos. O treinamento levou em algum tempo a duas horas e 38 minutos. Em 1914, diz Gounet, o veículo era produzido em uma hora e meia.

Em sua tese de Doutorado, Biz (2002) analisa, a partir do método Dialético Histórico-Estrutural, com a técnica Análise de Discurso, baseada na produção de sentido, em Eliseo Verón, a tentativa de instalação da fábrica Ford Brasil no Rio Grande do Sul, suas implicações com o governo Olívio Dutra e a posição assumida pelos jornais **Correio do Povo** e Zero Hora, em março e abril de 1999. Para compor o cenário, Biz (2002) lembra que a

²² FORD. **História**. [2007]. Disponível em: <<http://www.ford.com.br/Default.asp#inicio>>. Acesso em: 23 jul. 2008.

administração responsável pelo acerto com a Ford, a de Antônio Britto, estava alinhada com as decisões econômicas do presidente da República Fernando Henrique Cardoso, ao vender estatais, participar da guerra fiscal intraestados e firmar contratos com empresas (incluindo também a General Motors – GM) para instalar montadoras no Estado.

Por outro lado, Biz (2002, p. 11) aponta que a gestão eleita para o período de 1999-2002, encabeçada por Olívio Dutra, “apresenta um programa econômico de fortalecimento das micro, pequenas e médias empresas, sem que o Estado se desfaça de suas empresas”. O autor destaca que o dilema estava colocado: cumprir o acerto do governo anterior ou renegociar dentro de outra visão de administração.

Quando a nova administração assumiu, as obras da GM estavam em fase final de acabamento, ao contrário da construção da Ford, ainda na terraplenagem. Britto havia liberado a primeira parcela, de R\$ 42 milhões, do total de três, somando R\$ 210 milhões, segundo Biz (2002, p. 63).

Sobre o governo Britto, no período de 1995 a 1998, o autor cita a instituição da reforma do Estado, via Lei nº 10.607, de 28 de dezembro de 1995, para incentivar a demissão voluntária de servidores, a venda do patrimônio público, desfazendo-se de partes da Companhia Estadual de Energia Elétrica (CEEE), fechando a Caixa Econômica Estadual, privatizando estradas e a CRT. Em 1998, sete polos rodoviários de pedágios são repassados à iniciativa privada, totalizando 2 mil quilômetros (BIZ, 2002, p. 58).

Biz (2002) explicita as razões para a Ford escolher o Rio Grande do Sul para as instalações da fábrica na década de 90, conforme o seu presidente, Ivan Fonseca e Silva: estratégica posição no Mercosul, condições logísticas (portos e transporte marítimo), infraestrutura em geral e qualidade da mão-de-obra. Em 1997, o protocolo de intenções assinado pela empresa e pelo governo incluía a compra de uma área de 600 hectares no município de Guaíba, instalação de infraestrutura e concessão de incentivos, além de intermediação junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) de financiamento de R\$ 760 milhões, com 6% de juros anuais (BIZ, 2002, p. 63). O excedente seria coberto pelo governo. Cinco meses depois, aponta o autor, o acordo foi redefinido, com o empréstimo de R\$ 550 milhões via BNDES, e financiamento do Estado de R\$ 210 milhões, sem custeio do diferencial de juros, continua o autor.

Biz (2002) cita que a Assembleia Legislativa aprovou, em 1997, o projeto de lei instituindo o Fundo de Desenvolvimento para Complexos Industriais e, um ano depois, outra proposta dando ao Fundo Operação Empresa (Fundopem) a responsabilidade de examinar o destino desses recursos, geridos pelo Banrisul. Estava criado o caminho para o projeto da

Ford. Segundo ele, em 13 de março de 1998, o Conselho Diretor do Fundopem liberou a verba para a empresa. Antes disso, o Decreto n° 38.159, de 9 de fevereiro de 1998, garantiu crédito especial do orçamento do Estado, no valor de R\$ 210 milhões. O empréstimo seria devolvido, informa o autor (BIZ, 2002, p. 64), após cinco anos de carência, ao longo de mais de 15 anos, sem correção monetária e com juros anuais de 6%.

Outro contrato, de março de 1998, é desconhecido do grande público, denuncia o autor:

Trata-se de 45 anexos ao Termo de Compromisso, em que o Estado, além de adquirir a área para a instalação da fábrica, se responsabiliza pela drenagem de águas fluviais, instalação de água potável, trevo de acesso à rodovia, posto da Brigada Militar, Corpo de Bombeiros, terminal de ônibus, telecomunicações, unidade básica de saúde, correio, creche para 600 crianças, filhos dos funcionários [...], plano de reflorestamento ecológico junto ao complexo Ford, estacionamento de veículos, escolas com ensino fundamental, médio e supletivo para 1.500 alunos e profissionalizante de segundo grau para outros 500, entre outras obrigações, conforme a Lei n° 11.085, de 22 de janeiro de 1998. (BIZ, 2002, p. 64)

Biz (2002) prossegue relatando que as duas equipes (da Ford e do governo Olívio Dutra) negociaram durante sete reuniões. Numa delas, a empresa entregou oito caixas, contendo 8 mil documentos, destinados a comprovar os gastos da primeira parcela de R\$ 42 milhões e o pedido para liberação da segunda. “O governo, mediante notificação extrajudicial, em 30 de março de 1999, se declara impossibilitado de pagar a segunda parcela, do dia 31 de março, frente às dificuldades de caixa e à necessidade do exame cuidadoso da prestação de contas da primeira parcela” (BIZ, 2002, p. 66).

Em 28 de abril, a administração estadual formalizou a proposta, segundo Biz (p. 66): não contestava os incentivos fiscais e propunha repasse de R\$ 84 milhões em obras, mais R\$ 70 milhões da União e R\$ 36 milhões de Guaíba. Também estava incluído o empréstimo do governo do Estado: R\$ 70 milhões (além dos R\$ 42 milhões repassados) nas condições exigidas pela Ford, com cinco anos de carência e dez para o pagamento. A montadora anunciou, no mesmo dia, a recusa. Estava a caminho da Bahia.

Biz (2002) conclui que o discurso dos jornais **Correio do Povo** e Zero Hora levavam a crer que o momento era de novas oportunidades, com a introdução de uma moderna fábrica de automóveis. Para ele, os empregos criados seriam altamente sofisticados, contemplando segmentos restritos da população. “Não será a introdução de uma fábrica de automóveis, com alta tecnologia, que irá solucionar o desemprego daqueles que não podem ser explorados, uma vez que o sistema não precisa deles”, constata (p. 229). Segundo Biz (2002), ao entrar na

discussão sobre a permanência da Ford, os veículos não apontaram a necessidade de distribuição de renda.

O autor vê nas matérias do **Correio do Povo** a utilização de um mesmo Lead, o de Citação, e da Pirâmide Invertida²³. Por essa prática, com a frequente utilização de aspas, segundo Biz, realça as declarações das autoridades, que se envolvem nas negociações do governo/Ford, mas não indicam objetividade ou neutralidade. “Ao contrário, desfalca o leitor de preciosas informações, fragiliza a informação e acaba legitimando o singular” (BIZ, 2002, p. 230).

Analisarmos o **Correio do Povo** via matérias relacionadas à CRT e à Ford facilitará a contextualização do jornal com o ambiente político, social e econômico vivido à época no Rio Grande do Sul e no país. Permitirá que façamos o perfil da gestão Ribeiro e ao mesmo tempo entendamos a sua interface com a sociedade na qual o veículo está inserido.

1.2 MÍDIA E PODER NA ANÁLISE DAS FORMAS SIMBÓLICAS

A análise sobre o perfil do jornal **Correio do Povo** durante o comando da família Ribeiro será feita a partir de cinco categorias *a priori*: Mídia, Globalização, Cultura, Ideologia e Poder, todas conforme John Thompson.

Como o jornal é um dos produtos da Mídia, essa é a primeira categoria explicitada a partir do autor. Primeiramente, Thompson (2002) destaca o papel desses veículos na vida cotidiana, fazendo com que a produção e circulação de Formas Simbólicas (ações, objetos e expressões significativas de vários tipos) nas sociedades modernas sejam indissociáveis das atividades das indústrias da Mídia. Isso ocorre de tal forma que o entretenimento, hoje, está entrelaçado com a Comunicação de Massa. Além de mantidos pela Mídia, esportes, música e outras atividades sofrem a sua influência.

²³ A matéria jornalística é estruturada para que o leitor tenha, nos primeiros parágrafos, o essencial da notícia. Responde-se às seguintes questões: quem, o quê, onde, como, quando e por quê. Esse é o *lead*, que resume a ação noticiosa, lembra Biz (2002), relatando os fatos do mais importante para o menos importante. O *lead* de citação, um dos apontados pelo autor, foi classificado por Hohenberg e se desdobra em: completo – mas que raramente consegue narrar a notícia como a paráfrase do redator, e parcial – cuja tendência é dispensá-lo, a menos que seja a chave da matéria. Sobre a Pirâmide Invertida, significa a oferta das principais informações no primeiro parágrafo, imaginando-se que o leitor não tenha tempo para aprofundar a matéria. Biz recorre a Genro Filho, que a interpreta como cerceadora da liberdade e iniciativa do jornalista. “Passa a impressão que o texto nasce pronto, espontâneo, sem história, sem diálogo com a sociedade, sem contextualização. [...] A notícia parece ter vida própria” (BIZ, 2002, p. 81).

As origens da Comunicação de Massa são associadas por Thompson (2002) ao surgimento de técnicas da Imprensa de Gutenberg e a sua difusão entre instituições da Europa, no século XV. A expansão desse processo andou ao lado do capitalismo industrial e da formação dos estados-nações.

A troca de Formas Simbólicas entre emissores e receptores se dá a partir de um meio técnico. Os seus componentes materiais vão desde as condições de conversação face a face até os sistemas eletrônicos de áudio. Thompson (2002) enumera alguns atributos do meio técnico. Um deles é o grau de fixação. Conforme esse aspecto, os conteúdos podem ser preservados para uso subsequente. O segundo atributo é a reprodução, permitindo a exploração comercial e a mercantilização das Formas Simbólicas. O terceiro se refere à amplitude de participação que o meio técnico permite ou requer dos indivíduos. Um exemplo é a diferença entre ler um texto e assistir à televisão. O primeiro ato exige concentração e pode requerer um capital cultural prévio do leitor. No caso da TV, a pessoa não possui controle sobre o tempo, e o componente linguístico do programa, em geral, é falado num estilo conversacional.

O autor também reflete sobre os aparelhos institucionais de transmissão, ou seja, um conjunto de articulações dentro das quais o meio técnico é elaborado e os indivíduos envolvidos na codificação e decodificação das Formas Simbólicas estão inseridos (THOMPSON, 2002). Há relações hierárquicas de Poder entre os responsáveis, por exemplo, pela publicação de um texto literário: organização publicadora, rede de distribuição, indústrias da Mídia e sistema educacional. A transmissão do livro depende do quanto é aceito e difundido por outras instituições ligadas à comercialização, produção de jornais e revistas e do ensino de literatura, chamadas, por Thompson (2002) de canais de difusão seletiva. Existem, ainda, mecanismos para a implementação restrita das Formas Simbólicas, servindo para limitar ou reorientar a difusão.

Um terceiro aspecto da transmissão cultural, o distanciamento espaço-temporal, prevê o desligamento da Forma Simbólica do contexto da sua produção. O autor evidencia que, antes do desenvolvimento das telecomunicações, a extensão da acessibilidade no espaço exigia o transporte físico da mensagem. As novas tecnologias, como o satélite e as redes baseadas em computadores, ampliam a acessibilidade e permitem maior controle sobre as condições de uso (THOMPSON, 2002).

Os revolucionários princípios da prensa de Johann Gutenberg permaneceram em uso, sem modificações grandes, por mais de três séculos. A partir de 1440, narra Thompson (2002), ele desenvolveu técnicas para duplicar letras de metal, fazendo com que grandes quantidades de tipos fossem produzidos para a composição de textos extensos. Também

adaptou a prensa para que uma página de tipos pudesse ser composta e manejada como um único bloco, à qual se pudesse passar tinta e pressionar com o papel.

As atividades de impressão começaram com o intuito de imprimir manuscritos de caráter religioso e literário e textos de uso do direito, medicina e comércio. Não demorou, Thompson (2002) enfatiza, para que as primeiras impressoras se interessassem pelo comércio de livros na Europa. Um dos exemplos bem-sucedidos é do inglês William Caxton, em Londres, que, a partir de 1476, publicou mais de 90 livros.

Essas empresas também imprimiam panfletos, periódicos e folhas noticiosas. O século XVI deu início a essas publicações, e o século XVII a revistas de notícias regulares. Conforme Thompson (2002), o jornal semanal parece ser de 1607, em Amsterdã. Em Londres, a primeira folha de notícias surgiu em 1621, produzida por Thomas Archer. “A indústria do jornal se desenvolveu rapidamente na Inglaterra durante a segunda metade do século XVII, sujeita a controles de vários tipos de governo.” (THOMPSON, 2002, p. 233). No começo do século XVIII, havia perto de 20 jornais circulando, duas ou três vezes por semana, em Londres. O primeiro jornal diário da Inglaterra, o Courant apareceu em 1702.

“A circulação era baixa, com tiragem de 1.000 cópias por tiragem, e circulação restrita. Na metade do século XVIII, já eram 3.000. O Correio Oficial passou a distribuir os jornais para cidades vizinhas de Londres.” (THOMPSON, 2002, p. 233).

No seu início, as autoridades dos estados-nações emergentes usavam os jornais para proclamações oficiais. “O exercício da censura não era um fenômeno novo. Durante a Idade Média, as autoridades religiosas controlavam o produto de escribas e copistas, com o objetivo de suprimir material herético [...]” (THOMPSON, 2002, p. 233). Na Inglaterra, o Decreto sobre Imprensa, de 1662, sujeitava as publicações ao controle do parlamento e a um sistema de autorização. Isso caiu em desuso e o decreto foi substituído, em 1712, por outros que estabeleciam impostos sobre a Imprensa, abolidos posteriormente.

No século XIX, o crescimento da circulação massiva de jornais abriu caminho para o aumento da renda via anúncios comerciais. A indústria se desenvolveu também graças aos métodos de produção e distribuição e ao avanço da alfabetização, enumera o autor. A prensa a vapor de Koenig, usada no The Times, em 1814, aumentou a média de produção de 250 exemplares/hora para menos de 1.000. A rotativa, por sua vez, em 1848, elevou para 12 mil/hora, segundo dados apurados por Thompson (2002).

A circulação foi se elevando. O jornal Daily Telegraph alcançou 300 mil, em 1890. O Daily Mirror chegou a 1 milhão, em 1903. Primeiramente mais voltados a um público restrito e de classe alta, aos poucos os veículos atingiram uma massa mais ampla. Thompson (2002)

faz um resgate da circulação, apontando que os diários nacionais atingiram 30 milhões em 1950 (o pico), com declínio na década de 80 (20 milhões).

Outra característica da Mídia nos séculos XIX e XX foi a internacionalização das notícias. A troca de informações se deu a partir da criação das agências de notícias. A primeira foi estabelecida em Paris por Charles Havas, em 1835.

A difusão das notícias contou com a base da energia elétrica, desenvolvida por Marconi no final do século XIX. A transmissão, com o uso de ondas eletromagnéticas, ocorreu para fins militares durante a Primeira Guerra Mundial. Depois, em 1920, os Estados Unidos criaram a estação de rádio KDKA. Até 1922, mais de 570 estações foram licenciadas, envolvendo empresas como General Electric, AT&T e RCA (THOMPSON, 2002, p. 242). A indústria se formou com a venda de aparelhos, de espaço para propagandistas e sublocação de programas. Os Decretos sobre o Rádio, de 1912 e 1917, estabeleciam as regras para concessões.

Na Inglaterra, Thompson (2002) avalia que houve contraponto aos Estados Unidos em relação à dependência econômica da publicidade e ao fraco controle governamental. A British Broadcasting Company (BBC) surgiu em 1922, reunindo fabricantes de receptores domésticos. A companhia era supervisionada por peritos dos Correios e outros ministérios. O lucro se limitava a 7,5%, que recebia de um imposto de uso de aparelhos receptores.

Em 1940, a chegada da televisão revolucionou o campo. Thompson (2002, p. 244) lembra a expansão rápida, com o aumento de aparelhos de 10% dos domicílios na Inglaterra, em 1950, para 90%, em 1963. “No curto espaço de 15 anos, a televisão se tornou um dos mais importantes meios de transmissão cultural na Inglaterra e em outras sociedades industrializadas do Ocidente.”

Além de afetar o cinema, o crescimento da televisão trouxe impacto ao jornal. Usando Tunstall, Thompson (2002) cita que 88% dos gastos da publicidade iam para os veículos impressos em 1954, na Inglaterra. Em 1962, eram 68,7%; em 1972, 70%; e, em 1982, 63,5%. Neste último ano, a TV chegou a 29,7%. O sistema inglês operou como um serviço público, em parceria com um setor independente regulado. Enquanto nos Estados Unidos empresários locais criaram estações de difusão comerciais gradualmente transformadas em impérios familiares. Esse modelo se difundiu pela América Latina.

Mais recentemente, Thompson (2002) avalia que há uma crescente concentração das indústrias da Mídia, sua diversificação, Globalização e tendência de desregulamentação. Novamente compara EUA e Inglaterra. No país americano, em 1981, 46 grandes corporações controlavam revistas, diários, livros, televisão e filmes. “Embora houvesse mais que 1.600

diários nos Estados Unidos em 1989, metade da circulação era controlada por 14 corporações, incluindo Gannet (com o USA Today e 87 outros diários), Knight-Ridder, Inc. (com o Miami Herald e 28 outros) e Newhouse Newspapers (com the Staten Island Advance e 25 outros jornais)”, diz Thompson (2002, p. 254), citando Bagdikian. Na Inglaterra, em 1929, metade da circulação de jornais era controlada por quatro empresas. Em 1972, 86% dos matutinos e 88% dos dominicais eram vendidos pelas cinco maiores companhias. Nove anos depois, essas controlavam 95% da circulação total, segundo o autor.

Na TV, as três maiores empresas nos Estados Unidos dominam novas tecnologias, como o cabo. O setor independente inglês é controlado por Thames, London Weekend, Central, Granada e Yorkshire.

As companhias da Mídia não se contentam com as suas corporações. Também operam com empresas gráficas e outros negócios na área de lazer. Um dos exemplos que Thompson (2002) dá de conglomerados é a Time Warner, a maior editora de revistas nos Estados Unidos, a segunda maior companhia de cabo do mundo e a maior companhia de vídeo. Possui subsidiárias na Austrália, Ásia, Europa e América Latina. Outro é a News Corporation, de Rupert Murdoch, com atuação na Inglaterra (os jornais Sun controlam 35% do mercado de veículos populares), Estados Unidos e Austrália, entre outros.

Na Europa, a difusão por rádio e TV era regulada pelo Estado, inicialmente porque havia um número limitado de canais à disposição e depois devido à necessidade de controle do interesse público. O termo “desregulamentação” começou a ser usado em 1970, como “tentativa mais geral de aumentar a competitividade numa variedade de setores industriais e de remover a legislação que era vista como restringindo indevidamente o esforço dos interesses comerciais”, revela Thompson (2002). Na década de 80, isso se tornou concreto nos Estados Unidos, via Comissão Federal de Comunicações, diminuindo as exigências para difusão do serviço público e dando mais espaço para mensagens comerciais. O autor pondera que isso trouxe mais liberdade de atuação, mas propiciou a expansão da dominação dos conglomerados da comunicação.

Também preocupa a Thompson (2002) o impacto social das tecnologias. Aponta o videocassete, que possibilitou o armazenamento das informações, com desenvolvimento a partir de 1950 e uso doméstico 20 anos depois. Os receptores passaram a separar os horários de difusão dos horários de assistência dos programas. Os produtos audiovisuais ficaram acessíveis por aluguel ou venda, o que trouxe um novo problema em relação aos direitos de reprodução. Mais recentemente, a Internet preocuparia muito mais Thompson pelo amplo

acesso a produtos e serviços. Uma revolução está a caminho, com a convergência dos meios e a futura consolidação da TV digital.

O sistema por cabo, explorado, permanentemente, a partir de 1970, requer uma assinatura por parte do receptor. O desenvolvimento da tecnologia de fibra ótica aumentou a capacidade de transmissão. Além de programas televisivos, abriu-se a possibilidade de acesso a dados financeiros e outros serviços de telecomunicação. A difusão direta por satélite foi outra inovação, que não respeita fronteiras nacionais e impõe mais o desafio de regulamentação.

O desenvolvimento da Mídia faz parte de um conjunto de processos que transformaram o mundo moderno e são chamados por Thompson (2004) de Globalização. De maneira geral, se trata da interconexão entre as diferentes partes do mundo, dando origem a diversas formas de interação e interdependência. O autor entende o termo não apenas como a expansão dessas atividades além das fronteiras nacionais. Para ele, na Globalização, as ações acontecem numa arena que é global e não apenas regional e sua organização e planejamento se dão em escala global.

No final da Idade Média e início da Moderna, havia um intercâmbio comercial, mas o desenvolvimento se deu principalmente ao longo dos séculos XV e XVI. A origem da Globalização está vinculada à expansão do mercantilismo, nessa época. Thompson (2004) atribui aos 300 anos seguintes à organização da atividade econômica e a concentração do Poder em nações centrais (que importavam matérias-primas das colônias e exportavam bens manufaturados para todo o mundo).

No século XIX, as redes de Comunicação se organizaram, sistematicamente, em escala mundial, permitindo que a Globalização se firmasse. O autor aponta que um dos fatores de desenvolvimento foram os cabos submarinos, o primeiro sistema global de Comunicação. (THOMPSON, 2004). Antes, o telégrafo permitiu a transmissão de dados. Criado por Wheatstone e Cooke, foi, inicialmente, instalado na ferrovia entre Paddington e West Drayton, em 1839, na Inglaterra. Nos EUA, Morse elaborou um sistema com mais sucesso, começando por ligar Washington e Baltimore. Como eram situados em terra, se restringiam a alguns locais, até que surgiram os cabos submarinos. O primeiro conectava Karachi e o Golfo Pérsico, a partir de 1864. Três anos depois, já havia cabos em quase todo o Sudeste Asiático.

Para Thompson (2004), também tiveram importância as agências de notícias. A primeira foi uma iniciativa de Charles Havas, em 1835, e funcionava coletando relatos de jornais europeus para distribuir à imprensa francesa. Até que surgiram clientes em Londres e Bruxelas que recebiam as notícias por meio de carruagens e serviços de pombos-correio. Na

década de 1840, ganhou concorrentes: Paul Julius Reuter, em Londres, e Bernard Wolff, em Berlim. Para amenizar a acirrada competição, foi firmado, em 1869, o Tratado de Agências Aliadas, dividindo o mundo em territórios. Com o fim da Primeira Guerra Mundial, duas agências norte-americanas, Associated Press (AP) e United Press Association – mais tarde United Press International (UPI), dissolveram o cartel. Em 1940, a Agence France-Presse (AFP) ocupou o mercado da Havas.

Thompson (2004) narra que o poderio de Reuters, AP, UPI e AFP gerou protesto para uma reorganização da ordem global de comunicação. Na década de 70 e no início da 80, a Unesco patrocinou uma série de conferências com o tema “Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação”. Em 1984, os Estados Unidos saíram da Unesco e, um ano depois, o Reino Unido, deixando o órgão sem 30% do seu orçamento (THOMPSON, 2004, p. 141).

Segundo o autor (2004), o terceiro momento importante em relação à Globalização da Comunicação diz respeito ao uso de ondas eletromagnéticas a partir do fim do século XIX. As autoridades se preocupavam em reservar um segmento do espectro para fins militares e de segurança, minimizando as interferências de radioamadores. O potencial mercadológico foi se firmando e organizações de transmissão radiofônica receberam licenciamento de frequências fixas para determinadas regiões. Em 1865, foi criada a União Internacional de Telecomunicações (ITU) para estabelecer padrões e resolver problemas técnicos. Em 1906, foi discutido, pela primeira vez, o rádio. A expansão global desse sistema só se deu a partir de 1960, antes do que a televisão, informa Thompson (2004, p. 142).

Outro aspecto lembrado é que a Globalização se consolidou como um processo estruturado e desigual que beneficiou mais a uns do que a outros. Conglomerados de Comunicação em grande escala expandiram a sua atuação para fora dos seus países. Um dos exemplos foi a Time Warner, formada, em 1989, com a fusão da Time Inc. com a Warner Communications.

Esse processo foi possível graças às novas tecnologias. Thompson (2004) refere os sistemas de cabo (ampliando as possibilidades de transmissão), o satélite (virtualmente instantâneo que dispensa a necessidade de retransmissores terrestres) os métodos digitais no processamento, armazenamento e recuperação da informação, criando a base para a convergência das tecnologias de informação e Comunicação.

O autor (2004) vê a circulação de produtos da Mídia numa arena internacional como um dos processos que leva algumas regiões do mundo à dependência de outras quanto aos bens simbólicos. Um exemplo sempre enfatizado é Hollywood no ramo do entretenimento.

Na avaliação de Thompson (2004), a Teoria do Imperialismo Cultural precisa ser revista. Essa concepção se baseava numa forma de dependência na qual as culturas tradicionais seriam destruídas devido à supremacia de valores ocidentais. O domínio dos Estados Unidos se devia à presença de corporações internacionais sediadas no país. A consequência seria a “invasão eletrônica”, podendo submergir a herança cultural de nações menos desenvolvidas. Thompson (2004, p. 149) interpreta que:

[...] a tese do Imperialismo Cultural foi efetivamente uma discussão sobre a extensão e a consolidação em nível de comunicações e informações de um poder que era fundamentalmente de caráter econômico. Contudo, ela só dá conta em parte das complexas e mutáveis relações dos poderes econômico, político, militar e simbólico que caracterizaram o imediato período pós-guerra. Leva em pouca consideração, por exemplo, os conflitos fundamentalmente políticos e simbólicos do período da Guerra Fria, e a importância do comunismo e do nacionalismo como poder de mobilização de sistemas de crença.

O autor recorre, ainda, ao argumento de que os Estados Unidos passaram a dividir posição como potência industrial. A partir da queda dos regimes comunistas houve a criação de uma situação geopolítica nova. Nas esferas da Comunicação e da Economia, “os padrões globais e as relações de Poder não cabem simplesmente na estrutura de uma dominação americana sem rivais” (THOMPSON, 2004, p. 151).

As inferências de Herbert Schiller sobre as consequências que as mensagens poderiam ter nos públicos são vistas por Thompson (2004) com ceticismo porque “especulativas” e por tenderem a desconsiderar as maneiras complexas e, contextualmente, específicas nas quais os textos e imagens são interpretadas pelas pessoas. “O processo de recepção não tem sentido único, mas é, antes, um encontro criativo entre uma complexa e estruturada forma simbólica, de um lado, e indivíduos que pertencem a grupos particulares e que trazem seus próprios recursos e pressuposições para os apoiar na atividade de interpretação, de outro lado” (THOMPSON, 2004, p. 153).

Por outro lado, o autor não deixa de apontar os conflitos advindos da contraposição de mensagens veiculadas pela Mídia e de valores de uma vida tradicional. Para ele, “os indivíduos são constantemente chamados a reconciliar, ou simplesmente manter em difícil equilíbrio, mensagens que conflitam umas com as outras ou com valores e crenças enraizadas nas práticas rotineiras da vida cotidiana” (THOMPSON, 2004, p. 158).

A Globalização foi uma das categorias escolhidas porque expressa as transformações ocorridas no mundo e as relaciona com a expansão da Mídia – como causa da formação de

grandes conglomerados de Comunicação e ao mesmo tempo consequência dessa interação do local ao global. A nossa análise das matérias jornalísticas sobre a CRT e a Ford também demandará a compreensão de fenômenos potencializados pela Globalização, como a adoção de padrões econômicos mundiais (a exemplo da privatização) e as fusões de empresas.

Para entender como se processa a Globalização no nosso meio (Brasil e Rio Grande do Sul), será necessário estabelecer que Cultura é essa que sofre impactos. Adotaremos a categoria conforme concebida por Thompson (2002).

O autor se refere ao conceito como uma variedade de fenômenos e um conjunto de interesses compartilhados por estudiosos de diferentes disciplinas, da Sociologia e Antropologia até a História e a Crítica Literária (THOMPSON, 2002). Lembra que a vida social não é, simplesmente, uma questão de objetos e fatos que ocorrem como fenômenos de um mundo natural, mas, também, “[...] uma questão de ações e expressões significativas, de manifestações verbais, símbolos, textos e artefatos de vários tipos, e de sujeitos que se expressam através desse artefatos e que procuram entender a si mesmos e aos outros pela interpretação das expressões que produzem e recebem.” (THOMPSON, 2002, p. 165).

A categoria tem uma longa história e o sentido atual é, em certa medida, um produto dessa trajetória, acredita Thompson (2002). O autor distingue quatro tipos de sentido. O primeiro, concebido como clássico por ele, se originou de filósofos e historiadores alemães nos séculos XVIII e XIX, falando em processo de desenvolvimento intelectual ou espiritual, que se diferenciava de civilização. Essa visão foi substituída com o aparecimento da Antropologia como disciplina, no fim do século XIX. Entre as concepções antropológicas de Cultura, Thompson (2002) cita a descritiva e a simbólica.

A simbólica contribui para o desenvolvimento de uma abordagem construtiva dos fenômenos sociais. Mas Thompson (2002) aponta debilidade nessa ideia, por exemplo, nos estudos de Geertz, justificando a atenção insuficiente às relações sociais estruturadas nas quais os símbolos e as ações simbólicas estão inseridos. Portanto, o autor elaborou a concepção estrutural, pela qual os fenômenos podem ser entendidos como Formas Simbólicas em contextos estruturados. Trata-se de uma “base sobre a qual podemos começar a pensar acerca do que está envolvido na emergência e desenvolvimento da comunicação de massa” (p. 166).

Thompson (2002) aborda a “mídiação” da Cultura moderna devido à transformação fundamental e contínua das maneiras como as Formas Simbólicas são produzidas e circulam nas sociedades. O termo “moderna” é justificado pela importância que essa produção e

transmissão das Formas Simbólicas tomaram desde o fim do século XV, cada vez mais e de forma “irresistível”.

O sentido original da palavra latina Cultura significava o cultivo ou cuidado de alguma coisa, como grãos e animais. Do início do século XVI em diante, essa ideia foi estendida para o processo de desenvolvimento humano, a mente. Mas o uso do substantivo só apareceu no final do século XVIII na França e Inglaterra. Cultura estava relacionada à palavra civilização ou era empregada como contraste. Aos poucos, foram sendo usadas para descrever um processo geral de desenvolvimento humano. Em alemão, a conotação positiva era dada à Cultura (produtos intelectuais, artísticos e espirituais que expressavam a criatividade) e a negativa à civilização (polidez e refinamento das maneiras, numa “zombaria” à elite francesa).

O conceito clássico, articulado por intelectuais alemães, é explicitado por Thompson (2002, p. 170, grifo do autor) como: *“O processo de desenvolvimento e enobrecimento das faculdades humanas, um processo facilitado pela assimilação de trabalhos acadêmicos e artísticos e ligado ao caráter progressista da era moderna”*. A ligação com a ideia de progresso do Iluminismo e o cultivo de qualidades e valores “elevados” permaneceu como parte do entendimento de Cultura no cotidiano.

A mudança decisiva ocorreu no final do século XIX, com a incorporação da Antropologia. O estudo se tornou “menos ligado ao enobrecimento da mente e do espírito no coração da Europa e mais ligado à elucidação dos costumes, práticas e crenças de *outras* sociedades que não as européias (sic)” (THOMPSON, 2002, p. 170, grifo do autor).

Pela concepção descritiva, o autor cita Gustav Klemm, que examinou costumes, habilidades, artes, ferramentas, armas e práticas religiosas de povos e tribos de todo o mundo em obras publicadas de 1843 a 1852 (KLEMM, 1843-1852 apud THOMPSON, 2002). Para o inglês E. B. Taylor, o contraste entre Cultura e Civilização não era tão marcante como na Alemanha. Por sua concepção, a primeira era vista como o conjunto de crenças, costumes e formas de conhecimento adquiridos pelos indivíduos como membros de uma sociedade. A classificação do estudo da Cultura em Taylor se assemelhava ao trabalho do botânico e zoólogo.

A essa cientifização do conceito se somou a ideia de progresso, pela qual a investigação visava a reconstruir o desenvolvimento humano, reorganizar as etapas da selvageria à civilização. Thompson (2002, p. 173, grifo do autor) resume a concepção descritiva como: *“A cultura de um grupo ou sociedade é o conjunto de crenças, costumes,*

idéias (sic) e valores, bem como os artefatos, objetos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos, enquanto membros de um grupo ou sociedade”.

Para ele, as principais dificuldades dessa ideia são mais relacionadas ao estudo da Cultura, ligado à comparação, classificação e análise científica dos fenômenos. “Sem uma especificação adicional do método de análise, a concepção descritiva da cultura pode permanecer vaga” (THOMPSON, 2002, p. 174). A amplitude do conceito como é usado por Malinowski e outros faz perder a precisão, adverte.

O caráter simbólico da vida humana, que a distingue, tem sido interesse de diversas áreas das Ciências Sociais e Humanas. Thompson (2002) diz que a apropriação pela Antropologia foi esboçada na década de 1940 por L. A. White em *A Ciência da Cultura*. A Cultura passou a designar os eventos ou coisas que dependem do exercício de uma habilidade mental. Ao enfatizar o papel da tecnologia, num marco referencial evolucionista, White deixa de lado o interesse na concepção de Cultura, avalia Thompson (2002).

Mais recentemente, o autor valoriza a contribuição de Clifford Geertz, que, no livro *A Interpretação das Culturas*, tenta delinear as implicações da concepção simbólica para a natureza da pesquisa antropológica. Para esse pensamento, analisar a Cultura é entrar em “emaranhadas camadas de significados, descrevendo e redescrivendo ações e expressões *que já são significativas* para os próprios indivíduos que estão produzindo, percebendo e interpretando essas ações e expressões no curso de sua vida diária” (THOMPSON, 2002, p. 175, grifo do autor). A Etnografia se ocupa da observação de regularidades empíricas, dando sentido a ações e expressões.

Thompson (2002, p. 176, grifo do autor) interpreta essa concepção de Cultura como “*o padrão incorporado nas Formas Simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças*”. Para ele, a contribuição de Geertz reorientou a análise para o estudo do significado e do simbolismo e destacou a centralidade da interpretação como uma abordagem metodológica.

Sobre as limitações do trabalho, Thompson (2002) diz que Geertz explica o termo de diferentes maneiras, nem sempre consistentes. Como exemplo, cita duas ideias que não se comunicam: “Padrão de significados historicamente transmitidos, incorporados aos símbolos” e “conjunto de mecanismos de controle para governar o comportamento”.

A noção de texto, como papel central em Geertz, mas empregada de formas diversas, também incomoda Thompson (2002). Primeiro, fala em textos etnográficos, que “fixam” o “dito” do discurso social. “Não existe dúvida de que o escrever etnografia envolve a produção

de textos. Mas onde estão os argumentos para apoiar a afirmação de que o que os textos etnográficos fazem, ou deveriam tentar fazer, é ‘fixar’ o que é ‘dito’ no discurso social dos sujeitos que formam o objeto da pesquisa etnográfica?”, questiona (THOMPSON, 2002, p. 178). Por essa argumentação, os preceitos metodológicos de Geertz não respondem adequadamente ao desafio de relacionar o texto etnográfico e o assunto sobre o qual o etnólogo escreve.

A segunda forma de empregar essa noção – Etnografia como produção de textos e padrões construídos como um texto – busca mostrar como o significado é inscrito nas formas culturais. O problema, para Thompson (2002), é que a analogia do texto não tem pressupostos claros nos quais se basear.

Falta, ainda, a Geertz incluir em sua abordagem o conflito social e de Poder, inerente ao contexto sócio-histórico no qual os atores estão envolvidos. Thompson (2002) adverte que a característica-chave do texto, de acordo com Ricoeur, é “enganosa” por prever um distanciamento das condições sociais, históricas e psicológicas de sua produção.

Diante dessas fraquezas conceituais, Thompson (2002, p. 181, grifo do autor) repensa a Cultura sob uma concepção estrutural. A análise passa a ser vista como “*o estudo das Formas Simbólicas – isto é, ações, objetos e expressões significativas de vários tipos – em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e por meio dos quais, essas Formas Simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas*”.

Thompson (2002) identifica cinco características das Formas Simbólicas: intencionais, convencionais, estruturais, referenciais e contextuais. O primeiro aspecto se refere ao fato de que são expressões de um sujeito para outro. Ao produzir e empregar as Formas Simbólicas, está embutido um propósito. Mas nem sempre o significado é idêntico ao que o sujeito-produtor “tencionou” ou “quis dizer”.

A característica convencional prevê que a produção, o uso e a interpretação das Formas Simbólicas levam em conta regras ou convenções de vários tipos, desde a gramática até códigos que relacionam sinais específicos a letras, palavras ou situações, como o Morse. Por aspecto estrutural, o autor quer dizer a conjugação de elementos que se colocam em determinadas relações uns com os outros. Distingue a análise de uma estrutura de um sistema corporificado numa forma simbólica (abstrair a forma em questão e reconstruir elementos e suas inter-relações). Entre as limitações da análise de traços estruturais e elementos sistêmicos é que as Formas Simbólicas não apenas concatenam esses elementos e suas inter-relações,

mas também representam algo. Além de se abstrair do aspecto referencial, ao focalizar na constituição interna, deixa de lado o contexto sócio-histórico.

A característica referencial, como dito acima, significa que as Formas Simbólicas representam alguma coisa. Enquanto a contextual leva em conta o mundo social, o sentido e o valor que têm para aqueles que as recebem. Além de expressões de um sujeito, são geralmente produzidas dentro de um contexto específico. O modo como a mensagem é compreendida também depende dos recursos e capacidades que os indivíduos estão aptos a empregar no processo de interpretá-la.

Os processos de valorização interferem na produção e recepção. O autor identifica dois tipos: o valor simbólico e o econômico. O primeiro se refere ao quanto os objetos são estimados (aprovados ou condenados, apreciados ou desprezados) e o segundo, ao quanto essas “mercadorias” renderiam no mercado. Os conflitos de valoração econômica (competição) não ocorrem, em geral, num espaço claramente definido e num marco referencial temporalmente regulado, adverte Thompson (2002). Existe uma relação entre os dois tipos de valores. Às vezes, o prestígio de um produtor, por exemplo, pode aumentar o valor econômico. Em outros casos, quanto menos “comercial” for um produto, mais ele valerá, simbolicamente, como a ópera e o balé.

O nosso estudo usa a Cultura para situar em que contexto o **Correio do Povo** se desenvolveu a partir de 1895 e principalmente nos 21 anos conduzidos por Renato Bastos Ribeiro (1986 a 2007). Que valores os gaúchos prezaram nesse período e de que forma as mensagens do jornal condiziam com eles são algumas das inquietações passíveis de serem respondidas a partir dessa categoria.

Para interpretar as mensagens contidas nas matérias jornalísticas escolhidas, também as analisaremos sob a luz da sua Ideologia. Introduzida pelo filósofo francês Destutt de Tracy como “ciência das ideias”, em 1796, em seguida a categoria passou a designar o vazio, preguiça e sofisticação de certas ideias. Thompson (2002, p. 43) diz que o conceito “teve um parto difícil e, como se isso não bastasse, sua história de vida subsequente teve poucas alegrias. Tomado em diferentes acepções pelas Ciências Sociais emergentes do século XIX e começo do século XX, o conceito de Ideologia foi puxado numa direção e empurrado para outra, e durante todo esse tempo ele se tornou um termo que desempenhou um papel nas batalhas políticas da vida cotidiana”.

Para De Tracy (1970 apud THOMPSON, 2002), a Ideologia seria a “primeira ciência”, pois todo o conhecimento envolve a combinação de ideias. Possibilitaria a compreensão da natureza humana e a reestruturação da ordem social e política, de acordo com as suas

necessidades e aspirações. Mesmo apoiador da Revolução Francesa, o intelectual foi para a prisão no chamado Terror Jacobino. Thompson (2002) diz que ele e seus companheiros temiam a destruição do Iluminismo por Robespierre. Após a sua queda, em 1794, foram libertados.

De Tracy (1970 apud THOMPSON, 2002) acreditava nas ideias da revolução e apenas se mantinha crítico aos jacobinos. Essa concepção de Ideologia foi apropriada por Napoleão Bonaparte para elaborar a Constituição, a partir do seu retorno do Egito, em 1799, quando deu um golpe de Estado. Era então, e por dez anos, o primeiro-cônsul. A ameaça do republicanismo, contextualiza Thompson (2002), o levou a ridicularizar a ciência das ideias. Disse que o grupo era formado por “ideólogos”, criando a expressão, em 1800, e os acusando de conspirarem contra o novo regime por terem entendido mal a revolução. Quando o regime ruiu, eles serviram de bode expiatório para os fracassos. Depois da campanha desastrosa à Rússia, Napoleão os denunciou por subverterem o Estado e o Poder da lei.

Quando renunciou, em 1814, Thompson (2002) lembra que De Tracy já não conseguiu reavivar o seu programa original e a Ideologia ficou comprometida com o republicanismo. “Deixou de se referir apenas à ciência das ideias e começou a se referir também às ideias mesmas, isto é, um corpo de ideias que, supostamente, seria errôneo e estaria divorciado das realidades práticas da vida política. O sentido do termo mudou, também, porque não mais poderia referir-se inequivocadamente ao espírito positivo do Iluminismo. A Ideologia como ciência positiva e iminente, digna do mais alto respeito, gradualmente deu lugar a uma Ideologia como ideias abstratas e ilusórias, digna apenas de ridicularização e desprezo” (THOMPSON, 2002, p. 48). O que ficou, segundo o autor, foi a tentativa de De Tracy de desenvolver os ideais do Iluminismo durante os conflitos que marcaram o desenvolvimento das sociedades modernas – a compreensão racional do mundo.

O conceito, também, teve um sentido negativo para Karl Marx, indo além com um novo *status* de instrumental crítico. Contudo, Thompson (2002) vislumbra no pensador outros usos que se contradizem entre si. Com Engels, usou pela primeira vez o termo no livro *A Ideologia Alemã*, criticando jovens hegelianos, como Napoleão havia feito ao atacar os ideólogos. Os alemães defendiam que deveria ser travada uma batalha de ideias e não real, valorizando demasiadamente os pensamentos na vida social, a exemplo dos ideólogos franceses. Nesse sentido, para Marx e Engels (1970 apud THOMPSON, 2002, p. 51), Ideologia “é uma doutrina teórica e uma atividade que olha erroneamente as ideias como autônomas e eficazes e que não consegue compreender as condições reais e as características da vida sócio-histórica”.

O autor acredita que essa concepção tem sentido ao apontar que as formas de consciência dos seres humanos são determinadas pelas condições materiais de sua vida; não se pode, então, ver a produção de ideias como um processo autônomo (THOMPSON, 2002). Outro pressuposto do conceito polêmico de Ideologia se refere à divisão do trabalho em mental e material. As pessoas engajadas no primeiro tipo pareciam não estar condicionadas aos processos vitais materiais. Para Thompson (2002, p. 53), “a formação da ‘pura’ teoria, teologia, filosofia, ética e ‘toda essa bugiganga de coisas’, como Marx e Engels, provocativamente, colocam, marca a emergência da ideologia como doutrinas e atividades teóricas que se consideram autônomas, quando de fato não o são”. O terceiro pressuposto fala num projeto de estudo científico do mundo sócio-histórico, o que aproxima Marx e Engels da intenção original de Destutt de Tracy, revela Thompson (2002). Compartilham a fé no Iluminismo, mas o processo de De Tracy é visto como um início de Ideologia, no sentido de uma doutrina teórica, abstrata e ilusória.

O termo foi empregado por Marx e Engels como crítica aos jovens hegelianos, mas, depois, usado de forma mais abrangente. Thompson (2002) vislumbra essa mudança, citando a frase: “As ideias da classe dominante são, em cada época, as ideias dominantes, isto é, a classe que tem a força material na sociedade é, ao mesmo tempo, a sua força intelectual dominante”, em *A Ideologia Alemã*. Nesse trecho, os autores deixam claro uma concepção epifenomênica de Ideologia. Segundo ela, “*ideologia é um sistema de idéias (sic) que expressa os interesses da classe dominante, mas que representa relações de classe de uma forma ilusória*” (THOMPSON, 2002, p. 54, grifo do autor). Esses grupos sociais dominantes lutam para manter a sua posição. A forma ilusória retrata o fato de que as ideias não representam a natureza e as posições relativas das classes interessadas.

A concepção epifenomênica foi explicada por Thompson (2002) por meio de três pressupostos. O primeiro se trata das condições econômicas de produção de uma sociedade, a sua superestrutura legal e política e as formas ideológicas de consciência. Para Marx ([s. d.] apud THOMPSON, 2002), as condições econômicas de produção têm papel primário na determinação do processo de mudança sócio-histórica. O segundo diz que as formas ideológicas de consciência devem ser explicadas em referência às condições econômicas de produção. A caracterização de uma forma de consciência como ideológica, exemplifica Thompson (2002), de acordo com essa concepção, implica que pode ser explicada ou “desmascarada” como expressão dos interesses da classe dominante.

O terceiro pressuposto está ligado ao caráter progressivo da era moderna. Enquanto em formas anteriores de sociedade as relações entre classes previam laços religiosos e

sentimentais (fazendo com que os processos de exploração envolvessem sentimentos de dever, honra e dignidade), a chegada do capitalismo essas relações sociais ficaram visíveis a quem atua na produção. As pessoas então têm de “enfrentar ‘com sobriedade’ suas condições reais de vida”, conforme Thompson (2002, p. 57). Isso é a base da concepção progressiva e dinâmica da era moderna pela qual o proletariado surgirá como precursor de uma nova era, com a morte da Ideologia burguesa. Thompson vê em Marx também uma visão de derrota, em que os conflitos sociais diminuem e há uma simplificação dos antagonismos sociais.

Essa é considerada uma concepção latente de Ideologia, “*um sistema de representações que servem para sustentar relações existentes de dominação de classes através da orientação das pessoas para o passado em vez para o futuro, ou para imagens e ideais que escondem as relações de classe e desviam da busca coletiva de mudança social*” (THOMPSON, 2002, p. 58, grifo do autor). Nesse contexto, Marx se refere aos termos “ilusões”, “ideias fixas”, “espíritos” ou “fantasmas”, que procuram despertar superstições e preconceitos no povo. A concepção latente se refere, ainda, à prevalência ou difusão de construções simbólicas que ajudam a impedir mudanças sociais e sustentar relações sociais. *Slogans*, costumes e tradições mobilizam as pessoas ou as constroem de modo que as construções simbólicas não podem somente ser pensadas em termos econômicos de produção. As representações, muitas vezes, visam a assegurar continuidade com o passado. Marx dá o exemplo do apoio dos camponeses a Luís Bonaparte, nos eventos de 1848-51, porque estavam prisioneiros da lenda do antigo herói e tio Napoleão.

Apesar de todas as múltiplas concepções de Ideologia que advêm do pensamento de Marx, todas têm sentido negativo: má representação, ilusão, chave do interesse das classes dominantes e sustentáculo do *status quo*. Depois, a categoria passou por um processo de neutralização, como parte das estratégias de luta de classes. Lênin e Lukács ([s. d.] apud THOMPSON, 2002) generalizaram o conceito, significando as ideias que promovem os interesses das classes engajadas no conflito. Lênin analisou a situação política da Rússia, na virada do século XX, e defendeu que intelectuais desenvolvessem uma “Ideologia socialista” para combater a influência da burguesia. Lukács apontou a importância da “Ideologia do proletariado” na determinação do destino da revolução, a partir da compreensão de sua situação de classe.

Ao estudar as condições sociais do conhecimento e pensamento, Karl Mannheim também trabalhou com a Ideologia, como um método interpretativo. Buscava, a partir da década de 20, um novo tipo de objetividade na ciência social. Para ele, Marx passou de uma visão particular (no nível das pessoas, significando ceticismo com pontos de vista dos

adversários) para total de Ideologia (tentativa de compreensão dos modos de pensamento e experiência).

Thompson (2002, p. 67) adverte que “o enfoque de Marx manteve elementos da concepção particular na medida em que procurou desacreditar o pensamento burguês, criticar o pensamento do adversário de sua classe, enquanto supunha correta a posição de onde essa atividade crítica estava sendo feita”. Ou seja, não aplicou o enfoque crítico a si mesmo. Mannheim faz uma distinção entre formulação geral e especial. Diz que a geral pode “*ser tomada como os sistemas interligados de pensamento e modos de experiência que estão condicionados por circunstâncias sociais e partilhados por grupos de pessoas, incluindo as pessoas engajadas na análise ideológica*” (THOMPSON, p. 67, grifo do autor). Thompson interpreta que a análise ideológica deixa de ser a arma intelectual de um partido para se tornar um método de pesquisa na história social e intelectual.

O próprio Mannheim vislumbra problemas epistemológicos, mal respondidos, para Thompson. Admite que os saberes produzidos pela Sociologia do Conhecimento somente são inteligíveis em relação à situação social, se concatenam com a posição sócio-histórica. Distingue relativismo e relacionismo. O primeiro considera proposições verdadeiras como paradigma ($2 \times 2 = 4$). Essa seria uma teoria ultrapassada, enquanto o conhecimento relacional somente pode ser entendido com referência a circunstâncias sócio-históricas do conhecedor e observador. As investigações chegam a conhecimentos parciais, relacionados a um corpo maior de verdade.

Thompson (2002, p. 69, grifo do autor) avalia outra concepção do autor como restrita: “*As ideologias são idéias (sic) discordantes da realidade e não concretizáveis na prática*”. Projetam maneiras de comportamento que não podem ser concretizadas dentro do limite da ordem social. Diferentemente de Utopia, considerada uma ponte para a transformação da realidade existente.

Thompson (2002) interpreta que falta a Mannheim a noção de dominação e duvida se a diferenciação entre Ideologia e Utopia é plausível. Volta assim a ligar o conceito à não realização, um aspecto negativo.

A partir da base, trazida por Desttut de Tracy, Napoleão, Marx, Lênin, Lukács e Mannheim, Thompson (2002) repensa a Ideologia a partir de uma concepção crítica. Sua intenção não é reabilitar nenhuma das noções anteriores, nem as críticas nem as neutras, mas oferecer um enfoque orientado para a análise concreta dos fenômenos sócio-históricos. Ao mesmo tempo, mantém o caráter crítico que a categoria traz em sua história.

A concepção se volta, primeiramente, ao modo que as Formas Simbólicas se entrecruzam com as relações de Poder. O enfoque é interpretado como “*estudar a ideologia é estudar as maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação*” (THOMPSON, 2002, p. 76, grifo do autor).

Ele adverte que não se pode derivar o caráter ideológico dos fenômenos simbólicos dos próprios fenômenos simbólicos, mas quando estão situados no contexto sócio-histórico, dentro do qual esses fenômenos servem, ou não, para estabelecer relações de dominação. Isso faz parte da concepção latente de Marx, admite Thompson (2002, p. 76), de forma modificada, mantendo um critério de negatividade (relações de dominação). Mas esclarece que “não é essencial que as Formas Simbólicas sejam errôneas e ilusórias para que elas sejam ideológicas”. Não o interessa a verdade ou a falsidade do que é dito. Ele está preocupado com a forma pela qual essas formas sustentam as relações de dominação.

Outra diferença, em relação a Marx, é que Thompson (2002) vê as relações de classe apenas como um eixo de desigualdade e exploração, não único. Podem ser citadas as conexões entre sexos, grupos étnicos, indivíduos e estados, estado-nação e blocos de países.

Refuta a ideia de que as classes existem em si mesmas e são determinadas por relações objetivas de produção e por circunstâncias em primeiro lugar de caráter econômico. Thompson (2002) lembra que as Formas Simbólicas não estão a serviço de articular ou obscurecer relações sociais ou interesses; elas fazem parte da realidade. O sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação.

Para esclarecer o seu discurso, ele explica que Formas Simbólicas são o conjunto de ações e falas, imagens e textos produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como constructos significativos. Enumera cinco aspectos das Formas Simbólicas: intencional, convencional, estrutural, referencial e contextual. “Descrever esses contextos ou processos como ‘socialmente estruturados’ é dizer que existem diferenciações sistemáticas em termos da distribuição ou do acesso a recursos de vários tipos” (THOMPSON, 2002, p. 79). A partir dessa ideia, o autor aborda a categoria Poder. Elucida que a localização social das pessoas e as qualificações associadas a essa posição fornecem a esses indivíduos diferentes graus de Poder, entendido nesse nível como a capacidade conferida a eles social ou institucionalmente que dá Poder a alguns para tomar decisões, conseguir seus objetivos e realizar seus interesses.

A dominação surge quando as relações de Poder são “sistematicamente assimétricas” – grupos particulares de agentes possuem Poder permanente, em grau significativo e inacessível a outros. Ainda na análise dos contextos sociais que interferem na conceituação de Cultura, Thompson (2002, p. 199) fala no exercício de Poder como “a capacidade de agir na

busca de seus próprios objetivos e interesses”. Esse Poder de agir está relacionado à posição do indivíduo dentro de um campo ou instituição. Isso também permite que mantenha determinadas relações sociais. Naquele contexto, Thompson (2002) destaca a força das análises marxistas que destacavam as relações e divisões de classe como bases da dominação e subordinação nas sociedades modernas; porém, considera uma ênfase exagerada nesse aspecto.

O Poder, para Thompson (2004, p. 21), também é entendido como:

[...] um fenômeno social penetrante, característico de diferentes tipos de ação e de encontro, desde as ações reconhecidamente políticas dos funcionários públicos até os encontros mais prosaicos entre indivíduos na rua. Se hoje comumente associamos Poder à Política, isto é, às ações de indivíduos agindo em nome do estado, isto é porque estados se tornaram particularmente centros importantes de concentração do poder no mundo moderno.

Thompson (2004) adverte que essa é uma forma especializada de Poder, mas, normalmente, os indivíduos o exercem em outros contextos. Cita outros três tipos, começando pelo econômico. O acúmulo de recursos materiais e financeiros (matéria-prima, meios de produção e produtos de consumo e capital) faz pessoas e organizações expandirem a atividade produtiva e, com isso, aumentarem o Poder. O segundo é o coercitivo, pelo qual o uso da força ou ameaça serve para subjugar um opositor ou conquistá-lo. As instituições militares acumulam esse tipo de Poder por meio de armas, equipamentos, treinamento de tropas e táticas. O outro tipo, o simbólico ou cultural, se refere à capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de Formas Simbólicas. Para fazer uso desse Poder, os Meios de Informação e Comunicação são usados como recursos.

Voltando à Ideologia, Thompson (2002) identifica algumas estratégias típicas de construção simbólica, por meio das quais ela opera. Elas (que representam alguns exemplos) serão usadas no nosso trabalho como parte da Análise Formal ou Discursiva, baseada em Thompson. Ele adverte que nenhuma estratégia é ideológica em si. Depende de como é usada e entendida em determinada circunstância.

Baseado em Max Weber, Thompson (2002) vê a Legitimação como a forma de considerar as relações de dominação justas e dignas de apoio. As afirmações desse tipo têm fundamentos racionais (apelo à legalidade de regras dadas), tradicionais (sacralidade de tradições imemoriais) e carismáticos (caráter excepcional de uma pessoa que exerça

autoridade). Suas estratégias são a Racionalização, Universalização e Narrativização. Pela primeira, é construída uma cadeia de raciocínio que procura justificar um conjunto de relações ou instituições sociais e persuadir uma audiência de que isso é digno de apoio. A Universalização se refere a acordos institucionais que servem aos interesses de alguns indivíduos e são representados como abrangendo a todos. Pela estratégia de Narrativização, o presente é tratado como parte de uma tradição eterna e aceitável. “De fato, as tradições são, muitas vezes, *inventadas* a fim de criar um sentido que pertença a uma comunidade e a uma história que transcende a experiência do conflito, da diferença e da divisão” (THOMPSON, 2002, p. 83, grifo do autor). Histórias, piadas, filmes, novelas e discursos serviriam para justificar o exercício de Poder de alguns e o fato de outros não o terem.

O segundo modo de operação da Ideologia é a Dissimulação, representando o fato de as relações de Poder serem ocultadas, negadas ou obscurecidas. Entre as suas estratégias está o Deslocamento, pelo qual um determinado objeto ou pessoa é usado para se referir a outro, transferindo conotações positivas ou negativas. Thompson (2002) cita a forma como Luís Bonaparte conseguiu reativar a tradição de reverente respeito para com o herói imperial, apresentando-se como herdeiro legítimo de Napoleão. Ao levar o campesinato ao passado, como Marx observou, ele o impossibilitou de ver suas condições de vida.

A segunda estratégia da Dissimulação é a Eufemização. A descrição de ações e relações sociais leva a uma valoração positiva. Exemplos de Thompson (2002): prisão ou campo de concentração, como centros de reabilitação, e restauração da ordem, como supressão violenta de um protesto.

O último grupo de estratégias é denominado Tropo, o uso figurativo da linguagem. A Sinédoque envolve a junção semântica da parte e do todo (uso de um termo que está numa parte para se referir ao todo ou vice-versa). A Metonímia se refere ao emprego de um termo que toma o lugar de um atributo ou de uma característica relacionada a algo para falar na própria coisa. A Metáfora implica a aplicação de uma frase a um objeto ou ação à qual ele não pode ser aplicado, levantando uma tensão na sentença, com a combinação de termos de campos semânticos diferentes. O uso figurativo da linguagem não é, em si, ideológico. Thompson (2002) alerta que, por fazer parte do cotidiano, esse emprego é uma forma eficaz de mobilizar o sentido e, com isso, servir à manutenção de relações de dominação.

A Unificação, por meio das estratégias de Padronização e Simbolização da Unidade, também está entre as formas de operação da Ideologia concebidas pelo autor que prevê o estabelecimento de Formas Simbólicas que interligam o indivíduo numa identidade coletiva.

A padronização implica um fundamento partilhado e aceitável de troca simbólica. Bandeiras, hinos nacionais e emblemas representam a Simbolização da Unidade.

O quarto modo é a Fragmentação, segmentando indivíduos que possam ser capazes de significar um desafio real a grupos dominantes. As estratégias adotadas dão ênfase a distinções e divisões, apoiando as características que desunem as pessoas (Diferenciação) e à construção do inimigo, retratado como mau e perigoso (Expurgo do Outro).

A quinta e última forma de operação da Ideologia, para Thompson (2002), a Reificação envolve a ofuscação ou eliminação do caráter sócio-histórico dos fenômenos, tratando uma situação transitória como permanente e natural. A estratégia de Naturalização pode ser exemplificada pela separação do trabalho entre homens e mulheres a partir da justificativa de diferenças fisiológicas. Outra é a Eternalização, segundo a qual os fenômenos adquirem força de permanência e imutabilidade. A Nominalização e a Passivização se tratam de recursos gramaticais e sintáticos que despertam atenção para certos temas em prejuízo de outros e eliminando referências, como o sujeito que produz alguma coisa. A primeira ocorre quando sentenças ou descrições se tornam nomes. Thompson (2002, p. 88) exemplifica com uma notícia de “banimento das importações” em vez de “o Primeiro-Ministro resolver banir as importações”. A Passivização é o uso do verbo na voz passiva.

Antevendo objeções a essa construção teórica, o autor formulou respostas. Sobre o estudo da Ideologia se referir à análise de Formas Simbólicas que desafiam o *status quo*, diz que as doutrinas e ideias contestatórias não são ideológicas. Somente têm essa característica quando servem para estabelecer e sustentar relações assimétricas de Poder.

Ideologia, esclarece Thompson (2002, p. 91), é:

[...] de acordo com essa concepção, por natureza, hegemônica, no sentido de que ela, necessariamente, serve para estabelecer e sustentar relações de dominação e, com isso, serve para reproduzir a ordem social que favorece indivíduos ou grupos dominantes. Formas Simbólicas podem, certamente, ser desafiadas, criticadas, contestadas e destruídas e elas, freqüentemente, são de fato desafiadas, tanto explicitamente, em ataques articulados e organizados, como implicitamente, nas trocas simbólicas corriqueiras do dia-a-dia (sic).

Outro questionamento que Thompson (2002) mesmo se faz é a existência de fenômenos que sustentam as relações de dominação, como apatia, hábito e indiferença. Ele não negligencia esses fatores, mas acredita que a mobilização de sentido em favor das relações de dominação é passível de investigação sistemática. A aplicação da Ideologia deve ser limitada, excluindo, por exemplo, o uso da força. A atenção se volta, sim, a um espaço

intersubjetivo em que o sentido se entrecruza com o Poder, mas nem todas as maneiras como isso ocorre podem ser abrangidas nessa concepção.

Quanto à “acusação” de embasamento funcionalista, Thompson (2002) explica que teria de explicar as Formas Simbólicas ideológicas, mostrando que satisfazem certas necessidades indispensáveis. Diferentemente, o seu interesse são os efeitos sociais do uso e a compreensão de Formas Simbólicas e de como contribuem para a reprodução de relações de Poder e dominação.

Como Mannheim sugeriu, para evitar a arbitrariedade e a unilateralidade, o próprio analista teria de se submeter a uma análise ideológica? Thompson (2002) responde que uma interpretação pode ser mais plausível do que outras, sem pressupor a exclusão de toda a dúvida. Há a chance de receber contestação, mas isso é diferente de ser arbitrária. “A interpretação da Ideologia levanta problemas especiais, pois ela já se interessa pela interpretação dos fenômenos aos quais já foi, de certo modo, dado algum sentido pelas pessoas que os produzem e os recebem, e que estão ligados, de maneiras complexas, aos interesses e oportunidades dessas pessoas” (THOMPSON, 2002, p. 95). Para minimizar essa questão, o autor sugere que prestemos atenção nas características do campo de análise e examinarmos as maneiras como interpretações particulares podem ser defendidas e criticadas. A interpretação não está “acima de qualquer suspeita”, que o intérprete “usurpa um privilégio negado a outros”. Argumentos e evidências podem sustentar a análise.

A categoria Ideologia, associada ao Poder, é fundamental para esse trabalho porque contribui para explicitar de que forma o **Correio do Povo** se relacionou com governos, sociedade civil, políticos e profissionais em geral durante a gestão da família Ribeiro.

1.3 HP: DA MITOLOGIA A THOMPSON

O nosso estudo utilizará a Hermenêutica de Profundidade (HP), concebida por Thompson e dividida numa tríplice análise: Sócio-histórica, Formal ou Discursiva e Interpretação/Reinterpretação. O seu marco referencial evidencia o fato de que o objeto de análise é uma construção simbólica significativa que exige uma interpretação. Como se trata de uma pesquisa em que os aspectos sociológicos e históricos têm extrema relevância, a HP se apresenta como um método adequado para estudar o **Correio do Povo**. Como funcionária do jornal a partir de 2001 e leitora, nosso envolvimento também está em conformidade com a HP, que leva em conta na análise a evidência de o campo de estudo ser pré-interpretado.

A palavra Hermenêutica deriva da Mitologia Grega, mais especificamente do nome do mensageiro dos deuses, Hermes. Numa caverna no Monte Cíleno, no Sul da Arcádia, veio ao mundo como filho de Maia e Zeus. Guimarães (1972) diz que, no dia do seu nascimento, roubou bois, vacas, touro e novilhas de Apolo e atravessou toda a Grécia com os animais. Amarrou ramos nas caudas para que eles mesmos apagassem os seus rastros. Zeus ordenou que o filho devolvesse o que pertencia a Apolo, mas este, encantado com o som da lira, trocou os animais pelo instrumento. Hermes também inventou a flauta e, mais uma vez, a cobiça de Apolo fez os dois negociarem. Hermes ganhou um cajado de ouro e lições de adivinhação. Zeus ficou satisfeito com os dons de Hermes e o nomeou seu mensageiro e também dos deuses infernais Hades e Perséfone. Guimarães conta que ele matou um gigante, salvou Zeus, conduziu almas aos infernos e se tornou o intérprete da vontade divina.

Hermes ainda é lembrado como o inventor da linguagem e têm no seu nome o sentido implícito de proclamação (CABRAL, 1989-1992). Hermenêutica significa induzir à compreensão, transferir o sentido da expressão de uma língua para outra. A Teologia Cristã se apropriou do termo para se referir ao comentário da Escritura, explicando o sentido de um discurso difícil. No Judaísmo e no Cristianismo, se procurou explorar os sentidos do Evangelho por meio de vários tipos de interpretação, entre eles literal e alegórica. Na época da Reforma Protestante, se recorre à Hermenêutica para interpretar a letra da Escritura com a intenção de contrastar com a tradição Católica e contra seu o tratamento do texto, sobretudo o método alegórico e os sentidos não literais.

O termo Hermenêutica, como conhecido hoje, foi cunhado nos tempos modernos, complementa a Logos, e aparece, pela primeira vez, como título de livro de Johann Conrad Dannhauer em 1654. O termo foi adotado por Friedrich Schleiermacher com um intuito filosófico, buscando uma doutrina universal da interpretação. Ele não teve sucesso, mas essa problemática foi assumida por Wilhelm Dilthey, Martin Heidegger, Hans Georg Gadamer e Paul Ricoeur. Fica claro que essa discussão é hoje um dos eixos do debate epistemológico e da teoria da ciência, com incidência principal nas Ciências Humanas.

A Hermenêutica passou dos estudos teológicos para os domínios da Literatura, da História e da Filosofia. No primeiro campo, na primeira metade do século XX, surgiram diversos tipos de abordagem do texto, quando foi vencida a busca pela objetividade científica, limitando a interpretação à descrição e à estatística. Na Logos, consta que o texto literário foi visto a partir de interpretações autônoma (voltada ao texto em si, sua estrutura), simbólica (o não dito, referencial a domínios socioculturais), exegética ou objetiva (tenta uma reposição do

autor e suas intenções), estruturalista (conteúdos desenhados como formas) e fenomenológica-existencial (situa a existência histórica).

O ponto central da questão é considerar a autonomia do texto e, ao mesmo tempo, reconhecer que as suas manifestações só valem se contextualizadas historicamente. No decurso do tempo, as interpretações mudam. A enciclopédia Logos explicita que não há a possibilidade de uma “Hermenêutica das Hermenêuticas” (1989-1992, p. 1.105), pois não existe uma verdade, mas várias.

Com Heidegger, a Hermenêutica passa a se importar não apenas com o texto e o conhecimento advindo dele, mas também com o modo de ser do homem. Gadamer faz uma síntese entre Dilthey (epistemologia das Ciências Humanas) e Heidegger (ontologia) para criar a Hermenêutica Filosófica, apontando que a compreensão só é possível quando o sujeito põe em jogo seus pressupostos. Gadamer aceita a dimensão histórica que antecede o momento reflexivo.

Ricoeur reconstrói a ideia de Hermenêutica propondo uma restauração do sentido, segundo a enciclopédia Logos (CABRAL, 1989-1992). No seu livro *Interpretação e Ideologias* (RICOEUR, 1990, p. 17), elucida que “a Hermenêutica é a teoria das operações da compreensão em sua relação com a interpretação de textos”. Seu desafio é “desenclavar” a linguagem, em especial, a escrita. O trabalho de interpretação depara com o caráter polissêmico das palavras – o fato de terem mais de uma significação quando estão fora de seu uso em determinado contexto. Quem tenta compreender o texto, então, diz Ricoeur, deve buscar a intenção unívoca do discurso, apesar dessa polissemia.

O autor revê Dilthey, como o intérprete do pacto entre Hermenêutica e História (RICOEUR, 1990). Para ele antes da coerência de um texto, vem a História, considerada o grande documento do ser humano, a mais fundamental expressão da vida. Dilthey se preocupa em conferir ao conhecimento histórico uma dimensão científica comparável à das ciências da natureza. Para buscar essa compreensão, recorre à Psicologia e segue Schleiermacher, pressupondo uma capacidade de se transpor na vida psíquica de outrem. À Hermenêutica cabe, nesse contexto, interpretar as estruturas essenciais do texto. Ricoeur avalia que se torna impossível apreender a vida psíquica de outrem em suas expressões imediatas. A autonomia do texto é um fenômeno provisório e superficial. Diz Dilthey ([s. d.] apud RICOEUR, 1990, p. 27):

É justamente por isso que a questão da objetividade permanece, em Dilthey, um problema ao mesmo tempo inelutável e insolúvel. É inelutável em razão da própria pretensão de contrapor-se ao positivismo por uma concepção autenticamente

científica da compreensão. [...] Todavia, a subordinação do problema hermenêutico ao problema propriamente psicológico do conhecimento de outrem condenava-o a procurar fora do campo próprio da interpretação a fonte de toda a interpretação de si mesmo. [...] O conhecimento de si mesmo já é uma interpretação que não é mais fácil que a dos outros; provavelmente é mais difícil, porque só me compreende a mim mesmo pelos sinais que dou de minha própria vida e que me são enviados pelos outros. Todo conhecimento de si é mediato, através de sinais e de obras.

Ricoeur (1990) vê a História como o próprio campo hermenêutico. “Compreender-me é fazer o maior desvio, o da grande memória, que retém o que se tornou significativo para o conjunto dos homens. A Hermenêutica é o acesso do indivíduo ao saber da história universal, é a universalização do indivíduo” (RICOEUR, 1990, p. 28). O empreendimento psicológico confere à interpretação não o que diz o texto, mas aquele que nele se expressa.

Gadamer concebe que a metodologia das Ciências Humanas implica certo distanciamento. Ricoeur (1990) aponta que isso exprime a destruição da relação primordial de pertença, sem a qual não haveria relação com o histórico enquanto tal. “Na esfera histórica, a consciência de ser carregado por tradições que me precedem é o que torna possível todo exercício de uma metodologia histórica no nível das Ciências Humanas e Sociais”, desvenda (RICOEUR, 1990, p. 38). A co-pertença às coisas ditas pelos criadores do discurso, para Gadamer, torna possível o tratamento científico da linguagem e a pretensão de dominar as estruturas do texto de nossa cultura.

Ricoeur (1990, p. 43) avança, considerando que pelo distanciamento alienante é possível a objetivação que reina nas ciências do espírito ou Ciências Humanas:

[...] mas, esse distanciamento, que condiciona o estatuto científico das ciências, é, ao mesmo tempo, a degradação que arruína a relação fundamental e primordial que nos faz pertencer e participar da realidade histórica que pretendemos erigir em objeto. Donde a alternativa subjacente no título mesmo da obra de Gadamer, Verdade e Método: ou praticamos a atitude metodológica, mas perdemos a densidade ontológica da realidade estudada, ou então praticamos a atitude de verdade, e somos forçados a renunciar à objetividade das Ciências Humanas.

O texto, na sua visão, é muito mais do que um caso de comunicação inter-humana, é “o paradigma do distanciamento na comunicação” (RICOEUR, 1990, p. 44). Ele revela a própria historicidade da experiência humana.

Sobre o discurso oral e o texto escrito, Ricoeur (1990, p. 53) vê que o segundo torna o texto autônomo em relação à intenção do autor. “O que o texto significa não coincide mais com o que o autor quis dizer. Significação verbal, vale dizer, textual, e significação mental, ou seja, psicológica, são doravante destinos diferentes.” Uma obra literária ou de arte devem

transcender as suas condições psicossociológicas de produção para se abrirem a uma sequência ilimitada de leituras, cada uma situada em contexto sociocultural diferente.

O problema hermenêutico fundamental, para o autor, é explicitar o ser-no-mundo manifestado diante do texto. Não é possível, adverte, entender a Hermenêutica pela procura de um outro e de suas intenções psicológicas que se dissimulam por trás do texto nem desmontar as estruturas. “O que deve ser interpretado num texto é uma proposição de mundo, de um mundo tal como posso habitá-lo para nele projetar um de meus possíveis mais próximos” (RICOEUR, 1990, p. 56). Para Ricoeur (1990, p. 58), essa é a possibilidade de se conhecer – usando o “grande atalho dos sinais da humanidade depositados nas obras de cultura”.

No seu livro *Teoria da Interpretação: o discurso e o excesso de significação* (1976), elucida que, como o ato de ler é a contrapartida do ato de escrever, a dialética do evento e significação, essencial à estrutura do discurso, gera uma dialética correlativa na leitura entre a compreensão (*Verstehen* na tradição hermenêutica alemã) e a explicação (*Erkaen*).

Sem impor à nossa discussão uma correspondência demasiado mecânica entre a estrutura interna do texto, como discurso do escritor, e o processo de interpretação, como discurso do leitor, pode dizer-se [...] que a compreensão é para a leitura o que o evento do discurso é para a enunciação do discurso, e que a explicação é para a leitura o que a autonomia verbal e textual é para o sentido objetivo do discurso. Por conseguinte, uma estrutura dialética da leitura corresponde à estrutura dialética do discurso. (RICOEUR, 1990, p. 83).

Para o autor, ao explicarmos, estamos desdobrando o âmbito de proposições e significados e, ao compreendermos, apreendemos como um todo a cadeia dos sentidos parciais num único ato de síntese. A aplicação do primeiro estágio seria mais vinculada às Ciências Naturais, quando há fatos para observarmos, hipóteses para submetermos à verificação empírica e leis para cobrirmos fatos. O campo originário de aplicação da compreensão é nas Ciências Humanas (as *Geisteswissenschaften* alemãs), em que ciência tem a ver com a experiência de outros sujeitos ou de outras mentes semelhantes às do pesquisador. “Funda-se no caráter significativo das formas de expressão como signos fisionômicos, gestuais, vocais, ou escritos, e em documentos e monumentos que partilha com a escrita o caráter geral de inscrição”, complementa Ricoeur (1976, p. 84).

A interpretação, diz ele, é um caso particular de compreensão. “É a compreensão aplicada às expressões escritas da vida” (RICOEUR, 1976, p. 85). Esse exercício está mais ligado à intenção do discurso, e a explicação visa à estrutura analítica do texto. A

interpretação, para Ricoeur, deve se aplicar a todo um processo que abarca os dois termos. A compreensão é vista como dividida em duas fases: na primeira, é uma captação ingênua do texto enquanto todo e, na segunda, se trata de um modo sofisticado baseado em procedimentos explicativos.

Constança Cesar (2002) identifica três tipos de Hermenêutica na obra de Ricoeur: dos símbolos, do texto e da ação, referentes a três etapas do pensamento do filósofo. O primeiro indica a meditação fenomenológica e tem como eixo o questionamento sobre voluntário e involuntário, verdade e liberdade. Segundo ela, os símbolos abrem a possibilidade de examinar a condição humana e levar o homem à libertação, na busca do mistério do ser. “A meditação filosófica que se ocupa dos símbolos faz da Hermenêutica uma crítica da existência, uma reflexão que conduz o homem da alienação à superação do medo e da angústia, à descoberta do sentido da vida.” (CESAR, 2002, p. 44). Compreender é desvelar o ser.

No trabalho hermenêutico a respeito dos textos, Ricoeur recorre a Aristóteles, pensando a metáfora como uma estratégia do discurso que preserva o poder criador da linguagem e desenvolve o poder heurístico desdobrado pela ficção. “O mito, ao nível do poema, a metáfora, ao nível da linguagem, têm uma função ontológica e hermenêutica: são instrumentos para o homem decifrar a condição humana, descobrir valores, estabelecer critérios éticos para avaliar as ações” (CESAR, 2002, p. 47). A melancolia da condição humana, a fugacidade das coisas, o tempo mortal do homem e seu desejo de eternidade são pontos explorados na obra de Ricoeur, para quem a ficção, a história, os mitos e a poesia são meios encontrados para superar a dor de viver, através da criação artística e científica.

A Hermenêutica da ação, segundo o autor, conforme a visão de Constança Cesar (2002), considera que o agir humano pode ser interpretado como um texto. Ele mostra os laços entre a ação e a palavra. A primeira vem da imaginação. Para o autor, a identidade narrativa também carrega um juízo moral. O homem dá sentido à sua existência no texto, medita sobre si e o outro.

Thompson (2002) parte dessas premissas, construídas nos séculos XIX e XX e com base na tradição dos debates literários da Grécia Clássica, para chegar à HP. Cita Dilthey, Heidegger, Gadamer e Ricoeur, para quem o estudo das Formas Simbólicas (imagens, ações, falas e textos) é, fundamentalmente, um problema de compreensão e interpretação. O autor admite que a herança do Positivismo é forte nas Ciências Sociais.

Existe uma tentação constante de tratar fenômenos sociais, em geral, e Formas Simbólicas, em particular, como se elas fossem *objetos naturais*, passíveis de vários tipos de análise formal, estatística e objetiva. Minha argumentação aqui *não* é que esta tentação é completamente equivocada, que se deve resistir a ela a qualquer custo, que a herança do Positivismo deve ser erradicada de uma vez por todas, essa pode ser a visão de alguns proponentes radicais daquilo que é, algumas vezes, chamado de ‘enfoque interpretativo’ nas Ciências Sociais, mas não é meu ponto de vista (THOMPSON, 2002, p. 358, grifo do autor).

Thompson justifica que os processos de compreensão e interpretação não excluem uma análise formal ou objetiva, mas são complementares e indispensáveis. A diferença de Ciências Naturais é que o mundo sócio-histórico não se constitui apenas num campo-objeto a ser estudado, mas num campo-sujeito construído, em parte, por sujeitos que se preocupam em entender a si mesmos e aos outros e em interpretar imagens, ações, falas e acontecimentos ao seu redor. Os analistas sociais, então, tentam compreender um objeto que pode ter sido pré-interpretado. Os resultados das propostas advindas deles podem ser apropriados pelos sujeitos do mundo social, enquanto o conhecimento científico natural fica, em geral, restrito aos próprios investigadores. Os sujeitos do mundo social estão sempre inseridos nas tradições históricas. Os resíduos simbólicos do passado são levados em conta na compreensão do novo.

O primeiro desafio de Thompson (2002) é resolver uma questão de fundo: Gadamer e Heidegger tentaram afastar a Hermenêutica da preocupação com o “método” e orientá-la para uma reflexão filosófica sobre o caráter do ser e o papel construtivo da compreensão. O autor se debate com a dúvida sobre a possibilidade de essa tradição conseguir dar conta não somente da constituição significativa do mundo sócio-histórico, mas também como um campo de força, um território de Poder e conflito em que “o ‘significado’ pode ser uma máscara para a repressão” (THOMPSON, 2002, p. 362).

As respostas a esses questionamentos são buscadas em Ricoeur, que revisita Gadamer e Heidegger, sem excluir a preocupação metodológica sobre a natureza e tarefas da interpretação na pesquisa social. Esses métodos “objetivantes” e explanatórios são chamados por Ricoeur e outros de Hermenêutica de Profundidade. Apesar dessa base, Thompson (2002, p. 362) desenvolve um método bastante diferente, principalmente no que se refere ao que Ricoeur chama de “autonomia semântica do texto [...] com isso ele abstrai muito rapidamente as condições sócio-históricas em que os textos, ou as coisas análogas a textos, são produzidos e recebidos”.

O ponto de partida da HP via Thompson é a compreensão das Formas Simbólicas por quem as produz e recebe. As técnicas como entrevistas, Observação Participante e Etnografia

ajudam a reconstruir as maneiras como textos, imagens e ações são compreendidos. Essa primeira fase é denominada de “interpretação da Doxa” por Thompson (2002), ou seja, das opiniões e crenças sustentadas pelas pessoas que partilham o mundo social. “Negligenciar esses contextos da vida cotidiana, e as maneiras como as pessoas situadas dentro dela interpretam e compreendem as Formas Simbólicas que elas produzem e recebem, é desprezar uma condição hermenêutica fundamental da pesquisa sócio-histórica, especificamente, que o campo-objeto de nossa investigação é também um campo-sujeito em que as Formas Simbólicas são pré-interpretadas pelos sujeitos que constituem esse campo” (THOMPSON, 2002, p. 364).

A análise não para por aí. É necessário romper, metodologicamente, com a Hermenêutica da vida cotidiana para apreender outros aspectos das Formas Simbólicas que brotam da constituição do campo-objeto e das condições sócio-históricas em que está inserido.

Como citado acima, a HP é dividida por Thompson em três procedimentos principais, que, contudo, não devem ser vistos separadamente e em sequência, mas como um processo complexo. As três fases são: Análise Sócio-Histórica, Análise Formal ou Discursiva e Interpretação/Reinterpretação.

O objetivo da Análise Sócio-Histórica, elucida Thompson (2002, p. 366, grifo do autor), é “*reconstruir as condições sociais e históricas da produção, circulação e recepção das Formas Simbólicas*” Ele distingue alguns aspectos dos contextos sociais que servem a essa análise. Podemos identificar as situações espaço-temporais específicas em que as Formas Simbólicas são produzidas e recebidas. Também se situam em campos de interação – espaços de posições e um conjunto de trajetórias que determinam algumas das relações entre pessoas e oportunidades acessíveis a elas. Dentro desses campos, elas empregam recursos (capitais) disponíveis e uma variedade de regras, muitas vezes não explícitas.

O terceiro aspecto se refere às instituições sociais, também incluídas em campos de interação. “Analisar instituições sociais é reconstruir os conjuntos de regras, recursos e relações que as constituem, é traçar seu desenvolvimento através do tempo e examinar as práticas e atitudes das pessoas que agem a seu favor e dentro delas”, resume Thompson (2002, p. 367). Outra análise é a da estrutura social, elucidando as assimetrias e diferenças relativamente estáveis que caracterizam instituições sociais e campos de interação. Trata-se de ver que manifestações não são apenas individuais, mas coletivas e duráveis em termos de distribuição e acesso a recursos, poder, oportunidades e possibilidades de realização. Essa análise, conforme o autor, demanda um nível de reflexão mais teórico por exigir

estabelecimento de critérios, formulação de categorias e distinções para esclarecer as assimetrias e diferenças sistemáticas da vida social.

O estudo das Formas Simbólicas também deve levar em conta os meios técnicos de construção de mensagens e transmissão. Eles conferem a textos, falas, imagens e ações certo grau de fixidez, de reprodutibilidade e possibilidade de participação. Estão inseridos num contexto sócio-histórico e exigem habilidades, regras e recursos para codificar e decodificar mensagens. A produção de objetos e expressões significativas se torna possível pelo acesso do produtor a regras e recursos. É orientada em direção à circulação e recepção, e isso pode se constituir em parte de uma estratégia explícita (de conquistar certo público específico, por exemplo). Há, ainda, um aspecto implícito do processo produtivo “desde que os objetivos e orientações do produtor possam já estar adaptados às condições de circulação e recepção dos objetos produzidos, de tal modo que a orientação não tenha de ser formulada como parte de uma estratégia explícita”, explica Thompson (2002, p. 369).

Na Análise Sócio-Histórica, importam “reconstruir as condições e os contextos sócio-históricos de produção, circulação e recepção das Formas Simbólicas, examinar as regras e convenções, as relações sociais e instituições, e a distribuição de poder, recursos e oportunidades em virtude das quais esses contextos constroem campos diferenciados e socialmente estruturados” (THOMPSON, 2002, p. 369).

Na primeira análise da HP, incluiremos as categorias Mídia, Cultura e Globalização para interpretar matérias jornalísticas do **Correio do Povo** sobre a privatização da CRT e a desistência da Ford de instalar montadora no Estado. Esses três referenciais teóricos ajudam a deixar claras as condições sócio-históricas de Porto Alegre, Rio Grande do Sul e Brasil.

Além de circularem nos campos sociais, as Formas Simbólicas apresentam uma estrutura articulada. A Análise Formal ou Discursiva está preocupada em decifrar a organização interna dos objetos e expressões, com as suas características estruturais, seus padrões e relações. Thompson (2002) adverte que esse tipo de enfoque não tem sentido e se torna abstrato se dissociado do referencial metodológico da HP, sem relação com a Análise Sócio-Histórica e a Interpretação/Reinterpretação.

O autor deixa em aberto a escolha do referencial para a Análise Formal ou Discursiva. Um dos mais comuns é a Semiótica, que vai Saussure e Pierce a Barthes, de Eco a Voloshinov. Thompson (2002) entende a Análise Semiótica como “o estudo das relações entre os elementos que compõem a forma simbólica, ou o signo, podem ser parte” (p. 370), que se preocupa em analisar as características estruturais internas da mensagem, seus elementos constitutivos e inter-relações. Muitas vezes, alerta o autor, não consegue observar

de maneira sistemática os contextos sócio-históricos em que as Formas Simbólicas são produzidas e recebidas (o seu aspecto referencial, a maneira como os elementos se combinam para dizer alguma coisa de algo). Por esse motivo, o nosso estudo não optará pela Análise Semiótica.

Outra possibilidade, a análise discursiva, pode servir para casos concretos da Comunicação cotidiana, editoriais e programa de televisão. O termo discurso é usado por Thompson (2002) para se referir às instâncias de Comunicação correntemente presentes. O discurso, principalmente o oral, implica uma concatenação de frases e expressões que são combinadas de uma maneira específica para formar uma unidade linguística ordenada, muitas vezes não gramatical, pois foge das regras estabelecidas para a língua, e se constituem numa sintaxe prática. Entre os exemplos de Thompson de Análise Formal ou Discursiva constam a análise da conversação, sintática, da estrutura narrativa e argumentativa.

Para essa fase, o nosso trabalho utilizará as estratégias da Ideologia identificadas por Thompson (2002), pois permitirão mostrar como as Formas Simbólicas servem para alimentar e sustentar a posse e o exercício do Poder. Embora parte de cada uma das fases da HP, o interesse pela Ideologia dirige a Análise Formal ou Discursiva.

O autor sugere que comecemos analisando as características estruturais das Formas Simbólicas e estabelecendo essas características como instâncias de estratégias ou processos específicos de construção simbólica (THOMPSON, 2002). O uso de generalizado de verbos nominalizados e da modalidade passiva são indicativos de estratégias ou processos de nominalização ou passivização. Outra possibilidade, diz Thompson (2002), em circunstâncias específicas, é de as estratégias sustentarem relações de dominação através da Reificação dos fenômenos sócio-históricos, apresentando uma situação transitória, histórica, como se fosse permanente, natural, fora do tempo. Thompson (2002, p. 380) faz uma série de advertências:

Engajar-se na interpretação da ideologia é uma atividade arriscada e cheia de conflitos. É arriscada porque o significado de uma forma simbólica não é dado de antemão, fixo, determinado; oferecer uma interpretação é projetar um significado possível, um dentre muitos significados possíveis que podem divergir, ou conflitar com outro. [...] Pois a interpretação da ideologia envolve não apenas a projeção de um significado possível, mas também a afirmativa de que tal significado serve, em certas circunstâncias, para estabelecer e sustentar relações de dominação. A interpretação da ideologia penetra, então, no domínio das afirmações e contra-afirmações, da argumentação e contra-argumentação; não é apenas uma projeção de um significado possível, mas uma intervenção potencial na vida social, isto é, uma projeção que pode intervir nas próprias relações sociais que o objeto da interpretação serve para sustentar. Interpretar uma forma simbólica como ideologia é abrir a possibilidade à crítica, não apenas de outras interpretações (inclusive as interpretações dos que constituem o mundo social), mas também das relações de dominação a que esses sujeitos estão inseridos.

O uso das estratégias da Ideologia é a base para as análises das matérias jornalísticas, sem deixar de levar em conta o contexto sócio-histórico de produção e recepção dos textos. Para tanto, a Interpretação/Reinterpretação propicia a integração das análises.

A partir das Análises Sócio-Histórica e Formal ou Discursiva, a Interpretação/Reinterpretação aparece como uma síntese, abertura a novos significados. Nessa fase, surgem os resultados da apreensão do contexto e das circunstâncias e da análise propriamente dita das Formas Simbólicas. Os métodos da Análise Formal ou Discursiva permitem dividir, desconstruir e desvelar os padrões contidos no discurso, mas, ainda assim, seu enfoque é parcial. A Interpretação/Reinterpretação busca o aspecto referencial dessas falas, ações e textos, além dos seus contextos de produção, circulação e recepção.

Como concebeu Thompson (2002), o processo de interpretação é simultaneamente de reinterpretação, pois as Formas Simbólicas analisadas integram um campo pré-interpretado. O significado, projetado pelo pesquisador, pode divergir do significado construído pelos sujeitos, que constituem o mundo sócio-histórico. A interpretação da doxa não é o ponto final. A possibilidade de conflito é prevista pelo autor e abre espaço para o potencial crítico da interpretação.

A interpretação em profundidade pode, para Thompson (1990), ser compreendida pelos sujeitos inseridos nas circunstâncias que formam, em parte, o objeto analisado. Isso os levaria a se verem diferentemente, a questionarem e revisarem o seu entendimento anterior. Porém, a participação desses sujeitos não é uma condição *sine qua non* para a plausibilidade da interpretação em profundidade. Ao mesmo tempo, ajuda a estimular um processo de autorreflexão crítica.

Ao usar a HP como método, a nossa pesquisa será qualitativa, baseando-se na interpretação de textos. Diferentemente, a investigação quantitativa “lida com números, usa modelos estatísticos para explicar os dados e é considerada pesquisa *hard*”, conforme Bauer, Gaskell e Allum (2002, p. 23). Lembrem que o predomínio de estudos com levantamentos de dados e questionários estabeleceu padrões de treinamento metodológico nas universidades, “a tal ponto que o termo metodologia passou a significar estatística em muitos campos da ciência social” (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2002, p. 23)

O cenário começou a mudar com o uso mais frequente da Pesquisa Qualitativa. Para os autores acima citados, é preciso superar a polêmica “estéril” entre as duas tradições. Descartam a hipótese de que a Pesquisa Qualitativa tenha o monopólio da interpretação. “Nós

mesmos nunca realizamos nenhuma pesquisa numérica sem enfrentarmos problemas de interpretação. Os dados não falam por si mesmos, mesmo que sejam processados cuidadosamente, com modelos estatísticos sofisticados” (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2002, p. 24). Propõem uma visão mais holística do processo de pesquisa social, que inclua a revisão de um problema, sua teorização, coleta de dados, análise e apresentação dos resultados.

Inicialmente, a Pesquisa Qualitativa era considerada parte do estágio exploratório do processo. Depois, passou a guiar a análise, para, finalmente, se constituir como um empreendimento autônomo. Os autores admitem a dificuldade de elucidá-la, necessitando de critérios abstratos e padrões claros para identificar práticas boas e ruins, enquanto a numérica tem clareza de procedimentos.

Para Bauer, Gaskell e Allum (2002), um elemento essencial da atividade científica é persuadir sobre a sua importância, quando alguém quer convencer os seus pares, políticos e agências de financiamento da autenticidade e relevância do estudo. A persuasão inclui *logos* (lógica dos argumentos), *pathos* (apelos e reconhecimentos dados à audiência) e *ethos* (referências implícitas e explícitas na situação de quem fala, que estabelece a sua legitimidade e credibilidade).

O procedimento de coleta de dados não é a única forma de diferenciar as Pesquisas Qualitativa e Quantitativa. Elas têm, em primeiro lugar, referenciais epistemológicos diversos. Na primeira, as pessoas têm voz e não são tratadas meramente como objetos do estudo. Bauer, Gaskell e Allum (2002) citam Habermas, na obra *Conhecimento e Interesses Humanos*, de 1987, que identifica três tipos de conhecimento: ciências empírico-analíticas, histórico-hermenêuticas e críticas.

As empírico-analíticas têm o foco no controle técnico sobre os processos naturais. O estabelecimento do consenso é o interesse das ciências histórico-hermenêuticas. “A compreensão hermenêutica (*Verstehen*) tem como finalidade restaurar canais rompidos de comunicação. Isso se dá em duas dimensões: a primeira, no elo entre a própria experiência de vida de alguém e a tradição à qual ele pertence; e a segunda se dá na esfera da comunicação entre diferentes indivíduos, grupos e tradições” (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2002, p. 31). O enfoque crítico não exclui a investigação empírico-analítica e vai além do entendimento hermenêutico.

Este capítulo teve por objetivo desvelar objeto, teoria e método relativos à dissertação. Nas próximas etapas, deveremos relacionar o tripé de forma a conseguirmos montar um perfil do **Correio do Povo** durante a gestão Ribeiro. Isso não seria possível sem uma boa revisão

bibliográfica que desse conta dos aspectos históricos da Imprensa brasileira e do veículo. O mergulho na obra de Thompson também permitiu o estabelecimento de bases teóricas que formarão os trilhos pelos quais prosseguiremos daqui por diante. Mas o caminho foi dado pelo método HP, abrindo nossos olhos para revelarmos o que está contido nas matérias jornalísticas e nos editoriais e, sobretudo, o não dito, que é revelador das características do veículo, da Ideologia do seu proprietário e expressa os jogos de Poder.

2 PRIVATIZAÇÃO DA CRT: UM TEMPO DE CONFLITOS

Este capítulo será dedicado às análises das matérias jornalísticas sobre a privatização da CRT. Trata-se de um tempo de conflitos, tendo em vista a batalha judicial do dono do **Correio do Povo**, Renato Ribeiro, questionando o leilão da companhia e o posterior enfrentamento com o governador Antônio Britto. O tema ainda hoje é polêmico e leva a muitas contrariedades, pois não há e nunca haverá consenso sobre qual deve ser o tamanho do Estado e seu papel na prestação de serviços essenciais.

Serão objeto deste capítulo cinco matérias do **Correio do Povo** e um editorial, avaliados sob a ótica da Hermenêutica de Profundidade, seguindo as três fases: Análise Sócio-Histórica, Análise Formal ou Discursiva e Interpretação/Reinterpretação. Para a Análise Formal ou Discursiva, optamos pelo uso das estratégias da Ideologia formuladas também por Thompson (1990). Os textos serão transcritos antes de cada análise e seguirão a ordem cronológica.

2.1 PÚBLICO X PRIVADO

A primeira matéria saiu na capa do jornal (manchete, ou seja, a notícia principal da edição) de 25 de julho de 1997, com o título “Assembléia aprova venda da CRT e aumento do ICMS”, e está reproduzida abaixo.

Assembléia aprova venda da CRT e aumento do ICMS

A Assembléia encerrou ontem à noite, após uma seqüência conturbada de sessões, o período extraordinário convocado pelo governo do Estado. O final das votações aconteceu no plenarinho, devido à invasão anterior do plenário por manifestantes. Foram aprovados todos os projetos que interessavam ao Executivo, inclusive a venda total do controle acionário da CRT, o que contraria a Constituição estadual, que, no parágrafo 2º do artigo 163, estabelece: “Os serviços públicos considerados essenciais não poderão ser objeto de monopólio privado”. A inconstitucionalidade foi aprovada por 30 votos contra 23. O aumento da alíquota do ICMS em 1 ponto percentual foi autorizado por 26 votos contra 18. Passaram ainda o reajuste para o magistério e as mudanças salariais para os policiais militares, além de benefícios para a GM. O governo retirou da pauta 11 projetos.

A sessão interrompida na quarta-feira à noite foi reaberta às 10h35min no plenarinho. Foram necessárias mais de três horas para votar o projeto da CRT. Os aliados que a oposição ganhou não foram suficientes para derrubar o projeto, que precisava de 28 votos. O líder do PTB, Sérgio Zambiasi, não compareceu à votação e o deputado Divo do Canto, da mesma bancada, votou contra. No PPB, José Alvarez e Maria do Carmo confirmaram suas posições contrárias, embora o partido

componha o grupo de sustentação do governo. Do PMDB, Antônio Barbedo anunciou seu voto contrário. O voto do deputado Paulo Vidal (PSDB) foi a surpresa da sessão. Além de votar contra o requerimento de preferência e o projeto, Vidal anunciou oficialmente o rompimento com o Piratini. (ASSEMBLÉIA..., 1997).

2.1.1 Análise sócio-histórica

A matéria retrata um passo importante na busca pela privatização da CRT, com a autorização da Assembleia Legislativa ao projeto do governo de Antônio Britto. Já em dezembro de 1996, o Executivo havia vendido 35% das ações da empresa, como forma de capitalizá-la. A RBS ganhou a licitação, por meio do consórcio Telefônica do Brasil, informam Santos e Capparelli (1999). Em 1997, quando foi publicada a matéria em análise, se fazia necessário o aval dos deputados à privatização total.

Para a Análise Sócio-Histórica, nos importa explicar e compreender como a Mídia, a Globalização e a Cultura se relacionam com a questão envolvendo a CRT. Havia na década de 90 uma pressão pela privatização das telecomunicações (GARCÍA, 2004) exercida por grupos transnacionais, que queriam explorar o setor comercialmente, e faltavam investimentos do Estado. A Constituição de 1988 garantia os monopólios estatais. A aprovação da Emenda Constitucional nº 8, diz García (2004), dava abertura ao capital privado. A matéria do **Correio do Povo** lembra que a Constituição Estadual (parágrafo 2º do artigo 163) estabelecia que “os serviços públicos essenciais não poderão ser objeto de monopólio privado”.

Essas mudanças estruturais seguiam as políticas dos governantes Antônio Britto no Estado e Fernando Henrique Cardoso no país. Segundo Santos e Capparelli (1999), somente com as privatizações o governo federal arrecadou, até meados de 1998, US\$ 27.646,8 bilhões oriundos dos leilões de 22 empresas estatais.

Com o advento da Globalização, essas iniciativas se dão numa escala global e não mais apenas regional, sendo de interesse mais amplo a privatização de empresas estatais brasileiras. As novas tecnologias permitiram a convergência de diversos tipos de negócios de telecomunicações e de informação. Para Thompson (2004), os sistemas de cabo ampliam as possibilidades de transmissão, o satélite dispensa a necessidade de retransmissores terrestres e os métodos digitais facilitam o processamento, armazenamento e recuperação da informação.

Que valores são defendidos na matéria de 25 de julho de 1997? Qual é a Cultura que perpassa o discurso? Está clara a oposição ao monopólio privado e à forma como foi conduzida a quebra da proibição de venda do patrimônio público (ASSEMBLÉIA..., 1997).

Thompson (2002) vê a Cultura como o estudo das Formas Simbólicas em relação a processos históricos específicos e socialmente estruturados dentro dos quais as ações, objetos e expressões são produzidos, transmitidos e recebidos.

Diante desse tema público *versus* privado, nos cabe levantar a discussão sobre as atribuições do Estado e o que ele deve delegar a empresas. Nós nos acostumamos a ouvir que os empreendimentos privados têm mais eficiência e conseguem lucros que nossas estatais nem sonham. Para aprofundar o assunto, recorremos a Donahue (1992), que nos alerta o papel do ente público pelo bem da coletividade, na maioria das vezes sem a pretensão de angariar verbas.

Privatizar significa delegar responsabilidades públicas para organizações privadas. Donahue (1992) situa o fenômeno nos anos 90, como resultante do entusiasmo cultural pela empresa privada e da tentativa de limitar os gastos do governo. Diz que o termo foi usado primeiramente em 1968 por Peter Drucker. O autor lembra, porém, a imprecisão da palavra.

“[...] pode significar algo tão amplo como reduzir o estado do bem-estar, promovendo ao mesmo tempo o espírito de iniciativa e o voluntarismo; ou algo tão estreito como substituir por um grupo de trabalhadores privados um grupo inteiramente idêntico de servidores públicos, para executar uma determinada tarefa (DONAHUE, 1992, p. 14).

Nos EUA, em 1955, uma diretriz do Departamento do Orçamento desencorajava as agências federais a produzirem o que poderia ser obtido de empresas privadas. O exemplo mais efetivo vem da Inglaterra, quando Margaret Thatcher assumiu o governo, em 1979, e alienou ativos. Donahue (1992, p. 13) destaca, nos EUA, o negócio da Conrail, ferrovia de carga, em 1987. Na mesma época, houve a venda de 5 bilhões de dólares em créditos do governo. Segundo ele, os Estados Unidos nunca tiveram tantas empresas governamentais. Eram o único país grande com uma indústria de telecomunicações inteiramente privada. Nos meados dos anos 80, a Inglaterra vendeu a British Gas, British Telecom, Jaguar, British Airways e Sealink Ferry Service, além de um milhão de imóveis públicos.

Donahue (1992) resume a questão: a escolha entre o público ou o privado se refere ao modo de financiamento – seria preferível pagar individualmente por alguns bens ou serviços ou pagá-los coletivamente, com fundos levantados via alguma forma de contribuição? Outro aspecto levantado pelo autor é o desempenho.

Quanto à responsabilidade da autoridade pública, lembra que se fundamenta em três razões. A primeira se refere às funções cruciais da sociedade que devem ser conduzidas

coletivamente; a segunda, o público está exposto às falhas das autoridades; e a terceira, o indivíduo também é vulnerável a essas escolhas.

A eficiência é descrita levando-se em conta a responsabilidade, não apenas os custos:

Significa avaliar arranjos alternativos para a realização dos negócios públicos pelo critério da fidelidade aos valores do público, quaisquer que eles possam ser. Se os cidadãos se preocupam sobre como os bens e serviços são produzidos, quão equitativamente são distribuídos, sobre o pagamento, os benefícios e as condições de trabalho daqueles que os produzem, então qualquer medida legítima da eficiência deve incorporar essas preocupações (DONAHUE, 1992, p. 20).

A concepção sobre a criação e distribuição da riqueza está relacionada aos valores de cada Cultura. A produção e a troca seguem três princípios, na visão de Donahue (1992): o voluntarismo, o sistema de preços e o governo.

O voluntarismo se refere à ação das pessoas visando ao interesse de outras devido à tradição ou senso de dever religioso, social ou familiar. O sistema de preços assinala, segundo Donahue, a escassez e a demanda como um processo indireto que leva à alocação dos esforços humanos, tendo em vista compatibilizá-los com os desejos das pessoas. Numa cultura democrática, o governo e o mercado são mecanismos de coordenação para compatibilizar desejos e alocar recursos.

Os dispêndios do governo se baseiam nas visões de que os resultados visados só podem ser alcançados (ou de forma mais fácil) por meios coletivos, de que a responsabilidade com a sociedade deve seguir objetivos não mercantis e de que o proponente espera algum ganho pessoal de algum empreendimento coletivo. As ideias são de Donahue (1992).

Algumas tarefas não podem ser organizadas pelo mercado, avalia o autor. Isso ocorre quando os “preços mentem”: dão falsas indicações a respeito de seu valor real. Um bem público pode ser definido como não exclusividade (ninguém pode ser impedido de se beneficiar dele) e não rivalidade (o benefício de um não limita o de outros).

Quanto ao papel do Estado, Donahue (1992) elucida que pode ter aspirações morais e filosóficas. Em muitos casos os dispêndios públicos são considerados mal orientados, resultando em desperdício ou exploração. O autor questiona que critérios deveriam conduzir as autoridades, como fazer as opções coletivas e como lidar com o problema da falta de informação.

Ao falar em dispêndio público, identifica três questões. A primeira é a soberania individual. A sociedade é formada por um grupo de indivíduos que dependem uns dos outros,

mas diferem em interesses e crenças. A ação do governo deve ter consonância com o povo que representa. “Em uma cultura que rejeita a noção de bem-estar social como algo diferente de ou maior que o bem-estar individual, o princípio orientador da escolha social deve ser o respeito pelo princípio da escolha individual”, exemplifica Donahue (1992, p. 32). Mesmo com as melhores intenções das autoridades, o ideal é ilusório, adverte.

A segunda questão trata da distribuição: o maior bem para o maior número. A terceira é a compulsão: a capacidade de o governo usar a força para que se façam cumprir contratos.

Donahue (1992) esclarece a sua visão de governo: trata-se de um conjunto de pessoas agindo de acordo com regras e expectativas. O termo é potencialmente enganador, alerta. Aponta que o grupo tem diversas motivações e formas de organização para produzir. Pelo menos em parte atua visando à compensação proveniente de fundos comuns, recursos que terão determinadas finalidades públicas. Numa democracia, as organizações do governo são propriedade dos cidadãos. A qualidade de sua administração interfere no bem-estar da comunidade. A sua eficiência aumenta os serviços prestados ou diminui a carga de impostos.

Harvey Leibenstein ([s. d.] apud DONAHUE, 1992) lembra que as organizações tendem naturalmente a uma perda gradual de disciplina e racionalidade (ineficiência). No caso do órgão público, Donahue (1992) destaca outra característica, a de dispersão da responsabilidade. Nem poderia ser de outra maneira, pois a propriedade é atributo da cidadania e sua inalienabilidade torna impossível a concentração dos direitos de propriedade. Isso traz o potencial de deficiência crônica que ameaça as iniciativas públicas.

A atenuação da propriedade inerente aos empreendimentos públicos pode afrouxar toda a cadeia de relacionamentos de agência que ligam os cidadãos com aqueles que efetivamente executam o trabalho. De maneira geral, os políticos são pressionados para tornarem o governo mais eficiente, mas raramente pode ser encontrado um poderoso eleitorado que lute por melhorias específicas (DONAHUE, 1992, p. 64).

O autor prossegue dizendo que os empreendimentos coletivos se ressentem da falta dos fatores reguladores das decisões de dispêndio, representados pela competição e vigilância individual. A dispersão da propriedade enfraquece as pressões a favor da eficiência produtiva. Donahue (1992) cita ainda que os agentes podem criar oportunidades de obterem indevidamente bons contratos para eles próprios. Conclui:

Aplicar meios privados com finalidades públicas pode de imediato aliviar a carga sobre os contribuintes, gerar mais informação para facilitar as opções públicas e reservar a atenção dos administradores públicos para outros deveres que não podem ser delegados. No entanto, é igualmente verdadeiro, infelizmente, que meio sistema de mercado apenas – interesse pelo lucro sem especificações adequadas ou

disciplina competitiva – pode ser pior do que nenhum (DONAHUE, 1992, p. 94 e 95).

Defender a nação, administrar tribunais criminais e o sistema fiscal seriam tarefas próprias do ente público. Donahue (1992) defende que, se o governo reservasse para si apenas tarefas consideradas complicadas e passíveis de fracassos, as consequências para a reputação do servidor público seriam desastrosas. Quando funciona bem, a privatização aumenta a eficiência por meio da inovação acelerada, da tecnologia ou do estilo de gerência mais apropriados.

A matéria do **Correio do Povo** apenas narra os dogmas (a Constituição impede a privatização) e não chega a discutir questões como as abordadas por Donahue. Não entra no mérito sobre que tipo de benefícios ou prejuízos o Estado teria com a mudança na CRT.

Há um propósito de denunciar os deputados favoráveis e exaltar os contrários à venda da CRT, o que Thompson (2002) identifica como uma característica das Formas Simbólicas, a intencional. Outra é a contextual (aparece a referência ao dia de votação, quando houve uma sequência conturbada de sessões que obrigou a mudança da votação para o Plenarinho da Assembleia). As Formas Simbólicas revelam a Cultura e a Ideologia da empresa jornalística e a liga com o contexto social mais amplo, onde está o palco de interesses a serem disputados e garantidos.

2.1.2 Análise formal ou discursiva

Optamos pelo uso das estratégias da Ideologia formuladas por Thompson (1990). O autor vê a Ideologia como o modo que as Formas Simbólicas se entrecruzam com o Poder, as maneiras como o sentido serve para sustentar a dominação. Não o interessa a verdade ou a falsidade do que é dito. Ele está preocupado com a forma pela qual textos e imagens sustentam as relações de dominação.

A matéria recorre à Legitimação ao citar a aprovação do projeto como contrariando a Constituição estadual, apelando à legalidade das regras dadas. Uma de suas estratégias é a Universalização, pela qual os manifestantes contrários à aprovação da privatização são tidos como representantes do povo gaúcho prejudicado como um todo pela conduta dos deputados. Não há uma análise mais ampla sobre o significado do fim do controle acionário da CRT por

parte do Estado, o tema privatização e o papel do ente público, entre outras questões tratadas acima. O que está nas leis é visto como parte de um presente que não pode ser mudado (Narrativização, outra estratégia da Legitimação). A matéria recorre ao simbolismo da palavra Constituição, como algo perene, maior e histórico, cuja alteração representaria prejuízo à população.

Também se faz presente a Fragmentação (modo de operação da Ideologia), com a diferenciação do grupo que votou contra o governo, enfatizando sua posição intencionalmente para exaltá-lo em contraste com os demais deputados. Outra forma identificada na matéria é a Reificação, com a eliminação do caráter sócio-histórico do fenômeno. Em nenhum parágrafo há a menção à situação da companhia naquele momento, às necessidades do país e do Estado, à tendência mundial de privatizações. Dentro da Reificação, aparece a Passivização (uso do verbo na voz passiva), um recurso gramatical que desperta atenção para um aspecto em detrimento de outros. É o caso de “A inconstitucionalidade foi aprovada por 30 votos contra 23”. A palavra “inconstitucionalidade” ganha mais força se transformando em sujeito da frase. O projeto que previa a autorização para venda do controle acionário da CRT é substituído pela ideia de “inconstitucionalidade”. A frase vem logo a seguir da explicação sobre um artigo da Constituição, embasando o argumento.

Na Análise Formal ou Discursiva, devemos considerar o surgimento de uma categoria *a posteriori*, os Gêneros Jornalísticos, mais um instrumento para desvendar a Ideologia do veículo via suas partes, matérias e editoriais. Ao informar sobre a decisão da Assembleia Legislativa, o discurso se enquadra no Jornalismo Informativo. Seu formato é de notícia. A linguagem utilizada, a foto, a disposição na capa do jornal: tudo remete para a conclusão de que se trata de uma matéria.

Para Erbolato (2003, p. 31), o Jornalismo se divide em Informativo, Interpretativo, Opinativo e Diversional. Ele mesmo se opõe ao Interpretativo por considerar que uma reportagem, ao extrapolar a narração de diferentes ângulos de um fato, pode trazer uma interpretação próxima à opinião. “E opinar é privilégio, por exemplo, dos editoriais, que representam o pensamento da direção de qualquer matutino ou vespertino.” Os vespertinos não são mais parte da realidade atual. Sua função está coberta hoje pelos *sites* de notícias.

John Hohenberg ([s. d.] apud ERBOLATO, 2003) diz que o surgimento do Jornalismo Interpretativo nos EUA teve a intenção de explicar os acontecimentos antecedentes à Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Acreditava-se que os leitores haviam perdido o interesse em ler jornais por não compreenderem o sentido do que tinham em mãos. Aos poucos essa tendência foi sendo mais focada nos espaços destinados a comentários.

Erbolato (2003) descreve as características do Jornalismo Interpretativo: explicação das causas de um fato, localização no contexto sócio-histórico e suas consequências. Adverte, porém, que muitas vezes essa possibilidade é usada para impor uma opinião pessoal.

Nenhum jornalista duvida que interpretar objetivamente é mais difícil do que informar, já que, no processo de pesquisa, de investigação e de análise dos acontecimentos, os fatores subjetivos têm mais oportunidade de se manifestar do que quando simplesmente são descritos os fatos. Contudo, a simples informação, às vezes, também é difícil de ser redigida dentro de rigorosa objetividade (ERBOLATO, 2003, p. 35).

Quanto ao Jornalismo Informativo, o que interessa é a notícia, a descrição do que aconteceu. Nas reportagens em profundidade, torna-se impossível prescindir da interpretação. Nesse tipo de texto, mostra Erbolato, é necessário dar os antecedentes dos fatos, mostrar o alcance das circunstâncias e projetar as consequências, o que resultaria em análise. Não pode o repórter, em nome disso, editorializar a notícia.

A opinião tem espaço no editorial, que é sempre institucional, expressando o ponto de vista do jornal, reforça Erbolato. Para ele, esses textos “podem, legitimamente, esclarecer, ilustrar, formar opiniões, induzir à ação e até entreter” (ERBOLATO, 2003, p. 41).

O quarto tipo, Jornalismo Diversional, chamado de Novo Jornalismo, advém do interesse em levar as técnicas da literatura para a narração do real. Truman Capote, em 1965, concretizou essa tentativa em *A Sangue Frio*, diz Erbolato. O autor entrevistou pessoas envolvidas no assassinato da família Clutter, pesquisou sobre o crime e os criminosos. Outro que se destaca nessa perspectiva é Gay Talese. No Brasil, hoje, a gaúcha Eliane Brum, da Revista *Época*, é uma mostra desse trabalho em busca da psicologia dos personagens. A reportagem não se baseia simplesmente no que ela ouve, mas na linguagem não verbal, nas circunstâncias dos acontecimentos e nos seus bastidores.

A matéria do **CP** sobre a votação na Assembleia Legislativa, em princípio, integra o Gênero de Jornalismo Informativo, como dissemos acima. Lendo mais a fundo e a partir das definições de Erbolato, verificamos que cai no Interpretativo ao ir além nas seguintes frases: “Foram aprovados todos os projetos que interessavam ao Executivo, inclusive a venda total do controle acionário da CRT, o que contraria a Constituição estadual [...]” e “A inconstitucionalidade foi aprovada por 30 votos contra 23”. O repórter ou o editor não se contentou em descrever a sessão, apontar o seu resultado e elucidar a posição dos parlamentares. A forma como o discurso foi construído conota a intenção de interpretar, no

sentido de apresentar uma leitura particularizada do tema, mais do que contextualizar ou explicar. Ou seja, moldar conforme um desejo prévio.

A oposição que o CP nesse caso explicita é ao Neoliberalismo, outra categoria *a posteriori*. A doutrina, seguida no Brasil por Fernando Henrique e no Estado por Antônio Britto, no mundo, tornou-se realidade nos anos 70, durante as gestões de Margaret Thatcher na Inglaterra e Ronald Reagan nos Estados Unidos. Entre as características principais dessa forma de Ideologia estão, segundo Holanda (1998), a economia de mercado (que controla a organização social e para onde convergem e de onde irradiam as atividades dos indivíduos); um governo que mantenha a lei e a ordem, promova a competição e preserve o funcionamento do mercado; e o Estado mínimo, que não intervenha na economia e garanta o direito de posse.

O neoliberalismo é uma utopia que subordina todo e qualquer tipo de liberdade à liberdade econômica. A liberdade econômica é a condição *sine qua non* para que haja outros tipos de liberdade. O mercado é um verdadeiro tabu onde nenhuma força pode mexer, nem mesmo para compensar as injustiças sociais por ele produzidas, porque ele se auto-regula e se constitui no melhor método para acabar com as desigualdades. Todavia, na prática, o livre mercado é a forma mais perversa da exclusão social (HOLANDA, 1998, p. 79).

Para os neoliberais, não existe igualdade simplesmente porque os seres humanos são diferentes uns dos outros quanto a suas atribuições físicas e mentais. Todos têm em comum, nessa visão, apenas a necessidade de satisfação dos desejos e de romper um desconforto. A pobreza, diz o Neoliberalismo, é a incapacidade de alguém de cuidar de si, pois mesmo o aumento da população significa mais braços para produzir e gerar riquezas (HOLANDA, 1998). A sociedade é vista como um meio para atingir um fim; para essa Ideologia, conta antes de tudo o indivíduo. Ele representa um agente movido por seus desejos que, somado a outros, forma a rede social.

No Liberalismo clássico, baseado na Lei Natural e no Direito Natural, todos os homens são iguais. Holanda (1998, p. 16) diz que “está alicerçado no princípio de liberdade individual e fundamentado na racionalidade iluminista que representa o rompimento com a idéia (sic) de revelação e providência divina”. No final do século XVII e início do século XVIII, surge o Liberalismo (também identificado como categoria *a posteriori*) como doutrina que considera a liberdade econômica como motor da prosperidade e acredita que a propriedade privada existe por lei natural. Por essas concepções, o agir humano não está baseado em Deus, mas é motivado por seus próprios interesses.

Holanda (1998) esclarece que o Direito Natural ou Jusnaturalismo estabelecem leis que têm validade em si, logicamente anteriores ao Direito Positivo. O Estado Natural pressupõe que os homens viviam antes da fundação do Estado e da sociedade. Portanto, os princípios fundamentais devem ser extraídos das qualidades inerentes ao homem. Por essa ideia, cabe ao ser humano usar os meios necessários para preservar sua vida. Para fazer valer isso, não basta a lei da natureza. Holanda (1998) lembra que é preciso efetivar o estado civil.

O autor recorre aos clássicos. Thomas Hobbes ([s. d. apud HOLANDA, 1998) vê a necessidade do poder político do soberano para instituir a noção de propriedade, enquanto John Locke diz que o corpo e o trabalho feito pelas mãos do homem são suas propriedades inatas. Esse direito embasa o Liberalismo econômico, explica Holanda (1998). O Estado tem por missão assegurar o desenvolvimento da livre concorrência. No final do século XIX, avalia, o Liberalismo entrou em xeque com o aparecimento de monopólios.

Fundado num sistema de procura do lucro e vivenciando uma crise econômica que fixava limites a sua capacidade de expansão, o que diminuía o lucro, os liberais detentores do poder econômico, vendo a obtenção dos lucros avançados, acabaram por negar os fundamentos democráticos da integração social em função do seu próprio direito à lucratividade (HOLANDA, 1998, p. 39).

A concentração de poder econômico deu origem ao imperialismo, com a expansão da produção das empresas para países subdesenvolvidos da África, América Latina e Ásia. Também no século XX, o Estado não conseguia continuar habilitado a garantir o conforto material para as massas, prossegue o autor (1998). A crise gerou um impulso às ideias socialistas e espaço para o Neoliberalismo.

Quando o Rio Grande do Sul e o País cumpriam a cartilha do Neoliberalismo, com Britto e Fernando Henrique, havia muitos questionamentos sobre o melhor modelo para o Estado. Esses conflitos ficam expressos na matéria do **Correio do Povo**, que recorre às regras constitucionais, tendo-as como imutáveis, para protestar contra a mudança na estrutura do setor de telecomunicações. Sua posição se aproxima do Liberalismo clássico, que pressupõe a livre concorrência e não a concentração da atividade econômica em poucas mãos, como previa que ocorreria no caso da CRT. Como estratégia da Ideologia, usa a Universalização, como se falasse por todos os gaúchos e todos estivessem contrariados com o governador pela proposta e com a Assembleia Legislativa por tê-la aprovado.

O diretor do **CP** e irmão do dono, Carlos Ribeiro, confirma, em depoimento, essa posição de defesa do patrimônio público:

[...] se considerava na época que a CRT era um patrimônio do Estado, era um patrimônio portanto do povo e que o Estado ia ficar sem ela e não ia resolver nada. Parece que hoje isso tá (sic) comprovado. Aquele dinheiro entrou e saiu e desapareceu e o Estado ficou sem a CRT. É bem verdade que as comunicações se desenvolveram muito, mas não há nada que garante que, se continuasse do Estado, não ia (sic) desenvolver. Era uma questão de competência. A CRT tinha também um corpo de funcionários, precisava (sic) investimentos, o Estado teria que fazer, aí então é aquela história: mas não pode fazer, não tem para fazer, privatiza, não privatiza. Bom, esta foi a... foi o cerne da questão, foi a filosofia, digamos, de que o Estado não poderia ter um serviço de telefonia, nós achávamos de que poderia, desde que gerido como uma empresa é... bem administrada e que visasse se desenvolver e não uma empresa que não não tivesse uma atuação. Ela precisava (sic) investimento. Tinha que fazer investimento. Bom, e a outra era a questão do edital, que nós discutimos.

Renato Ribeiro vê Britto beneficiar o grupo concorrente, RBS, e não se conforma, o que se reflete na matéria. Como comenta o diretor de Redação do CP a partir de 1992, Telmo Flor, no seu depoimento, o empresário cobrou do governador, ainda antes de o processo começar, que não fosse um jogo de cartas marcadas. O jornalista diz que a previsão acabou se concretizando. O resultado foi o conflito de Poder entre o proprietário de um veículo da Mídia e o representante do povo via eleição que recebe do Parlamento a legitimidade para modificar regras.

O jornalista Érico Valduga revela que Ribeiro queria ampliar os seus negócios, mas sem investir. Britto teria se negado a interceder por empréstimo junto ao BNDES, comprando uma briga com o empresário. O próprio ex-governador diz, via *e-mail*, que contrariou interesses pessoais do ex-dono do CP.

Esses são os panos de fundo da matéria, que expressa a inconformidade com a mudança no Estado, desvelando uma Ideologia liberal, sem, contudo, identificar os motivos dessa posição. Tampouco se reconhece como tal portador dessa visão, entregando esse papel ao “povo gaúcho” como um todo.

2.1.3 Interpretação/reinterpretação

A terceira fase de análise é a Interpretação/Reinterpretação, quando se abre espaço a novos significados. Apesar de pertencer ao gênero de Jornalismo Informativo, a matéria não tem como única intenção informar. Sua finalidade, desde o título, nos parece ser contrapor a população aos atos do governo, recorrendo ao grande número de manifestações em plenário,

que teriam tentado até mesmo invadir a Assembleia Legislativa, segundo consta na legenda da foto e no discurso. Outro aspecto presente no título é a aprovação de aumento de ICMS, uma medida impopular que se soma à da venda da CRT.

Todos os deputados que faziam parte do bloco de apoio ao governo Britto e votaram com a oposição foram nominados, numa exaltação às suas posições. Um exemplo foi Paulo Vidal, do PSDB, que inclusive anunciou o rompimento oficial com o Executivo.

Faltam na matéria uma contextualização maior com processo vivido pela CRT, os caminhos que levaram à privatização e uma discussão sobre seus rumos. Nem contra nem a favor há fundamentação, ao estilo conciso do **Correio do Povo**. A ênfase fica na submissão da Assembleia ao governador, acatando projetos que seriam impopulares, como aumento de ICMS em um ponto percentual e autorização da venda total da CRT.

A posição assumida pelo jornal na matéria parece contraditória. Coloca-se contra as políticas neoliberais e privatistas de Britto, mas nem por isso deixa claro o apoio a uma Ideologia de esquerda, socialista, o que seria mesmo incoerente com a atividade do dono do **CP**, o empresário Renato Ribeiro. Fica explícito para nós o desejo de maior controle por parte do Estado na economia, a exemplo do que pregava o Liberalismo. O **Correio do Povo** teme que o setor de telecomunicações seja entregue a um monopólio, dilacerando a livre concorrência. Isso está exposto na citação ao artigo da Constituição estadual: “Os serviços públicos considerados essenciais não poderão ser objeto de monopólio privado”.

O país e o Rio Grande do Sul viviam sob a hegemonia do Neoliberalismo, o que acabou favorecendo fortes grupos e diminuindo o tamanho do Estado. Recorrendo à tradição gaúcha de contestação e se colocando como porta-voz dos inconformados com a votação, o jornal aposta na pressão a deputados. Defende, ainda que não explicitamente, que o Estado deve preservar o seu papel, como prega o Liberalismo, e não ser anulado em prol dos gigantes econômicos, como quer o Neoliberalismo.

Numa época de busca de convergência de Mídias, a CRT se apresentava como um ótimo negócio. Britto é visto pelo **CP** não apenas como o neoliberal, mas o privatista que privilegia interesses particulares e, pior, do grupo de comunicação com o qual a Empresa Jornalística Caldas Júnior compete por espaço e inserção social.

2.2 O ESPAÇO DO DONO

O editorial na capa de 18 de agosto de 1997 é um dos instrumentos do dono do jornal de mostrar a sua contrariedade.

Editorial: Privatização parcial da CRT

No mandado de segurança impetrado pelo presidente da Empresa Jornalística Caldas Júnior, Renato Bastos Ribeiro, com o objetivo de cancelar o contrato de gestão, acordo de acionistas e afastar os dirigentes que representam empresas privadas minoritárias que dominam a CRT, foram salientadas as principais infringências às Constituições e leis:

1 - Edital de Pré-Qualificação

- a) Exigências enormes que limitaram os possíveis concorrentes a menos de 20 em todo o mundo. Empresas ou grupos nacionais ficaram impedidos de participar sozinhos. Foram obrigados a se juntar com estrangeiros. Estes, sim, podiam concorrer sozinhos.
- b) Discriminação dos licitantes nacionais, devido a condições especialmente favoráveis aos estrangeiros.
- c) Não existiu a formação de Comissão para presidir e processar a concorrência de pré-qualificação.
- d) Não foi publicado no Diário Oficial o resumo do edital determinado na Lei de Licitações. Também não foram publicados os relatórios previstos na lei estadual que autorizou a venda parcial da CRT.

2 - Edital de Licitação

- a) O Edital de Licitação somente admitiu a participação de seis grupos concorrentes, que foram habilitados na pré-qualificação com todas as ilegalidades acima citadas e outras, a seguir nominadas.
- b) O Edital de Licitação alterou a propriedade a ser vendida, diminuindo o número de ações que o governo do Estado colocou à venda no Edital de Pré-Qualificação, aparecendo somente aqui a Telebrás como vendedora de uma parcela diretamente aos seis grupos irregularmente qualificados. A Telebrás não pode vender diretamente a apenas estes seis grupos, sem ter participado do Edital de Pré-Qualificação.
- c) O objeto ou propriedade a ser vendida e os vendedores foram alterados, não sendo mais os mesmos do Edital de Pré-Qualificação.
- d) Foram acrescentadas, somente neste Edital, novas propriedades e patrimônios a serem vendidos. Apesar de não constarem no Edital de Pré-Qualificação, foram incluídos, além do objeto a ser vendido, descrito no Edital de Pré-Qualificação, o contrato de gestão e o acordo de acionistas, que garantem grandes benefícios ao comprador e que assim mudaram radicalmente, para muito mais, o valor da propriedade descrita no Edital de Pré-Qualificação. Os interessados neste patrimônio público não puderam conhecer a verdadeira extensão e o valor da propriedade a ser vendida quando do Edital de Pré-Qualificação.
- e) Não existiu Comissão para presidir e processar o Edital e a concorrência de licitação.
- f) O acordo de acionistas infringe diversas leis no que se refere aos acionistas minoritários e prejudica frontalmente o patrimônio público. Neste acordo, o governo transfere patrimônio público aos compradores privados gratuitamente, além de assumir compromissos que não tem poderes para fazer cumprir.
- g) O acordo de gestão entrega o comando efetivo da CRT aos compradores privados da parcela de apenas 13% do capital total e garante a esses compradores particulares a manutenção do monopólio de comunicações, obtenção de recursos para expansão e

que o governo do Estado usará seus poderes políticos para obter aumentos de tarifas, a serem cobradas do povo.

h) O acordo de acionistas e o contrato de gestão não estão incluídos na lei estadual que autorizou o governo a vender uma parcela das ações da CRT. Nenhuma outra lei tinha autorizado o governo a executar este acordo de acionistas ou contrato de gestão.

i) Entregando o comando aos compradores particulares e garantindo o monopólio, a CRT deixa de ser uma empresa de economia mista, ficando infringida frontalmente a Constituição Estadual, que veda a exploração de serviços públicos essenciais e monopolizados por particulares (artigo 163, parágrafo 2º).

j) O sigilo nas comunicações telefônicas, consagrado na Constituição Federal, foi totalmente abandonado. Nada existe na entrega do comando da CRT aos capitais privados que mantenha a garantia constitucional do sigilo. Desde o cidadão, até o governo do Estado, passando pelos negociantes em geral, médicos, religiosos, Poder Judiciário, militares, classe política, etc., ninguém mais possui o sigilo telefônico, que é assegurado pela Constituição Federal. (artigo 5º, XII).

3 - Moralidade

Se todas estas infringências às Constituições Federal e Estadual, à Lei das Licitações e à Lei Estadual que autoriza **apenas** a venda parcial do capital da CRT não forem suficientes para se verificar a ilegalidade da presença no comando da companhia de representantes de empresas privadas, ainda temos os princípios morais, não podendo a comunidade imaginar, nem compreender, por que o governo do Estado entrega o comando de uma empresa que é patrimônio público para quem comprou apenas 13% do capital total. O governo também garante ao comprador a manutenção do monopólio dos serviços de telecomunicações e que usará seu poder político para ajudar a aumentar as tarifas. Tudo isso coloca a comunidade, indefesa, à mercê das empresas que possuem apenas 13% do capital total da CRT e utilizam em seu benefício toda a empresa CRT, que continua sendo patrimônio e propriedade do povo e da comunidade, para explorar economicamente o próprio povo e a comunidade.

4 - Desastre

A entrega do comando e domínio da CRT às empresas privadas minoritárias torna desastrosa a recente proposta do governo de vender o controle da companhia, recentemente aprovada pela base de apoio parlamentar que o governo possui na Assembléia Legislativa. A presença de empresas privadas minoritárias detendo o comando da CRT, com todos os direitos a elas transferidos nos contratos citados, reduz drasticamente o valor deste controle, que é um patrimônio público (EDITORIAL..., 1997).

2.2.1 Análise sócio-histórica

O editorial retrata o mandado de segurança impetrado por Renato Bastos Ribeiro, presidente da Empresa Jornalística Caldas Júnior, visando a cancelar o contrato de gestão, o acordo de acionistas e afastar os dirigentes que representam empresas minoritárias (com domínio de 13% do capital) e dominariam a CRT. De agosto de 1997, foi publicado no momento posterior à privatização parcial (de 35% das ações). Apresenta argumentos contra a

nova forma de gestão da companhia, apontando vantagens aos associados privados em detrimento do bem público.

O editorial em questão tem um espaço privilegiado, a capa do jornal, para abordar um tema atual e de relevância para o Estado, mas, principalmente, referente aos negócios de Ribeiro. Seus argumentos estão menos dependentes de uma retórica rebuscada e mais da enumeração de fatos. Entre as supostas infringências às leis a partir da privatização parcial da CRT, cita que o Edital de Pré-Qualificação fez exigências enormes que limitaram os possíveis concorrentes a menos de 20 em todo o mundo. “Empresas ou grupos nacionais ficaram impedidos de participar sozinhos. Foram obrigados a se juntar com estrangeiros. Estes, sim, podiam concorrer sozinhos.” As condições seriam favoráveis aos grupos internacionais, com discriminação aos nacionais. Outros argumentos contrários são a inexistência de comissão para presidir e processar a concorrência de pré-qualificação e a ausência de publicação no Diário Oficial de resumo do edital, determinado na Lei de Licitações. Tampouco constaram os relatórios previstos na lei que autorizou a venda parcial da CRT.

Diz o editorial que o Edital de Licitação “alterou a propriedade a ser vendida, diminuindo o número de ações que o governo do Estado colocou à venda no Edital de Pré-Qualificação, aparecendo somente aqui a Telebrás como vendedora de uma parcela diretamente aos seis grupos irregularmente qualificados”. O CP garante que a Telebrás não pode vender sem intermediários a apenas esses seis grupos, sem ter participado do Edital de Pré-Qualificação. Foram incluídos, conforme o editorial, novas propriedades e patrimônios. Acrescentou-se o contrato de gestão e o acordo de acionistas, que garantem benefícios ao comprador e mudando o valor da propriedade descrita no Edital de Pré-Qualificação. Teria faltado uma comissão para presidir o edital e a concorrência de licitação.

O acordo de acionista “infringe diversas leis no que se refere aos acionistas minoritários e prejudica frontalmente o patrimônio público”. Para o dono do CP, o governo transfere patrimônio público aos compradores privados “gratuitamente, além de assumir compromissos que não tem poderes para fazer cumprir”. Os acionistas comprariam 13% do capital total e mesmo assim conseguiriam o monopólio de comunicações e recursos para expansão. O governo usaria de seus poderes para obter aumentos de tarifas, “a serem cobradas do povo”.

Esse acordo e o contrato de gestão não estão incluídos na lei que autorizou a venda de uma parcela das ações. O sigilo das comunicações, consagrado na Constituição Federal, foi “abandonado”, denuncia o jornal. “Desde o cidadão, até o governo do Estado, passando pelos negociantes em geral, médicos, religiosos, Poder Judiciário, militares, classe política, etc.,

ninguém mais possui o sigilo telefônico, que é assegurado pela Constituição Federal (artigo 5º, XII).”

A CRT deixa de ser uma empresa de economia mista, infringindo a Constituição Estadual, “que veda a exploração dos serviços públicos essenciais e monopolizados por particulares (artigo 163, parágrafo 2º)”. Estaria autorizada apenas a venda parcial do capital.

A função da lei, tão exaltada no editorial, explicita Barzotto (2000), é declarar o Direito (a ação justa a ser realizada). Ele expressa a justiça, a possibilidade de equilíbrio e de contemporizar os conflitos no mundo social. Barzotto (2000, p. 183). identifica a mudança da teoria clássica, que considerava a disciplina ligada ao mundo da Ética (no âmbito do dever ser), para uma visão sociológica, “como um sistema de normas, princípios e procedimentos produzidos e aplicados em um grupo social”. Na perspectiva moderna, apela-se à moralização do jurídico, à “construção de um paraíso terrestre obra de legisladores messiânicos e juízes iluminados, uma ‘elite moral’ que conduziria, de um modo autoritário, à sociedade perfeita” (BARZOTTO, 2000, p. 182). Ao risco de pluralismo moral e para não depender de concepções de justiça que se opõem, o Direito passa a ser visto como lei, norma, princípio ou procedimento, explica Barzotto (2000). “O direito deixa de ser pensado como *práxis*, como ação humana orientada pela prudência, e é pensado como *poiesis*, algo produzido pelo homem” (FERRAZ JUNIOR, 1994 apud BARZOTTO, 2000, p.183).

Aristóteles, complementa Barzotto, divide o Direito em Natural e Positivo. O primeiro vem de *jus naturale* (Jusnaturalismo), concebido como uma ação justa, que, por sua natureza, está ajustada ao outro. O Direito Positivo (*jus positivum*), prossegue, é algo adequado a outrem por convenção, contrato.

O justo é alcançado através de uma determinação da prudência. Esta, se for escrita, recebe o nome de lei. A lei é, assim, um modelo do direito, como o plano na mente do artífice é um modelo daquilo que ele vai fazer. O direito está contido na lei, como um projeto, mas só se realiza como *práxis*, ou seja, só há direito quando o agente, aplicando a lei e de acordo com a prudência, realiza a ação justa (BARZOTTO, 2000, p. 180-181).

O **Correio** desconsidera a decisão da Assembleia de 18 de julho do mesmo ano de aprovar a privatização parcial e se vale da ideia de que as leis se traduzem em regras imutáveis a serem seguidas. Sua concepção segue a transição explicitada por Barzotto (2000) e expressa o Direito Positivo, baseado nas regras como se tivessem vida própria e não surgissem do protagonismo de representantes da sociedade.

O editorial recorre aos princípios morais para argumentar contra a “ilegalidade” do Poder de representantes privados, “não podendo a comunidade imaginar, nem compreender por que o governo do Estado entrega o comando de uma empresa que é patrimônio público para quem comprou apenas 13% do capital total”. A população fica “indefesa” e “à mercê” de empresas que utilizam em seu benefício “toda a empresa CRT, que continua sendo patrimônio e propriedade do povo e da comunidade, para explorar economicamente o próprio povo e a comunidade”.

Barzotto (2000, p. 180) distingue o Direito da Moral. O primeiro é uma ação “objetivamente justa, ainda que o agente não tenha realizado o ato por causa da justiça, ou seja, ainda que não o tenha realizado de um modo virtuoso (conhecimento e intenção) do ponto de vista subjetivo”. A ação moral tem dois princípios: o externo, que é a lei, e o interno, as virtudes. Elas são definidas por Barzotto (2000, p. 176) como “hábitos que dispõem os atos humanos a desenvolverem-se tendo em vista o bem supremo, a felicidade”. Baseando-se em Tomás de Aquino, adverte que a posição tinha como pano de fundo a revelação cristã, pela qual as virtudes são fortaleza, temperança, justiça e prudência, além da fé, esperança e caridade (ligadas à Teologia).

“A justiça universal confunde-se com a moralidade em geral”, ensina Barzotto (2000, p. 165). A lei impõe atos de virtude, tendo em vista o bem alheio. A justiça só se realiza plenamente se há uma identificação entre legalidade e moralidade, “se todas as leis estão voltadas para o aperfeiçoamento moral do indivíduo” (BARZOTTO, 2000, p. 165). Mas isso só é possível no contexto ideal.

Pela subjetividade do conceito, a moral a que o discurso recorre está sujeita a contestações. Os questionamentos podem ser bem embasados, mas o tom parece descabido. O veículo fala como porta-voz do povo indefeso como se ele não tivesse sua parcela de responsabilidade na ascensão dos governantes e legisladores ao Poder.

O editorial pressupõe uma Cultura gaúcha que valoriza o cumprimento das leis e a moralidade como valores supremos. Thompson leva em conta a concepção estrutural de Cultura, analisando como as Formas Simbólicas aparecem nos processos históricos e sociais. Como um discurso opinativo, deixa transparecer uma intenção de convencer o leitor. Também tem como característica a estrutural, segundo a qual as Formas Simbólicas reconstituem elementos e suas inter-relações. Foi elaborado cuidadosamente numa sequência que expõe os passos da privatização para depois mostrar as consequências. Outros dois aspectos explícitos são o referencial (o fato de significar, representar algo para quem lê) e contextual (leva em conta o momento do Estado e o valor do patrimônio público).

A crítica à abertura à participação mais privilegiada de grupos estrangeiros suscita a discussão sobre os impactos da Globalização e da formação de grandes corporações que dominam a Mídia. Baseadas na convergência dos meios, as empresas de telefonia estão em busca de um novo mercado com o celular, os serviços de Internet banda larga e televisão digital, entre outros.

2.2.2 Análise formal ou discursiva

Segundo as estratégias da Ideologia de Thompson (2002), identificamos no editorial a Legitimação como uma das mais aparentes ao recorrer às leis para condenar a condução dos rumos da CRT por parte do governo Britto. O apelo constante à legalidade das regras dadas serve de argumento. Como Estratégia da Legitimação, visualizamos a Racionalização pela forma como foi desenhado o discurso, apontando uma série de normas relativas aos editais de Pré-Qualificação e Qualificação, o seu descumprimento e os consequentes efeitos no cotidiano dos gaúchos. A Reificação é outro modo de operação da Ideologia presente, por meio da Eternalização, segundo a qual o processo envolvendo a CRT soa como imutável e sem volta.

Ao contestar a maneira de condução do processo, o suposto benefício a pequenos grupos e a vantagem a estrangeiros, o **Correio** tenta ocultar o seu verdadeiro foco na questão: a vantagem à RBS no processo, devido à sua proximidade com Antônio Britto. Carlos Ribeiro não confirma que o irmão gostaria de participar do leilão, mas aponta que o edital impunha condições que limitavam a possibilidade de formar um consórcio para concorrer. “*Não sozinho, mas a formação desses consórcios era muito difícil. Inclusive, quem participou hoje seguramente se arrepende*”, afirma, certamente se referindo à RBS.

Como previu o jornal, de 1994 a 2000, segundo García (2004), enquanto o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC) variou 86,9%, a tarifa de assinatura residencial mensal aumentou 3.241% e a não residencial, 522,6%, citando encarte do Sinttel/RS, de setembro de 2000. O autor destaca que a privatização acentuou a reestruturação técnica e organizacional da empresa, valendo-se de terceirização de trabalho, visando à redução do emprego. Santos e Capparelli (1999) citam que a planta telefônica, entre julho de 97 e junho de 98, cresceu de 1.074.334 terminais para 1.660.149. A telefonia móvel celular aumentou 100%, e o telefone público, 69%.

Quanto ao Gênero, é identificado um editorial, dentro do Jornalismo Opinitivo. Não traz assinatura, mas a sua disposição na capa, a separação das matérias e o fato de estar circulado remetem a um discurso de responsabilidade institucional.

Bahia (1990b, p. 98) concebe que “[...] a diferença entre o editorial e toda manifestação opinativa é a sua identidade – ainda que não assinada – com o veículo, em nome do qual fala”. O surgimento do editorial, informa Bahia, resulta da reformulação técnica e de conteúdo do Jornalismo e da divisão industrial da redação que introduz o sistema de editores. No passado, havia o artigo de fundo, redigido pelo responsável pelo jornal. O editorial é mais elaborado e feito por um profissional cujo texto reflete as ideias do patrão.

Bahia (1990b) compara o estilo europeu e norte-americano com o brasileiro, dizendo que os primeiros mantêm um conselho de redação no qual há debate e análise, excluindo uma decisão isolada da empresa e envolvendo o editorialista. Nesses moldes, ele não precisa pensar, apenas executar o ordenado.

Geralmente ele tem espaços delimitados no jornal e apenas por motivos especiais ocupa áreas não habituais, como a capa ou outra seção interna que seria dedicada a matérias jornalísticas. Em alguns casos está conjugado com a página de opinião, incluindo artigos de pessoas de fora do jornal (colaboradores eventuais) e cartas de leitores. No **Correio do Povo**, os editoriais mais marcantes são seguidamente citados em entrevistas ou matérias jornalísticas como uma espécie de parâmetro, de definidor/divulgador de regras e valores. Essa é a função do publicado na primeira edição, em 1895. Marcou também o da capa de 28 de outubro de 2002 exultando o resultado obtido pelo Centro de Pesquisa Correio do Povo. Se o argumento é de transparência, como diz Carlos Ribeiro no depoimento, sua utilização destoa do papel de trazer à tona temas relevantes para sociedade, enfocando-se num assunto de interesse particular, pelo menos no que se refere ao texto em análise.

Bahia (1990b) vê no editorial essa carga doutrinária, que analisa e julga os fenômenos. “O seu estilo é a persuasão e a sua linguagem a mais direta possível” (p. 99). Importa nesse caso aprofundar os fatos e incorporar autoridade, consistência e hierarquia ao conteúdo. Há um tom profético se o profissional tiver a competência analítica e intuitiva ao observar os acontecimentos.

O negócio que na época estava nas mãos da RBS motiva a elaboração do editorial. Nas suas denominações técnicas, busca argumentos para denegrir a privatização, enquanto, implicitamente, suas armas se voltam aos benefícios de um grupo de comunicação que amplia seus domínios numa época de Globalização e diversificação de públicos e produtos.

2.2.3 Interpretação/reinterpretação

A série de irregularidades apontadas no editorial pode até ser válida, mas nos cabe questionar se fala em nome de um jornal que representa o interesse público ou se serve de instrumento de um proprietário de veículo respondendo ao fato de ter sido contrariado. Num discurso argumentativo, seria necessário enumerar a situação da telefonia na época, a necessidade ou não de mudanças, as condições do Estado de suprir as demandas. Parece mais um relatório do mandado de segurança impetrado por Ribeiro e acreditamos que seja.

A força se resume nas palavras legalidade e moralidade. Enquanto o Direito na nossa tradição é o ordenamento jurídico, uma série de regras que visa à justiça, as leis mudam ao sabor dos contextos sócio-históricos. Concordando com o **CP**, nem sempre seguem os anseios populares, mas, de certa forma, havia no Rio Grande do Sul um clamor por alterações na telefonia. Os pedidos por linhas eram atendidos depois de anos, para citarmos um exemplo.

A reestruturação seguiu um “caminho de cartas marcadas”, segundo Ribeiro teria dito, nas palavras do seu diretor Telmo Flor. O jogo de vantagens a grupos específicos deve ser condenado, mas o proprietário do **CP** falaria em nome da moralidade se seus negócios tivessem recebido atenção especial? Britto explicita, por *e-mail*, haver sido vítima de perseguição por parte de Ribeiro porque não aceitou “atender aos pedidos em torno de interesses privados dele”. O jornalista Érico Valduga diz que o ex-governador se negou a intermediar empréstimo no BNDES pelo qual o empresário faria parte de grupo comprador de ações da CRT sem entrar com recursos diretamente.

Nessa crítica, o jornal cai no exagero de supor que o sigilo de informações telefônicas seria quebrado por essas empresas que dominariam a CRT não terem esse compromisso. O fato de não estar escrito não exclui essa garantia constitucional.

No editorial, cabe fazer eco a um tema pulsante na sociedade. Não pretendemos reduzir a importância da privatização de uma empresa estatal; contudo, nos perguntamos se essa abordagem tem a empatia de leitores. Sua perspectiva técnica afasta antes de agregar e complica antes de explicar. Parece querer juntar elementos para desqualificar o processo.

2.3 FORA DE COMBATE

A matéria seguinte, “CRT: TJE decide sobre mandado”, foi publicada em 26 de agosto de 1997, na capa do jornal.

CRT: TJE decide sobre mandado

O edital de pré-qualificação para a privatização parcial da CRT foi irregular porque reduziu a ampla competitividade no processo. A afirmação foi feita pelo desembargador Tupinambá Nascimento, ontem, durante sessão do Pleno do Tribunal de Justiça do Estado. Ele entendeu ainda que o edital não foi publicado, portanto é inexistente. A manifestação do desembargador se deu durante a análise de mandado de segurança impetrado pelo proprietário da Empresa Jornalística Caldas Júnior, Renato Bastos Ribeiro. A ação reivindicou o cancelamento do contrato de gestão e do acordo de acionistas resultantes da venda de 35% das ações ordinárias da companhia, além do afastamento dos dirigentes da CRT que representam empresas privadas minoritárias. Nascimento havia pedido vistas ao processo, na semana passada, para uma análise mais aprofundada.

No entanto, os desembargadores, por unanimidade, entenderam que para a questão não cabe mandado de segurança. O Pleno considerou que para o tipo de pedido cabe ação ordinária ou popular, que já estão tramitando em outras varas e câmaras do Judiciário. O desembargador Eliseu Gomes Torres também disse que a primeira etapa da licitação não obedeceu aos trâmites legais (CRT..., 1997).

2.3.1 Análise sócio-histórica

A matéria saiu oito dias depois do editorial analisado acima como uma sequência do mandado de segurança impetrado por Renato Ribeiro ao Edital de Pré-Qualificação da privatização parcial da CRT. Apresenta o resultado do julgamento do Tribunal de Justiça do Estado. Por unanimidade, os desembargadores entendem que para a questão não cabia esse tipo de processo. Explicam que seria necessário ingressar com ação ordinária ou popular. Ribeiro reivindica o cancelamento do contrato de gestão e do acordo de acionistas resultantes da venda de 35% das ações ordinárias da companhia, além do afastamento dos dirigentes que representam empresas privadas minoritárias.

Apesar da decisão, os magistrados cujas falas obtêm registros no **Correio do Povo** opinam que “o edital de pré-qualificação para a privatização parcial da CRT foi irregular porque reduziu a ampla competitividade no processo” (desembargador Tupinambá Nascimento) e “a primeira etapa da licitação não obedeceu aos trâmites legais” (Eliseu Gomes Torres).

As empresas que venceram a licitação se reuniram sob o consórcio Telefônica do Brasil. Na data da privatização, a composição acionária era: Telefônica Internacional, 30%; RBS, 30%; e o restante das ações dividido entre a Portugal Telecom, 23%; a Iberdróla (empresa de energia espanhola), 7%; e o Banco Bilbao Vizcaya, 7%, informam Santos e Capparelli (1999).

No foco de Ribeiro, está a suposta vantagem dada à RBS no processo. A possibilidade de expansão dos negócios da Mídia passa a ser temida. A concorrente, associando-se a um grupo estrangeiro, teria conseguido facilidades nos editais de privatização da CRT. Naquele momento, a Globalização indicava as possibilidades ainda maiores ao grupo.

Quanto à Cultura, o discurso perpassa a ideia de preservação da ordem dada e das normas, utilizando a fala dos desembargadores. Uma das características nominadas por Thompson que está presente é a convencional, em que o uso das Formas Simbólicas serve para enfatizar os traços da lei, da regra. A matéria é ainda intencional, ao apresentar argumentos contra o Edital de Pré-Qualificação embora a notícia em si se traduza na negativa do Tribunal de Justiça ao pleito de Ribeiro. Ao se desenhar dessa forma, apresenta a característica das Formas Simbólicas de estrutural.

2.3.2 Análise formal ou discursiva

Quanto às estratégias da Ideologia, a matéria começa com o Deslocamento. Seu modo de operação é a Dissimulação. A afirmação da primeira frase é colocada como uma verdade e, apesar de se referir à fala de um desembargador, não tem aspas. Trata-se de Deslocamento porque critica o Edital de Pré-Qualificação da privatização parcial da CRT sem deixar clara (como é o *lead* no texto jornalístico) a decisão tomada pelo Tribunal de Justiça gaúcho.

A Legitimação também é usada, baseada em fundamentos racionais (apelo à legalidade das regras dadas) e carismáticos (na figura dos desembargadores). Uma de suas Estratégias que aparece é a Racionalização, em que as ideias apresentadas visam a convencer o leitor. A Universalização faz crer que os interesses pessoais de Ribeiro correspondem aos da população em geral.

O Gênero da matéria é Jornalismo Informativo. Mesmo assim, os fatos não são narrados como numa notícia comum do jornal. A ordem de importância exigiria que a decisão do Tribunal de Justiça do Estado aparecesse logo no início, mas está apenas no segundo

parágrafo. A frase de abertura expressa um fato – “o edital de pré-qualificação para a privatização parcial da CRT foi irregular porque reduziu a ampla competitividade no processo” – e não o que realmente é: uma opinião de um desembargador. Não está entre aspas e tem o tom de verdade, não uma posição parcial. Mesmo assim, não há interpretação. Apenas as informações são trabalhadas intencionalmente.

Os desembargadores reproduzem os argumentos já utilizados no editorial analisado. Apesar de se tratar de pessoas diferentes, revela uma só: o dono do jornal buscando outras fontes para desqualificar o processo de privatização e, com isso, manchar o nome do governador e as empresas envolvidas no processo. São Poderes em conflito. Nessa matéria Ribeiro (o Poder da Imprensa) traz para si o Poder Judiciário no embate com o Poder da Imprensa RBS e o Poder Executivo. Embora o resultado da ação tenha sido desfavorável ao empresário do CP, no mérito da discussão os desembargadores com posição coincidente à sua foram contemplados.

2.3.3 Interpretação/reinterpretação

Os argumentos de Ribeiro, explicitados no editorial de 18 de agosto de 1997, são reintroduzidos na matéria na voz dos desembargadores. Apesar de a notícia ser a negativa do Tribunal de Justiça ao pedido, isso, contrariando o conceito de *lead*, deveria aparecer no início e não no segundo parágrafo. Poderia constar mesmo no título, mas a intenção do CP é destacar os argumentos favoráveis à opinião do seu dono. Portanto, a construção se situa como um híbrido entre Jornalismo Informativo e Opinativo. Há elementos dos dois Gêneros.

A opinião, diferentemente do editorial, não está ligada ao dono do jornal. Por isso se veste como notícia, mas transfigurada. A primeira frase, atribuída a Tupinambá Nascimento, poderia estar na página 4 (de artigos opinativos) da forma como foi colocada. Também ficaria bem numa matéria se estivesse entre aspas, marcando a autoria do desembargador, e não no início da matéria, tendo em vista que não reflete a decisão do TJE. Sua marca, que contamina o discurso, é apresentar a Ideologia contrária à negociação da estatal.

No grupo que divide os 35% da venda inicial está a RBS, a empresa que teria sido beneficiada pelo governador Antônio Britto no processo. Isso justifica a cruzada judicial de Ribeiro para reverter o processo ou ao menos gerar repercussão na sociedade gaúcha. Falta na matéria transparecer os motivos que o levaram a impetrar o mandado de segurança. Não há

clareza e, por isso, não é dado ao leitor o conhecimento de todos os atores envolvidos, suas posições, seus interesses, suas reivindicações. Somente assim ele poderia escolher com quem está a razão.

2.4 CP X BRITTO

É da editoria de Política as duas próximas análises. A matéria de um parágrafo “Britto recebe moção de repúdio” teve veiculação em 2 de junho de 1998. A sua transcrição:

Britto recebe moção de repúdio

Pela primeira vez na história gaúcha, um governador de Estado é penalizado pela Câmara Municipal de Porto Alegre com uma moção de repúdio. O fato inédito ocorreu ontem à tarde, após cerca de 90 minutos de debates. Por 16 votos contra 12, foi aprovada a proposta que condenou o Executivo e seus auxiliares, que, na última quinta-feira, mandaram publicar em jornais de Porto Alegre matéria paga que questionava a linha editorial crítica e independente do Correio do Povo. O proponente da moção de repúdio, vereador Pedro Ruas, do PDT, afirmou que ‘quem atinge ou tenta atingir a liberdade de imprensa, mesmo que seja eleito, como é o caso do senhor Antônio Britto, deve ser denunciado e combatido, pois está utilizando um instrumento de ditaduras’. A liberdade de imprensa, conforme o vereador, é um dos pilares da democracia, pois permite fiscalizar os atos dos que têm poder (BRITTO..., 1998).

2.4.1 Análise sócio-histórica

A matéria se insere num contexto de divergência entre a Caldas Júnior e o governador. A Câmara aprovou moção de repúdio a Antônio Britto menos de uma semana depois que o Executivo “mandou publicar em jornais de Porto Alegre matéria paga que questionava a linha editorial crítica e independente do Correio do Povo”. Para os 16 vereadores que defenderam o jornal, a liberdade de Imprensa estaria ameaçada por essa divulgação.

A Mídia, na visão de Thompson (2002), é importante meio de difusão cultural. Se nasceu vinculada a órgãos oficiais, como governos e igrejas, mais adiante se tornou um negócio comercial, dependente basicamente de anúncios publicitários, vendidos não só a entidades estatais, mas também a lojas, empreendimentos imobiliários, sindicatos e outras associações. O próprio surgimento do **Correio do Povo** no Rio Grande do Sul marcou o início de uma fase em que a notícia passa a ser mais preponderante do que a opinião e a

defesa de setores específicos. A liberdade de Imprensa se torna, no século XX, um dos pilares da democracia, como cita o vereador Pedro Ruas.

No discurso, não se explicita, porém, o motivo de o **CP** estar sendo afrontado na “matéria paga” encomendada pelo governo, o que representaria uma ameaça à Mídia como um todo. Deduzimos que a razão esteja na cobertura das notícias relativas ao governo, em que pesa o conflito entre o jornal e Britto em relação à CRT.

Renato Ribeiro teria interesse no processo, ainda em 1996, quando da privatização parcial da companhia (35% das ações ordinárias). Segundo o **Correio do Povo**, o Edital de Pré-Qualificação reduziu a ampla competitividade. Nem mesmo teria sido publicado. Ribeiro impetrou mandado de segurança, reivindicando o cancelamento do contrato de gestão e do acordo de acionistas, além do afastamento dos dirigentes da CRT. Os desembargadores do Tribunal de Justiça do Estado entenderam que para a questão não cabia mandado de segurança.

Os aspectos culturais presentes se referem à importância dada nos dias atuais à Imprensa, ao seu Poder de penetração na sociedade e sua ligação com as causas sociais. Na matéria está citada inclusive a função da Mídia de fiscalizar os atos de governantes. Os vereadores são os representantes da cidade que se voltam contra Britto para proteger outro Poder, o do jornal. Num ano eleitoral, estar alinhado com a Mídia é fundamental a quem tem pretensões de natureza política.

A escola que atribui à Mídia uma função na sociedade é a Teoria Funcionalista das Comunicações de Massa. Aproxima-se da Sociologia, tendo como base o estrutural-funcionalismo. Sua preocupação está nas “*conseqüências (sic) objetivamente verificáveis* da ação da mídia sobre a sociedade em seu todo ou sobre os seus subsistemas” (WOLF, 2005, p. 50, grifo do autor). Há nessa teoria o abandono da concepção de um efeito intencional no ato de comunicação. A manipulação, persuasão e influência abordadas por outros autores são aqui substituídas pela ideia de funções. O ponto de vista passa à sociedade e ao seu equilíbrio, ao funcionamento do sistema social e à contribuição que os seus componentes lhe trazem (entre eles os meios de comunicação de massa).

O campo de interesse de uma teoria dos meios de comunicação de massa não é mais definido pela dinâmica interna dos processos de comunicação (como é típico sobretudo da teoria psicológico-experimental), mas pela dinâmica do sistema social e pela função que as comunicações de massa nela desenvolvem (WOLF, 2005, p. 51).

O autor esclarece que a Teoria Hipodérmica descrevia a ação de Comunicação como uma relação mecânica de estímulo e resposta, enquanto a Estrutural-Funcionalista “salienta, ao contrário, a ação social (e não o comportamento) na sua aderência aos modelos de valor, interiorizados e institucionalizados” (WOLF, 2005, p. 52). A analogia é a um organismo, com partes diversas desenvolvendo funções e formando um sistema.

Wolf diz que existem quatro problemas fundamentais para a sociedade: conservação do modelo e controle das tensões, adaptação ao ambiente, atingir objetivos e integração entre suas partes. A Comunicação é um dos subsistemas envolvidos na busca pela realização desses desafios. Baseado em Wright, Wolf relaciona as atividades desse fenômeno: vigilância do ambiente, interpretação dos eventos, transmissão cultural e entretenimento.

Em relação à sociedade, a difusão da informação cumpre duas funções: fornece a possibilidade, diante de ameaças e perigos imprevistos, de alertar os cidadãos; fornece os instrumentos para realizar algumas atividades cotidianas institucionalizadas na sociedade, como trocas econômicas, etc (WRIGHT, [s.d.] apud WOLF, 2005, p. 56).

Quanto à pessoa, ele identifica outras funções: conferir *status* e prestígio a quem for foco da Mídia, dar valor aos que estão bem-informados e reforçar as normas sociais, no que tange à ética (WRIGHT, [s.d.]; LAZARFELD-MERTON, [s.d.] apud WOLF, 2005, p. 56). Esse último aspecto está em consonância com a matéria do CP. O jornal teria a missão de controlar os agentes públicos e interpretar as suas políticas e ações conforme a Cultura difundida e seguida. Wolf (2005, p. 60) alerta ainda que “o efeito da comunicação de massa é compreendido como consequência (sic) das gratificações às necessidades experimentadas pelo receptor: os meios de comunicação de massa são eficazes se o receptor lhes atribui essa eficácia e em que medida”.

O discurso do jornal enfatiza que, pela primeira vez na história gaúcha, um governador recebe moção de repúdio da Câmara Municipal. A frase, além de conter a ideia de ineditismo, conota um significado especial à herança rio-grandense, expurgando os atos de Britto desse imaginário. A Cultura regional é capaz de unificar identidades diversas em nome de uma história, língua e território, reforçando-se para sobreviver na Globalização.

Ao retratar a Revolução Farroupilha (1835-1845), Flores (2002, p. 15) destaca que a concepção de que o Estado forma uma pátria vem desse período.

Essa concepção de espaço físico, distinto das demais províncias brasileiras, chamou a atenção de nossos primeiros cronistas e historiadores, que nele buscaram o

determinismo geográfico no tipo de comércio, organização social, características psicológicas e formas políticas, gerando o embrião do nosso regionalismo, desenvolvido mais tarde sob os auspícios do positivismo.

A pecuária nivelou as condições de fortuna e possibilitou, ao lado da erva mate, diz o historiador, a formação de um rio-grandense “ativo, forte, de olhar altivo, dentes alvos e reta espinha dorsal” (FLORES, 2002, p. 16). A ideia de federação, que originou a revolução, tem como pano de fundo o trabalho de historiadores liberais e do romantismo literário que exalta as origens e a descrição de lugares, diz Flores (2002). Informa que coube a João Cezimbra Jacques, em 1896, a criação de um gênero literário baseado no mito do gaúcho. O autor vislumbra ainda a influência de Alfredo Varela ao considerar “o Rio Grande do Sul como uma natureza em transição, onde plantas, animais, paisagens, a própria vida, a indústria e o comércio do Brasil ficaram para trás” (FLORES, 2002, p. 17).

Além do espaço fronteiriço, o Rio Grande do Sul resulta de uma população heterogênea, de índios, brasileiros, portugueses, espanhóis, alemães e negros. Para Flores (2002, p. 58):

[...] a identidade rio-grandense não está na raça, mas na concepção de nacionalidade adotada pelos grupos dirigentes, influenciando nos diferentes segmentos sociais, adaptada às condições espaciais e temporais. Essa identidade se acentua com a proclamação da República Rio-Grandense, em 11-9-1836, quando os líderes transmitiram a idéia (sic) de que a província transformou-se na pátria, uma nova nação que luta pela liberdade e contra a opressão corrupta do Rio de Janeiro.

Quanto às características culturais do povo, o autor exalta que a formação da identidade levou em conta a liberdade e hombridade, principalmente na literatura regionalista. A doutrina liberal enfatizava a liberdade individual e de propriedade. Em relação aos ideais da Revolução Farroupilha, Flores (2002, p. 327) destaca que a igualdade não prosperou porque havia escravos, a fraternidade não foi atingida porque “o Exército revolucionário armava três acampamentos, um para os brancos, outro para os índios e um terceiro para os negros” e a humanidade “não existe num sistema revolucionário”. Ficam mantidas como utopias.

A imagem de um povo aguerrido, destemido, justo e seguidor das normas vem não da história, mas da representação que restou dela. A matéria do CP, ao evocar a herança gaúcha, refere-se a todos esses valores, mesmo sem mencioná-los. Em dois parágrafos e citando a história apenas na primeira frase, diz pouco e revela muito quanto às bases para a conformação de um povo.

2.4.2 Análise formal ou discursiva

Entre as Estratégias da Ideologia adotadas, aparece a Legitimação. Apela-se à tradição do **Correio do Povo**, com sua “linha editorial crítica e independente”, para condenar a atitude de Britto. Nesse sentido, é usada a Racionalização, com uma teia de raciocínio que relaciona o jornal ao conjunto da Mídia que merece ter sua liberdade preservada em prol da democracia.

Pela Unificação (estratégia de Padronização), também é passada a concepção de que o **CP** representa a Mídia como um todo. A matéria prevê que a parte simboliza o Poder de contestação, crítica e tribunal dos governos, em nome da população. Na Fragmentação, há o Expurgo do Outro, com Britto sendo considerado o primeiro governador do Estado “penalizado pela Câmara Municipal de Porto Alegre com uma moção de repúdio” e, na visão de Pedro Ruas, que utiliza “um instrumento de ditaduras”.

Na estratégia de Naturalização (ligada à Reificação, modo de operação da Ideologia), o jornal é tido como naturalmente um instrumento da liberdade de Imprensa e da democracia, independentemente de suas condutas e Ideologia. Não se dá nenhum espaço para a controvérsia e a análise dos fatos que contextualizariam essa situação.

O próprio Carlos Ribeiro admite não ter havido sempre isenção ao se tratar do governador:

[...] evidentemente que ele não tinha a nossa simpatia, em função dessas atitudes dele. Mas o noticiário em si não chegava a ser... Claro, é normal que não haja a mesma boa vontade, digamos, mas se falava menos dele, se falava pouco, às vezes não falava, mas isso é normal, nada de especial. Nada de especial.

A moção de repúdio ao governador dada pela Câmara é narrada, incluindo apenas a sessão, o número de votos, o motivo e os argumentos do proponente. As palavras nos expressam que se trata de Jornalismo Informativo. Não aparecem opiniões de quem escreveu o discurso, apenas as que estão creditadas a Pedro Ruas. Não nos espanta que coincidam com a posição favorável ao jornal ante Britto. Nem todas as situações do contexto estão explicitadas nessa curta matéria da página da Editoria de Política.

Fica visível na matéria a tentativa de diferenciar o Poder da Mídia como voltado ao interesse público, com uma abordagem independente, sem ligação com partidos ou

Ideologias, e o Poder político exercido por um governante que estaria tomando atitudes favoráveis a um segmento, não ao todo. Por isso, Britto é visto como contrariando a história regional, ao questionar o **Correio do Povo**.

2.4.3 Interpretação/reinterpretação

Britto não fala na página em que estão duas matérias dirigidas diretamente contra ele (a outra será analisada a seguir). Como parte da Interpretação/Reinterpretação, podemos dizer que o **Correio do Povo** usa o espaço destinado à informação em causa própria. Em sua cruzada contra o governador, ele não se manifesta e suas atitudes são ligadas a “instrumentos da ditadura”, enquanto o jornal fica classificado como representante da liberdade de Imprensa.

A expressão “matéria paga” que consta é desconhecida da maioria dos leitores e nem assim explicada. Intencionalmente visou a designar um ato de “compra” do espaço por parte do governo em jornais da cidade. Apesar de influências econômicas nas publicações (de anunciantes ou pessoas que usam Poder), não há “matéria paga” nas redações jornalísticas. A distinção que se faz é entre conteúdo editorial (obtido de entrevistas, trabalhos de repórteres e agências de notícias) e anúncios publicitários (espaços delimitados que se distinguem das matérias jornalísticas e veiculam promoções comerciais ou a pedidos, notas contendo opiniões geralmente assinadas). A “matéria paga” à qual se refere o texto se trata de um “a pedido”, assinado pelo governador. É pago como um anúncio publicitário, busca deixar clara uma opinião e deve ter a identificação de alguém, que o assina. A expressão foi usada intencionalmente para colocar suspeita sobre o discurso e a relação de Britto com outras empresas, notadamente a RBS, dona de ações da CRT.

A reação veio com um texto jornalístico ao qual a palavra de vereadores (Poder Legislativo) se soma à de desembargadores e do empresário (na matéria e no editorial analisados anteriormente). Todas são variações do mesmo tema e trazem alegações semelhantes. Nessa última fica a impressão da imagem desgastada de Britto, o único governante a receber moção de repúdio da Câmara de Porto Alegre.

Diante dos valores gaúchos, calcados na liberdade e na hombridade, o governante é colocado como uma exceção à regra. A classe política fala em nome do jornal e recorre à sua tradição e história para justificar que nesse conflito quem destoa das regras democráticas é Britto.

2.5 VÍTIMA X CULPADO

No dia da matéria anterior (2 de junho de 1998) e na mesma editoria, foi publicada a matéria “Aprovada nota de solidariedade”, tratando da sessão da Câmara Municipal que votou nota de solidariedade ao **CP**:

Aprovada nota de solidariedade

Uma moção de solidariedade ao **Correio do Povo** foi aprovada, ontem, pela Câmara Municipal de Porto Alegre. O pedido foi protocolado pela líder da bancada do PT na Câmara, vereadora Maria do Rosário, com a assinatura de todos os vereadores do PT, mais os líderes das bancadas de PDT, PPS, PSB e PTB.

A vereadora justificou o seu pedido de solidariedade em três pontos: a confiança com que o **Correio do Povo** atua, mostrando total imparcialidade; o veículo foi atacado, em nota publicada em vários jornais e assinada pelo governador Antônio Britto; a necessidade de se solidarizar à luta do Correio do Povo em defesa da transparência da gestão pública e do patrimônio, especialmente na venda da CRT. Maria do Rosário acrescenta que a Câmara Municipal se coloca contra qualquer cerceamento da liberdade de informação e, mais uma vez, reconhece o valor do jornal. 'A sociedade gaúcha não aceita a versão única dos fatos e o **Correio do Povo** é a garantia da informação democratizada de um veículo de comunicação', disse (APROVADA..., 1998).

2.5.1 Análise sócio-histórica

Nessa matéria o caso CRT é explicitamente citado. Retrata a moção de solidariedade recebida pelo **Correio do Povo**, em contraposição ao repúdio a Antônio Britto. O jornal é citado como defensor “da transparência da gestão pública e do patrimônio, especialmente na venda da CRT” pela então vereadora Maria do Rosário. O veículo seria “a garantia da informação democratizada de um veículo de comunicação”. Como justificativa da moção dada pela Câmara Municipal está o fato de o governador ter publicado nota em vários jornais atacando o **CP**.

A vereadora destaca a imparcialidade do jornal, um dos preceitos básicos da Mídia na atualidade. Desde que passaram a representar o interesse público, os veículos de Comunicação de Massa deixaram de carregar bandeiras pró-partidos políticos, governos e facções. Se a objetividade na narração de fatos seria apenas uma meta inatingível, mas ideal, a imparcialidade significa mais uma intenção de procurar dotar a notícia de todos os ângulos

possíveis do que a capacidade real de um ser humano de ser imparcial. Tudo o que é relatado, observado e comentado se refere a uma visão limitada e não total da realidade.

Maria do Rosário fala em cerceamento da informação, uma realidade explícita em tempos de ditadura, como a que o Brasil viveu de 1964 aos anos 80. Não fica claro que tipo de censura o **CP** estaria sofrendo por parte do Executivo estadual.

Quanto à Cultura, mais uma vez se enfatizam os valores da sociedade gaúcha. Pelo discurso, ela seria exigente e cobraria várias versões de um fato. Há claramente o desejo de defender o jornal. Além da característica intencional, as Formas Simbólicas, segundo Thompson, aparecem os aspectos referenciais e contextuais (a relação com o texto anterior, publicado na mesma página, a citação do caso CRT).

2.5.2 Análise formal ou discursiva

Como modos de operação da Ideologia notamos a presença de Legitimação e Dissimulação. Pela Legitimação, é usada a Universalização, levando a crer que o jornal serve aos interesses da maioria, exemplificados pelo patrimônio do Estado, enquanto estão escondidos os propósitos empresariais do grupo na questão. O leitor que não sabe o contexto da privatização da CRT não é esclarecido nessa matéria a respeito do andamento do processo e da participação do dono do jornal na questão. Aqui só aparece como defensor do que é público.

Como parte da Dissimulação, os vereadores “fazem de conta” que o jornal é imparcial e garante a informação democratizada. O **CP** não se coloca como oposição a Britto, mas como vítima de suas estratégias para “vender” o patrimônio do Estado.

O Gênero Jornalístico é o Informativo. A opinião explicitada é da vereadora Maria do Rosário, autora da proposta de moção de solidariedade ao **CP**. O fato de ser conduzida de uma maneira intencional, não conforme o fato em si, mas dependendo de seu uso ideológico, dá sinais de editorial. Justificamos nossa posição pela forma como o discurso é costurado. Ele é Informativo, mas a opinião manifestada mais uma vez se traduz na posição do jornal.

Os representantes do Poder político que têm uma visão contrária ao Neoliberalismo se servem do fato de o **Correio** se opor a Britto para unir forças e demarcar fronteiras entre os lados. Eleitoralmente, para esses vereadores e partidos (estão citados PT, PDT, PPS, PSB e PTB), é interessante destacar o afastamento das ideias privatistas. Nesse contexto, não os cabe

questionar se o jornal é realmente imparcial, mas se sua conduta condiz com os propósitos políticos. Soa simpático falar pró-patrimônio público, levando em conta os valores arraigados de parte da população gaúcha, confirmados nas urnas. A neutralidade, para esses vereadores, contaria pouco. Mesmo sem interferir na questão em si da privatização, no momento, interessava esclarecer diferenças ideológicas e antagonismos.

2.5.3 Interpretação/reinterpretação

Na leitura conjunta das duas matérias publicadas na página 2 de 2 de junho de 1998 (“Britto recebe moção de repúdio” e “Aprovada nota de solidariedade”), é possível entender um pouco melhor o momento vivido pelo jornal e por Britto. Mesmo assim, na Interpretação/Reinterpretação, podemos dizer que o leitor tem acesso parcial aos dados. Duas matérias enxutas dizem, resumidamente, que a Câmara aprovou a moção de repúdio ao governador e a moção de solidariedade ao jornal. Numa visão maniqueísta, Britto é o mal e o **Correio do Povo**, o bem. Os vereadores explicam a tomada de atitude, mas o discurso não remete aos fatos vividos naquele inverno de 1998.

O maniqueísmo persiste: luta pela transparência da gestão pública e a favor do patrimônio público *versus* privatização, linha editorial crítica e independente, com informação democratizada *versus* uso de instrumentos da ditadura. Trata-se de um embate entre vítima e culpado. Uma visão parcial dos fatos, justamente o que foi criticado.

O termo maniqueísmo indica “o clássico dualismo gnóstico do espírito e da matéria, do bem e do mal, da luz e das trevas, assumido de modo absoluto ou radical” (FREITAS, 1991, p. 610). Sua origem remonta a Mani, que viveu entre 216 e 277 d.C. Segundo o autor, ele se intitulava profeta e criou uma Igreja chamada Reino da Luz. Seus ensinamentos foram difundidos pela Ásia, Norte da África e Europa. Os luteranos, no século XVI, estudaram Mani para tentar retirar de Lutero a fama de dualista. Sua influência vai além da religião e a visão dual continua influenciando teorias e culturas mundo afora.

2.6 BRIZOLA ENTRA EM CENA

A matéria seguinte analisada foi publicada na capa de 22 de junho de 1998. Intitulada “Brizola inconformado com a venda da CRT”, está transcrita abaixo:

Brizola inconformado com a venda da CRT

O governador Antônio Britto será o único governante gaúcho que passará para a história como mentiroso e sem palavra. Esta acusação foi feita sábado pelo presidente nacional do PDT, Leonel Brizola, que se disse inconformado com a venda do controle total da Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT). Brizola fez o pronunciamento durante a convenção estadual do PDT, na sede do partido em Porto Alegre, que homologou o nome da senadora Emília Fernandes como candidata ao Palácio Piratini e o do vereador Pedro Ruas para o Senado.

De acordo com Brizola, a CRT tem um significado estratégico para o desenvolvimento do Estado, “o que, infelizmente, Antônio Britto não conseguiu perceber na sua sanha por se desfazer de todo o patrimônio estatal”. O líder pedetista disse que o fato de o governador ter trabalhado para uma empresa que participa do consórcio comprador e, ainda assim, ter feito a venda, significa que, “além de mentiroso, o governador procedeu sem ética. Quando a oposição denunciou, na campanha de 94, que ele pretendia vender a CRT, ele nos chamou de mentirosos. Agora, o povo rio-grandense sabe quem é o mentiroso. Temos a expectativa de que os gaúchos, um povo dos mais honrados, darão a resposta certa que os mentirosos merecem”, desabafou.

Uma das coisas que mais indignaram Brizola, segundo ele afirmou, foi a declaração, feita na véspera pelo presidente da RBS, de que há três anos trabalhava para conseguir esse controle acionário da CRT. “É uma situação intolerável. Então, há três anos eles estão conversando com o governo, há três anos vêm conspirando essa situação altamente lesiva ao Estado.”

Além de críticas ao processo de privatização da CRT, Brizola falou também sobre a Telebrás, dizendo que todas as privatizações passarão por uma auditoria para ver da legalidade das mesmas no caso da vitória da coligação PT-PDT para a Presidência da República. Ressaltou, ainda, que o atual ministro das Comunicações, Mendonça de Barros, sabe apenas vender o patrimônio do Brasil, desconhecendo a sua importância (BRIZOLA..., 1998).

2.6.1 Análise sócio-histórica

Em junho de 1998, quando foi publicada a matéria, grande parte (85,1%) das ações da empresa passou para o consórcio liderado pela Telefônica de Espanha. A fonte da matéria analisada é o ex-governador Leonel Brizola, do Partido Democrático Trabalhista (PDT), então candidato a vice-presidente da República na chapa liderada por Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT). Reconhecido inimigo político do governador Antônio Britto, Brizola vocifera contra a venda do controle da CRT, empresa que criou em 1962 ao cassar a permissão da Companhia Telefônica Nacional, cujo controlador acionário era a norte-

americana International Telephone and Telegraph Corporation (ITTC). Também alega que Britto trabalhou para uma empresa participante do consórcio (RBS).

Brizola é o símbolo da resistência ao capital estrangeiro. Bandeira (1979, p. 61) lembra que a meta do então governador consistia em dotar o Rio Grande do Sul de 1 milhão de kW e de um moderno sistema de comunicações. A produção de energia dependia de algumas termoelétricas a carvão e óleo e poucas hidrelétricas. A Companhia de Energia Elétrica Riograndense era filial da Bond & Share. A empresa queria a renovação da concessão por 35 anos. O Estado determinou o tombamento físico e contábil da empresa. Bandeira prossegue dizendo que em 13 de maio de 1959 o Diário Oficial de Porto Alegre publicou o decreto de expropriação da filial pelo preço simbólico de 1 cruzeiro, com a autorização do presidente Juscelino Kubitschek. “O Secretário do Tesouro Americano, Douglas Dillon, considerou o fato mau exemplo para os demais países latino-americanos, pois, àquela época, nem mesmo Cuba, já sob o governo de Fidel Castro, havia adotado atitude semelhante” (BANDEIRA, 1979, p. 62).

Brizola justifica a atitude alegando que o Brasil e o Estado enfrentavam um processo espoliativo por parte das corporações internacionais. “Consolidou-se então sua consciência antiimperialista (sic), que o consagraria como intérprete das aspirações nacionais do povo brasileiro” (BANDEIRA, 1979, p. 63).

A mesma atitude que teve em relação à energia, seguiu com as telecomunicações. A concessão à Companhia Telefônica Riograndense, filial da ITTC, estava no fim. Bandeira (1979) informa que o Estado mandou engenheiros à Europa para se especializarem no tema e criou um fundo para financiar o setor. As discussões com a corporação demoraram até que se chegou a um acordo: o Estado participaria com 25%, a ITTC, 25% e o público, 50%. Após controvérsia sobre o acervo, o governo constituiu a CRT. A ITTC recuou. Houve muita reação dos EUA.

Em entrevista a Bandeira (1979, p. 181), Brizola se explica:

A minha imagem era a do homem que queria expropriar, indiscriminadamente, todas as empresas estrangeiras. Na realidade, o meu propósito não era bem este. Procurei situar-me do problema, com as limitações da época. Por exemplo, só expropriei a Bond & Share e a ITT quando elas se mostraram irredutíveis, não admitindo qualquer acordo, que não fosse à base de suas imposições. Na conferência que fiz na União Nacional dos Estudantes, propugnei, em relação aos investimentos estrangeiros, por uma solução de entendimento, de modo que não perdêssemos o poder de decisão, como parte da soberania do País, e obtivéssemos o controle da tecnologia, fórmula que muitos países, inclusive os socialistas do Leste europeu, vêm adotando. Agora mesmo o próprio regime militar seguiu aquele caminho na questão dos computadores. Hoje a realidade brasileira é muito mais grave e

complexa em virtude (sic) da abertura indiscriminada aos capitais e investimentos estrangeiros promovida pelo Governo brasileiro depois de 1964.

Para Brizola, as multinacionais traziam implicações quanto à soberania dos estados nacionais. “Nós temos que encontrar meios para discipliná-las e sobrepôr às suas conveniências a supremacia dos interesses do povo brasileiro, especialmente no tocante à posse e à exploração de nossas matérias-primas” (BANDEIRA, 1979, p. 181).

Muitas das atitudes de Brizola são explicadas por seu passado de menino pobre no interior gaúcho. Nascido em 1922 onde hoje se encontra o município de Carazinho, a sua infância é marcada também pela política. O pai, José Brizola, morreu vítima da guerra civil entre os partidários de Borges de Medeiros, então governador, os chimangos, e a Aliança Libertadora, os maragatos (BANDEIRA, 1979, p. 42-43). O menino Itagiba se espelhava no herói da Aliança Libertadora Leonel Rocha, o que fez a família a mudar o seu nome. Depois de outros caminhos, Brizola chegou a Porto Alegre para estudar e trabalhar. Chegou à Escola de Engenharia e pavimentou seu caminho político, ajudando a organizar o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). Foi eleito deputado estadual, deputado federal e prefeito de Porto Alegre até atingir o cargo de governador, com vitória em 90% dos municípios, informa Bandeira (1979, p. 57).

A sua administração foi marcada pelo binômio educação popular e desenvolvimento econômico, diz o autor. Cita algumas das realizações:

Em apenas 4 anos de mandato, ou seja, de 1959 a 1962, o Governo de Brizola construiu 5.902 escolas primárias, 278 escolas técnicas e 131 ginásios, colégios e escolas normais, totalizando 6.302 novos estabelecimentos de ensino, abriu 688.209 novas matrículas e admitiu 42.153 professores. (BANDEIRA, 1979, p. 59).

Outros feitos de Brizola foram a implantação da Caixa Econômica Estadual, que captava recursos e aplicava em finalidades sociais, o fortalecimento do Banco do Estado, a criação da Refinaria Alberto Pasqualini e da Aços Finos Piratini.

No campo da política, sua trajetória ficou marcada pelo Movimento da Legalidade. A partir da renúncia de Jânio Quadros da Presidência da República, o posto seria de João Goulart, cunhado de Brizola, mas havia reações militares contrárias, as mesmas que ligavam Jango com o insurgente comunismo internacional, lembra Bandeira (1979). O Palácio Piratini virou centro de resistência. Brizola usou a Rádio Guaíba para entrar em cadeia com outras emissoras nacionais, pois “os militares golpistas cortaram todos os canais telefônicos do

Estado, só restando uma linha de ligação com Montevideú, inaugurada pelo próprio Brizola quando Secretário de Obras Públicas” (BANDEIRA, 1979, p. 81). Atitude que acabou garantindo o poder a Jango. Com a ditadura de 1964, Brizola foi para o exílio.

Apesar da Rede da Legalidade ser formada a partir da Rádio Guaíba para garantir a posse de Jango, o líder nunca esteve próximo da Empresa Caldas Júnior. Naquela época, Breno Caldas exigiu do governador um documento oficial, se eximindo das responsabilidades. Ainda no governo, Brizola falava diariamente na Rádio Farroupilha. Um dos seus alvos eram os veículos da Caldas Júnior. Para ele, estavam atrelados aos interesses do capital monopolista e estrangeiro. O CP reagia.

Já na gestão Ribeiro, Brizola parece próximo da Ideologia do jornal. Não havia semelhanças, mas o político e o veículo em 1998 tinham um motivo para se unir: derrotar Britto na próxima campanha, começando por atrelá-lo ao desmonte do Estado.

Quando saiu a matéria do CP, o líder trabalhista fazia suas últimas incursões na política como candidato a vice-presidente da República na chapa com Luiz Inácio Lula da Silva. Esse ano de eleições para o Palácio do Planalto e o Palácio Piratini fazia parte do período de privatizações.

Como explicita Thompson (1990 e 2004), mais recentemente, as indústrias da Mídia buscam se inserir nesse mercado global e formam conglomerados buscando a convergência entre tecnologias de informação e Comunicação, como era o caso da RBS, ao participar do consórcio que inicialmente assumiu o controle acionário da CRT.

Na análise, perpassa a questão cultural: que valores os gaúchos e seus governantes davam ao Estado? Entre as suas funções e atribuições está o controle de áreas essenciais, como as telecomunicações?

Quanto às características das Formas Simbólicas, no caso da reportagem de 22 de junho de 1998, tem a clara intenção de dizer, usando Leonel Brizola, que Britto mentiu na campanha de 1994 ao garantir que não venderia a CRT (BRIZOLA..., 1998). A característica contextual remete à recente privatização e ao início de uma nova campanha eleitoral, em que questões como essas voltariam a aparecer. Os confrontos entre modelos divergentes também estariam em pauta. Antônio Britto e Fernando Henrique Cardoso concorreram à reeleição.

2.6.2 Análise formal ou discursiva

Destacamos como um dos modos de operação da Ideologia a Unificação, por meio da estratégia de Padronização – para Thompson (1990), um fundamento partilhado e aceitável de troca simbólica. Os gaúchos são citados na reportagem como “um dos povos mais honrados”. Essa ideia generalizante considera que todos os rio-grandenses comungam da mesma conduta. As origens da concepção estão em Flores (2002) e explicam em grande parte elementos do imaginário gaúcho que generalizam comportamentos e modos de ser como que determinados pelo território, língua e história comuns.

Outra forma presente é a Fragmentação, com a estratégia de Expurgo do Outro, retratando o inimigo Britto como “mentiroso” e que procedeu “sem ética” e com “sua sanha por se desfazer de todo o patrimônio estatal”. Ao apontá-lo como “o único governante gaúcho que passará para a história como mentiroso e sem palavra”, o discurso recorre a uma afirmação fragmentada, sem possibilidade de comprovação. Ao contrário do que dizem os manuais de Jornalismo, essa frase opinativa (a que dá início à matéria) deveria conter aspas, pois foi dita por Leonel Brizola.

Nessa matéria aparece a Reificação, que serve para ofuscar ou eliminar o caráter sócio-histórico dos fenômenos. Isso se mostra pela redução do fato à fala de Brizola criticando a conduta de Britto na campanha de 1994 (de não admitir a venda da CRT) e durante o governo (de abrir a companhia ao capital privado e “conspirar” a favor da RBS). O discurso não conecta essas situações ao contexto socioeconômico do Rio Grande do Sul e do país. Despreza ainda consequências positivas e negativas da privatização como se os aspectos desfavoráveis se constituíssem num consenso entre a população, sem necessidade de elucidá-los e discuti-los.

Uma das estratégias da Reificação, a Eternalização, fica demonstrada pelo fato de que a participação da RBS no consórcio vencedor é vista como imutável, uma situação que não pode se reverter.

Inserir-se no Gênero Informativo, mas a sua intenção é expressar opiniões. Mesmo que sejam do entrevistado Leonel Brizola, transmitem o que Ribeiro quer: chamar Britto de mentiroso, sem ética e ligado aos interesses da RBS, que inclusive estaria interessada nas ações da CRT havia três anos.

O Poder, na concepção de Thompson (1990, p. 199), é “a capacidade de agir na busca de seus próprios objetivos e interesses.” Esse Poder de agir está relacionado à posição do

indivíduo dentro de um campo ou instituição. Isso também permite que mantenha determinadas relações sociais. No discurso de 22 de junho de 1998, a aproximação entre Britto e a CRT, denunciada por Brizola, se insere nessa concepção.

2.6.3 Interpretação/reinterpretação

A partir da contextualização sócio-histórica e da atenção às Estratégias da Ideologia presentes, concluímos que o **Correio do Povo** usou o discurso de Leonel Brizola para expressar a opinião do seu dono, Renato Ribeiro, contra a forma como foi conduzida a privatização da CRT e o “favorecimento” à RBS. Por isso é um híbrido entre os Gêneros Informativo e Opinitivo. Supostamente excluído do processo de compra da CRT, Ribeiro elegeu Britto como inimigo e passou a tê-lo como alvo. Ainda mais que o grupo mais forte de Comunicação do Estado, a RBS, participou do primeiro consórcio que assumiu o controle da companhia. As opiniões são dadas por alguém representativo, com legitimidade, que implantou a estatal e tem uma história ligada à defesa do patrimônio público.

Esse “favorecimento” à RBS apontado por Brizola mostra como a reportagem critica o uso do Poder (a aproximação ao Estado). O próprio Ribeiro também se beneficia do Poder de controlar um jornal para publicar matérias do seu interesse, no lugar mais destacado (a capa).

Nem chega a apresentar argumentos contrários à privatização. Seu alvo é a conduta do governador. Brizola apenas refere o “significado estratégico para o desenvolvimento do Estado” que a CRT representava e põe em dúvida a legalidade das privatizações no país ao sugerir que, se sua coligação fosse eleita, haveria auditoria.

Quem dá essa opinião tem o respaldo da história. Foi alguém que criou a companhia rio-grandense ao mexer com os interesses estrangeiros décadas antes. Um símbolo da luta contra a “espoliação” de corporações privadas, Brizola se constitui no personagem ideal para entrar em cena no momento em que o Estado se desfazia da estatal. É como se em 1998 o governo gaúcho renunciasse à tradição e desfizesse a trilha desenhada pelo trabalhista.

3 DESISTÊNCIA DA FORD: UM TEMPO DE AMBIGUIDADES

A investigação sobre a cobertura do **Correio do Povo** em relação à saída da Ford levará em conta cinco reportagens e um editorial. Um tema recorrente, a desistência da montadora de instalar a fábrica em Guaíba, na Região Metropolitana de Porto Alegre, cerca as campanhas eleitorais no Estado. O episódio culminou em sua maioria com lamentações. Até mesmo segmentos do Partido dos Trabalhadores não esconderam o desgaste político do acontecimento. As matérias e o editorial serão transcritos antes de cada análise e seguirão a ordem cronológica.

3.1 RESQUÍCIOS DO CASO CRT

O editorial intitulado “Festa com o dinheiro do povo” foi publicado na capa do jornal de 8 de outubro de 1997.

Festa com o dinheiro do povo

Grandes comemorações e muita publicidade foram feitas para o anúncio da instalação de uma montadora da Ford no Estado. Anúncios e discursos tentaram transformar em trabalho do governador e de alguns secretários o que na verdade foi comprado. No caso anterior da General Motors, o empréstimo de R\$ 253 milhões concedido pelo Estado foi feito de tal forma que jornais do centro do país não tiveram dúvidas em classificá-lo como doação, para a qual foi usado o dinheiro do povo.

Com a Ford, devido à repercussão negativa do empréstimo para a GM, tudo foi maquiado como um empréstimo do BNDES. Também neste caso, contudo, é uma doação de dinheiro e quem vai pagar é igualmente o povo do Rio Grande do Sul.

Todos os custos acima de 6% ao ano, fixos, serão bancados e pagos pelo povo. A correção monetária, mais a diferença de juros sobre os R\$ 750 milhões, representarão, em um prazo de 15 anos, na melhor das hipóteses, um valor fantástico; na pior, um valor impagável para a população gaúcha.

No caso da GM, o valor já foi repassado e em pouco tempo vai cair no esquecimento. No da Ford e em outros casos não revelados pelo governo, os custos ficarão para as próximas administrações, que terão que chamar o povo para pagar a conta, como o governo atual já fez ao aumentar o ICMS para 18% ao mesmo tempo em que repassava recursos subsidiados a algumas empresas privadas.

Promete agora, para fazer crer que tudo é legal, mandar os acordos para aprovação prévia da Assembléia Legislativa, como se aquela Casa tivesse autoridade para aprovar doações de dinheiro a empresas privadas. Isto é inconstitucional tanto para o governador como para a Assembléia, apesar de que ambos não hesitaram em autorizar a venda da CRT sem alterar a Constituição do Estado. Em seus anúncios festivos, o governo também não informou por que estas poucas indústrias foram agraciadas com o pagamento pelo Estado de parte dos seus custos, quando empresas aqui instaladas há dezenas de anos tiveram que deixar o Rio Grande do Sul para sobreviver, sem terem recebido qualquer oferta sequer parecida, sem contar as que

encerraram suas atividades. A população assistiu e amargou o fechamento de empresas em seus municípios, com perda de empregos. Neste caso, porém, o governo não fez qualquer anúncio, já que não seria de festa.

Nas comemorações da vinda da Ford não foi dito que, além da isenção de impostos, o povo do Rio Grande foi chamado a pagar, desde já, se formos otimistas, cerca de mil dólares por cada carro que será produzido pela badalada fábrica a partir do ano 2000, mesmo que sejam vendidos para outros estados ou para o exterior. O dinheiro vai sair do bolso de cada cidadão gaúcho, para que outros usem estes carros em todo o mundo.

Qual então o verdadeiro motivo para tamanhas doações a empresas privadas? Onde estarão o governador e alguns de seus secretários após o término do mandato? Ninguém sabe. Temos apenas a certeza que o povo estará aqui no Rio Grande para pagar as dívidas acumuladas por este governo, apesar das vendas do patrimônio público.

Para o desenvolvimento do Estado não é necessário nem doar dinheiro público nem vender o patrimônio da população. Bastaria o governo trabalhar com eficiência. (FESTA..., 1997)

3.1.1 Análise sócio-histórica

O editorial mostra resquícios da reação do CP à privatização da CRT. Foi publicado na metade do governo de Antônio Britto. O caso inclusive é lembrado, relacionando a aprovação de doação de dinheiro a empresas privadas a um “ato inconstitucional” tal como o da negociação da estatal, “apesar de que ambos (o governo e a Assembleia Legislativa) não hesitaram em autorizar a venda da CRT sem alterar a Constituição do Estado”.

No ano da publicação – 1997 – o Executivo aprovou o projeto de lei instituindo o Fundo de Desenvolvimento para Complexos Industriais e, em 1998, outra proposta dando ao Fundo Operação Empresa (Fundopem) a responsabilidade de examinar o destino de recursos, geridos pelo Banrisul, conforme Biz (2002). Estava criado o caminho para a Ford vir para o Rio Grande do Sul.

Em 1997, o protocolo de intenções assinado pela empresa e pelo governo incluía a compra de uma área de 600 hectares no município de Guaíba, instalação de infraestrutura e concessão de incentivos, além de intermediação junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) de financiamento de R\$ 760 milhões, com 6% de juros anuais (BIZ, 2002, p. 63). O excedente seria coberto pelo governo. Cinco meses depois, o acordo foi redefinido, com o empréstimo de R\$ 550 milhões via BNDES, e financiamento do Estado de R\$ 210 milhões, sem custeio do diferencial de juros, continua o autor (p. 63).

Em 13 de março de 1998, o Conselho Diretor do Fundopem liberou a verba para a empresa. Antes disso, o Decreto nº 38.159, de 9 de fevereiro de 1998, garantiu crédito especial do orçamento do Estado, no valor de R\$ 210 milhões. O empréstimo seria devolvido após cinco anos de carência, ao longo de mais de 15 anos, sem correção monetária e com juros anuais de 6% (BIZ, 2002, p. 64).

O editorial questiona o uso da Mídia (via publicidade) para anunciar a instalação da montadora como resultado do trabalho do governador e de alguns secretários, enquanto o que houve, segundo o CP, foi “festa com o dinheiro do povo”. O jornal prossegue, dizendo que “tudo foi maquiado como um empréstimo do BNDES”, a partir da experiência com a GM, com sua “repercussão negativa”. Estava sendo propagandeada a operação como um incentivo para o desenvolvimento do Estado.

A escolha, conforme o seu presidente, Ivan Fonseca e Silva, se deu por estratégica posição no Mercosul, condições logísticas (portos e transporte marítimo), infraestrutura em geral e qualidade da mão-de-obra (BIZ, 2002).

A companhia foi fundada em 1903, em Detroit (Estados Unidos), com capital inicial de 28 mil dólares²⁴. O primeiro automóvel, Modelo A, apareceu em seguida, tendo 1.708 itens fabricados até o ano seguinte, quando começou a exportação para o Canadá. Em 1908, foi a vez do Modelo T, que, segundo a empresa, deu origem às ideias revolucionárias de Henry Ford. Com construção simples e baixo preço, o carro “deixava de ser um luxo para poucos”.

Não apenas uma indústria automobilística, a Ford serviu como um modelo de economia conhecido como Fordismo, que durou até a década de 60. Em 1913, Henry Ford instituiu uma nova organização na produção e no trabalho, destinada a fabricar o Modelo T por um preço relativamente baixo, de forma que fosse comprado em massa, segundo Gounet (1999). Os operários, antes especializados em mecânica, passaram a ser divididos em diferentes etapas do processo.

Gounet (1999) destaca que a antiga maneira de operação levava de 12 horas e 30 minutos para montar um veículo. Com o Taylorismo (identificado por ele como organização científica do trabalho, compreendendo o parcelamento de tarefas, a racionalização das operações sucessivas e a padronização das peças), o tempo ficou em cinco horas e 50 minutos. O treinamento levou em algum tempo a duas horas e 38 minutos. Em 1914, diz Gounet (1999), o veículo era produzido em uma hora e meia.

²⁴ FORD. *História*. [2007]. Disponível em: <<http://www.ford.com.br/Default.asp#inicio>>. Acesso em: 23 jul. 2008.

Essa forma de organização conhecida como Fordismo e Taylorismo pode ser melhor entendida se a enxergarmos por meio de uma metáfora, a da máquina. Morgan (2000) diz que essa teoria tem orientado a administração desde a Revolução Industrial. Podemos resumir-la como focada na mecanização, na divisão de trabalho especializada e no aumento da produção. As ações são planejadas dentro de uma estrutura racional de tarefas e as pessoas passam a operar como máquinas e se comportar de maneira predeterminada. Morgan (2000) elucida que foi no começo do século XX que essas ideias ganharam uma teoria abrangente. De Max Weber veio a lição sobre os benefícios da burocracia, ao enfatizar a precisão, velocidade, clareza, eficiência, supervisão hierárquica, regras e divisão fixa de tarefas. Na atualidade, o conceito tomou uma conotação pejorativa.

Morgan prossegue lembrando que teóricos clássicos da Administração – Henri Fayol, F. W. Mooney e Lyndall Urwick – sonharam com uma gestão próxima a uma máquina, com especialização, autoridade centralizada, disciplina e subordinação aos interesses individuais aos da organização. Na década de 1990, a Reengenharia ilustra a tentativa de chegar a esses objetivos de racionalidade.

Quanto a Taylor, Morgan (2000) elucida que o seu trabalho na primeira metade do século XIX destaca a necessidade de transferir a responsabilidade pela organização das atividades das pessoas para um gerente, planejar as tarefas com precisão, escolher bem os trabalhadores, treiná-los e monitorar o seu desempenho.

Taylor também defendeu o uso do estudo de tempos e movimentos como um meio de analisar e padronizar as atividades do trabalho. Sua abordagem científica exigia a observação e medição rigorosa do trabalho para encontrar o melhor modo de fazer as coisas. No sistema de Taylor, até as tarefas mais simples, como carregar barras de ferro e remover terra, tornaram-se objetos da ciência (MORGAN, 2000, p. 45).

Citando diretamente a Ford, o autor comenta que, ao abrir a sua primeira linha de montagem para produzir o Modelo T, a empresa teve rotatividade de funcionários de 380% ao ano. “Ele (Henry Ford) só conseguiu estabilizar a situação do trabalho e persuadir os trabalhadores a aceitar a nova tecnologia dobrando o salário para o famoso ‘cinco dólares por dia’” (MORGAN, 2000, p. 47).

Esse sistema que mecaniza as relações humanas gera descontentamento entre as pessoas, que se entediam no trabalho por fazerem sempre a mesma tarefa e de forma simplificada. Não precisam pensar, só executar o treinado e ordenado. Ou seja, se adequar.

Levy (2007) fez um estudo sobre as metáforas da organização e a Ford e identifica outras que cabem na análise, além da máquina. A do organismo prevê que a instituição seja vista em relação às interações com clientes, fornecedores, concorrentes, sindicatos e governos. No caso da Ford e seus trabalhadores, o fato de ter dobrado os salários nos primórdios mostra que levou em conta esses fatores, buscando que eles interagissem melhor com a organização. Dentro da metáfora política, que se caracteriza pelo jogo de negociação e poder, Levy avalia a Ford como representante de um modelo autocrático de gestão, no qual uma pessoa ou um pequeno grupo comandam; no caso, Henry Ford. As suas decisões influenciavam tudo e delas dependiam o futuro do negócio. Tentou inclusive ser senador, mas recebeu pouca votação numa comunidade onde moravam os seus funcionários, conta Levy. Traços da sua autoridade desmedida são a falta de negociação com sindicatos e a teimosia em mudar o tipo de carro.

Quanto à prisão psíquica, que, para Freud, se resume nos interesses inconscientes de quem detém o Poder, Levy avalia que Henry Ford contaminava a empresa com sua visão de mundo “racista e elitista” e tinha dificuldades em arriscar. Isso não significa que não foi revolucionário. Apenas as inovações tiveram um limite, aponta o autor. As organizações como divisões de classe são facilmente enxergadas na Ford, com as suas relações de dominação, remunerações e acomodações diferentes.

Voltando à máquina, os princípios de Taylor, elucidada Morgan (2000), serviram tanto para a ex-União Soviética e Europa Oriental quanto para os países capitalistas. Nos primeiros, se adequava à busca de controle no trabalho. Nos outros, supria a sanha por lucro. No final do século XX, quando já não havia mais a URSS e o Socialismo ruía, o modelo Fordista estava mais para um emblema do Capitalismo. Esse era o cenário com o qual o Partido dos Trabalhadores no Rio Grande do Sul se defrontava no início do governo de Olívio Dutra.

Os movimentos da empresa em 1997 explicitam os seus interesses diante da Globalização, quando não bastava mais cumprir os requisitos de uma organização-máquina. Era necessário inovar e atravessar mundos. Thompson (2004) vê a Globalização não apenas como a expansão de atividades além das fronteiras nacionais. As ações acontecem numa arena global, com organização e planejamento tendo essa perspectiva. O discurso do jornal deixa clara a ideia ao lembrar que:

O povo do Rio Grande foi chamado a pagar, desde já, se formos otimistas, cerca de mil dólares por cada carro que será produzido pela badalada fábrica a partir do ano 2000, mesmo que sejam vendidos para outros estados ou para o exterior. O dinheiro vai sair do bolso de cada cidadão gaúcho, para que outros usem estes carros em todo o mundo (FESTA..., 1997).

Os impactos das decisões locais em nível macro são exemplificadas por Leal (2009, p. 8) no caderno Sobre Rodas, de Zero Hora:

Medidas tomadas na virada do século para a reestruturação de três filiais brasileiras estão sendo aplicadas pelas matrizes das duas maiores fabricantes de veículos dos EUA e pela principal da Itália. Muitos pontos do projeto da Nova General Motors Company, apresentado pelo presidente Frederic Henderson, são semelhantes aos que ele mesmo adotou quando comandou a GM do Brasil: carros menores, venda pela internet e redução dos cargos de chefia que viraram lucro a partir de 2006 e permitirão à GM bancar parte dos R\$ 2 bilhões que serão investidos na ampliação do complexo de Gravataí. A reorganização da Ford brasileira, que garantiu resultados positivos nos últimos 22 trimestres (cinco anos), está sendo seguida pela companhia nos países em que opera. Da mesma forma, a estrutura enxuta da Fiat Automóveis, obtida pela redução de funções e da distância entre os funcionários do chão de fábrica e o comando, foi levada para a matriz. À beira da falência, a italiana surpreendeu pela rápida recuperação. Atualmente, é uma das montadoras com melhores resultados na Europa e gerencia a americana Chrysler.

Essa repercussão global reflete concepções culturais diferentes a respeito do mesmo tema. Por um lado, a ideia de progresso: receber indústrias fortes que geram empregos e movimentam a economia local. Em contraste, o questionamento se os prejuízos e sacrifícios estatais (daí ligados a toda a população) valeriam a pena em nome das vantagens acima supostas. Não há uma resposta única para a questão porque depende da Cultura de cada país e estado. Como diz Thompson (2002), um povo compartilha crenças, experiências e concepções. E isso poderia determinar se um caminho estaria adequado no momento.

Como características das Formas Simbólicas nominadas por Thompson (2002), identificamos a intencional (até por tratar-se de um editorial) e contextual (remetendo-se ao caso GM e ao cenário do empréstimo para a Ford, além do já citado caso CRT).

3.1.2 Análise formal ou discursiva

A intenção mais aparente do discurso é mostrar contrariedade com o “empréstimo” (considerado uma doação) para a Ford. Uma análise detalhada nos indica que o foco está no ataque ao Executivo, inclusive trazendo à discussão de novo a privatização da CRT. Por diversas vezes, critica o governador e seus secretários, com a indagação de onde estarão

trabalhando no final do mandato. Pelas estratégias da Ideologia de Thompson (1990), a posição fica clara. O modo de operação Legitimação é usado para destacar a quebra de preceitos constitucionais, apontando, por exemplo, que a Assembleia Legislativa não teria autoridade para aprovar doações de dinheiro a empresas privadas. Entre as suas estratégias, identificamos a Racionalização, pois o discurso é construído de tal forma para convencer os leitores sobre o seu prejuízo com a ação do governo em prol de grupos privados.

A Dissimulação é outro modo que nos chama a atenção por abordar o financiamento para a Ford na busca, sim, de lembrar a questão da estatal telefônica. A gestão Britto é tratada como acumuladora de dívidas para o povo pagar, doadora de dinheiro público e vendedora de patrimônio público. Um objeto, no caso a operação envolvendo a Ford, se equivale à privatização da CRT. Dois contextos diferentes são aproximados porque os fatos acontecem no mesmo governo e na mesma época, mas nos parece inadequado tratá-los de forma conjunta ou usar um deles como argumento contra uma nova ação do governo. O que foi analisado se resume como estratégia de Deslocamento.

Pela Unificação, encontramos ao longo do discurso a referência a povo como significando todos os gaúchos. Uma generalização leva a crer que, via Estado, todos arcarão com as dívidas contraídas para ajudar grandes empresas, como a Ford e a GM. E nem restará patrimônio público.

A Fragmentação está no editorial via estratégia de Expurgo do Outro. O governo é visto como com más intenções ao doar dinheiro a poderosos, enquanto “empresas aqui instaladas há dezenas de anos tiveram que deixar o Rio Grande do Sul para sobreviver, sem terem recebido qualquer oferta parecida, sem contar as que encerraram suas atividades”. As atitudes teriam prejudicado as populações dessas cidades, com perda de empregos.

O mesmo raciocínio não é aplicado ao município de Guaíba (que receberia a Ford) nem de Gravataí (onde se instalou a GM). Não nos cabe defender o financiamento desses empreendimentos, mas, seguindo o próprio trecho do editorial, os benefícios dos negócios não são mencionados e sabemos que grandes empresas fomentam a abertura de menores, contribuindo para o desenvolvimento da região.

O discurso em foco integra o Gênero de Jornalismo Opinativo. Está na capa do jornal, um lugar não habitual, mas explicita a sua função. Além de acima haver a palavra editorial, ele não se mistura às matérias jornalísticas e já no título exhibe uma manifestação a respeito do tema: “Festa com o dinheiro do povo”.

A sua contrariedade aproxima o jornal do PT, ao atacar uma empresa que simboliza o sistema capitalista. O próprio ex-secretário de Comunicação de Olívio Dutra, Guaracy, vê essas posições do CP como um mistério:

Se tu for (sic) me perguntar por que eles nos tratavam de uma forma mais equilibrada, não sei. Para fazer um contraponto com a RBS? Uma estratégia de Marketing deles? Não sei. Não saberia te dizer. Eles não eram nossos aliados, certo? Não eram porque eram de outro campo: nós éramos o povo e setores da classe média. A burguesia, muito pouco, né? Ele era um grande produtor, um dono de banco, entende? Por que nos trataria de uma forma, vamos dizer assim, mais equilibrada? Eu só posso ver como uma estratégia de mercado dele. Bom, fazer um contraponto à RBS. A RBS bate, eu não vou bater, vou tratar os caras mais equilibradamente. Do ponto de vista é bem interessante. Vou continuar vendendo meu jornal, vendendo meu espaço de rádio, coisa e tal. Nunca me pediu nada, nada. Nunca pediu nada, assim, de dizer nós precisamos...

As razões ficam mais claras quando supomos que o editorial em questão tem o propósito de contestar as ações de Antônio Britto e colocar suspeitas sobre a sua conduta. Mesmo que seja preciso combater atitudes condizentes com a visão empresarial de Renato Ribeiro. Questionado sobre o caso Ford para esta dissertação, o seu irmão Carlos opinou que o **Correio** nunca foi contrário à sua instalação.

A GM também nunca nos posicionamos contra a vinda... Pelo contrário, sempre fomos empresários e e e e somos a favor da livre iniciativa, sem nenhuma..., mas, eventualmente, pode ter saído alguma coisa... Mas acho que não. Em relação à Ford, não.

A resposta nos leva a crer que o diretor não se lembrava do editorial em questão ou que, para a família, o tema do incentivo à vinda de empresas não trazia impacto direto.

3.1.3 Interpretação/reinterpretação

A negociação do empréstimo à Ford via BNDES ocorreu em 1997, mesmo ano da tentativa frustrada de Ribeiro de, via mandado de segurança, cancelar o contrato de gestão e o acordo de acionistas das empresas que tinham adquirido ações da CRT. A sua opinião de que a Ford viria para o Rio Grande do Sul mediante uma “doação” do governo do Estado com

“dinheiro do povo” nos parece estar muito mais influenciada pelo fato passado do que pelo futuro empreendimento de Guaíba.

O principal ponto de encontro dos dois casos vem da questão legal. Mandar acordos para aprovação prévia da Assembleia é visto como “inconstitucional”, citando que, no entanto, o governo e o Legislativo “não hesitaram em autorizar a venda da CRT sem alterar a Constituição do Estado”.

O que interliga situações tão diferentes, na visão do CP, é a atitude do governo Britto. Ele deixará dívidas para o sucessor pagar, ou melhor, para o povo. O direito de dizer isso num espaço apropriado, o editorial, não exime o jornal. Ele pode considerar o investimento público a empreendimentos privados uma afronta à população e querer cumprir o papel de representante do interesse público. Essa é a aparência. Na essência, estão as questões de valor mais restrito, a cruzada contra Britto.

A Ideologia do jornal mais uma vez se contrapõe ao Neoliberalismo, ao considerar desvantajoso para o nível local o estímulo à instalação de fábricas de multinacionais. A alternativa para desenvolver o Estado viria da eficiência e não de atitudes como a “doação” de dinheiro à Ford e à GM.

3.2 BOA VONTADE

A manchete na capa de 1º de abril de 1999 é a primeira matéria em análise.

Olívio desafia manifestantes e confirma suspensão de repasses

O governador Olívio Dutra surpreendeu ontem ao enfrentar, diante do Palácio Piratini, o primeiro protesto contra sua decisão de não repassar mais recursos à Ford e à GM. O ato, organizado por prefeitos e parlamentares de oposição, foi marcado por tumultos, chuvas de ovos, empurrões e brigas. Apesar das vaias, Olívio saiu do Palácio, subiu no palanque adversário e fez discurso reafirmando a decisão de não conceder mais recursos às montadoras. Em meio a gritos, palavras de ordem e ofensas pessoais, o governador falou sobre o compromisso com as comunidades do campo e das cidades e com setores como a saúde e educação, reiterando a falta de verbas para manter os compromissos firmados pela administração anterior.

Representantes do Legislativo estadual, de CTGs e dos municípios de Guaíba, Nova Santa Rita, São Jerônimo e Alvorada participaram do ato, exigindo a manutenção dos contratos firmados com as empresas, em nome da garantia de geração de empregos. “Pedimos de joelhos ao governador que não deixe o povo de Guaíba sem seus empregos”, disse o prefeito Nelson Cornetet (PTB), um dos líderes da manifestação.

Por decisão do governo, não foi convocado policiamento ostensivo e não houve repressão policial aos manifestantes. Pouco antes de Olívio Dutra falar, houve um conflito entre seguranças do palácio e participantes do protesto. Depois que o governador deixou o palanque, os cerca de 500 manifestantes tentaram invadir o

Piratini, cujo portão central estava guardado por deputados petistas, seguranças e funcionários do Palácio. A confusão culminou com uma chuva de ovos jogados contra a fachada e o saguão do prédio.

Em seu pronunciamento, o presidente da Assembleia Legislativa, deputado Paulo Odone, cumprimentou o governador pela coragem de enfrentar o problema e participar do ato. “A Assembleia está preocupada com o destino dos investimentos do Estado, e nos colocamos à disposição para intermediar o diálogo com prefeituras e empresas envolvidas.”

Em nota oficial, o governo repudiou a virulência da manifestação, classificando-a como “injustificada, na medida em que o governo mantém aberto um canal de negociação tanto com as montadoras Ford e General Motors quanto com os prefeitos dos municípios envolvidos” (OLÍVIO..., 1999, capa)

3.2.1 Análise sócio-histórica

Antônio Britto negociou a vinda de uma montadora da Ford para Guaíba. Antes de deixar o governo, decidiu pela concessão de R\$ 210 milhões à empresa. Segundo Biz (2002, p. 63), havia liberado a primeira parcela, de R\$ 42 milhões. Olívio Dutra assumiu o governo e as obras estavam na terraplenagem. A matéria em questão mostra a repercussão da decisão do dia anterior, 30 de março de 1999, pela qual o Executivo, mediante notificação extrajudicial, se declarava impossibilitado de pagar a segunda parcela, que venceria dia 31. Biz informa que as justificativas foram as dificuldades de caixa e a necessidade do exame cuidadoso da prestação de contas da primeira parcela.

O CP mostra os manifestantes contrários ao governo diante da iniciativa. Descreve Olívio Dutra “desafiando-os”, ao subir no palanque adversário para falar sobre “o compromisso com as comunidades do campo e das cidades e com setores como saúde e educação, reiterando a falta de verbas para manter os compromissos firmados pela administração anterior”. Enfrenta palavras de ordem e vaias e o ato é marcado até por chuvas de ovos na fachada do Palácio Piratini. O discurso aponta ainda que não há repressão policial. Em nota, o Executivo condena o protesto e garante manter negociação com a montadora.

Os manifestantes apostam na repercussão na Mídia para pressionar Olívio a continuar a negociação feita com a gestão anterior relativa à fábrica em Guaíba. O governador dá uma resposta imediata ao se colocar no palanque adversário e expor suas razões. Na sua fala, invoca questões mais amplas a serem atendidas pelo Estado em detrimento de uma parcela que supostamente receberia benefícios pela instalação da Ford. Procura contrastar dois modelos e cita aspectos sociais e econômicos.

Quanto às Formas Simbólicas, a matéria apresenta a contextual (remetendo à situação diante do Piratini, a negociação entre empresa e governo). Em poucas linhas, é dado um panorama do caso e as razões de cada lado.

3.2.2 Análise formal ou discursiva

Olívio Dutra, no começo do governo, conta com o Poder das urnas para tomar decisões contrárias às adotadas pela administração anterior. Diante de uma manifestação oposta a suas atitudes, ele se propõe a respondê-la. O discurso apresenta a Legitimação como forma de operação da Ideologia. Seu fundamento, nesse caso, está na figura carismática do governador. Ele tenta convencer a plateia de que seus argumentos são válidos. Assim está a sua ação descrita pelo CP. Até mesmo o deputado oponente Paulo Odone, então presidente da Assembleia Legislativa, aponta a “coragem” de Olívio de enfrentar o problema e participar do ato.

A matéria é uma espécie de antítese da estratégia de Narrativização (dentro da Legitimação). Notamos o presente como algo mutável. Apesar de Antônio Britto ter assinado o acordo com a Ford, o Estado passou a ser governado por representante de outra linha ideológica, com pensamento diverso a respeito das concessões a grupos privados, o que, conseqüentemente, leva a políticas e atos diferentes, dentro de novo período e com atores diferentes.

Para Biz (2002, p. 11), a gestão eleita para o mandato de 1999-2002, encabeçada por Olívio Dutra, “apresenta um programa econômico de fortalecimento das micro, pequenas e médias empresas, sem que o Estado se desfaça de suas empresas”. O autor destaca que o dilema estava colocado: cumprir o acerto do governo anterior ou renegociar dentro de outra visão de administração. Esse conflito ideológico está expresso na matéria.

O Gênero do discurso é Informativo. Trata-se de uma matéria à primeira vista isenta, apontando os fatos ocorridos, o protesto, as opiniões contrárias ao governo e ao mesmo tempo destaca a defesa de Olívio, a forma como ele se coloca no palco e se justifica. A ênfase à postura dele e ao fato de não ter usado força policial para conter os manifestantes nos deixa margem para considerar o CP com boa vontade diante do governador.

Não há opinião nem interpretação. O discurso, porém, é simpático à posição de Olívio, mesmo que no momento ele pareça frágil diante de adversários. Sua defesa reforça as convicções da posição adotada e equilibra as relações num período de conflitos.

Em depoimento para este trabalho, o próprio secretário de Comunicação durante a gestão do Partido dos Trabalhadores, Guaracy Cunha, avalia que o jornal sempre adotou uma postura “equilibrada” em relação aos assuntos atinentes à administração estadual, “*ao contrário da Zero Hora, que realmente fez uma oposição – da RBS – cerrada à gente*”. Diz que, sempre que havia algum problema, o CP dava o direito de replicar. “E mesmo assim as matérias eram produzidas sempre ouvindo os dois lados”, comenta, afirmando que igual tratamento era dado nas manchetes do jornal.

Questionado sobre a questão da desistência da Ford, Cunha mantém a posição de que o CP foi isento no tratamento do assunto. Se Zeca Moraes, então secretário do Desenvolvimento e dos Assuntos Internacionais, fosse vivo, o jornalista afirma que ele poderia confirmar que havia espaço para opinar nessa época.

Telmo Flor²⁵ concorda que existe uma “mística” ligando o **Correio do Povo** ao PT. Acredita que isso se deveu aos resultados do Centro de Pesquisa Correio do Povo (CPCP). Declara que, coincidentemente, várias pesquisas mostraram diferenças pró-PT em seguidas eleições, o que não era mostrado por outros institutos. “*Na verdade, os episódios eleitorais acabavam por comprovar que o Correio do Povo estava certo e os demais não. Realmente, o PT estava na frente, como na eleição do Olívio Dutra na disputa com o Britto, depois o Tarso na prefeitura, etc.*”, argumenta Telmo Flor.

A posição ideológica ainda está “contaminada” pelo maniqueísmo entre as duas alternativas para o desenvolvimento do Estado. A matéria não chega a ser opinativa pró-Olívio, mas mostra uma tendência favorável à decisão do novo governo ou, ao menos, de aceitação de sua postura. Quem detém o Poder no momento está com toda a máquina administrativa do seu lado e o martelo na mão para traçar os rumos do Rio Grande do Sul.

²⁵ Respondendo à pergunta sobre a suposta aproximação com o PT.

3.2.3 Interpretação/reinterpretação

Olívio Dutra tem o Poder das urnas para legitimar sua posição e o tempo de governo é pequeno, significando que não há o desgaste natural nas relações políticas e com a sociedade. Ele venceu Britto, que negociou o empréstimo para a Ford. Até que ponto precisava manter o contrato? Embora garantisse que estava aberto um canal de negociações com as empresas (Ford e GM), os argumentos vão para outro lado. O dinheiro do “povo” deveria ser destinado a outros fins, inclusive áreas prioritárias como saúde e educação.

O protesto é midiático e a postura de enfrentar os adversários também. Não bastam palavras de ordem e vaias, Olívio se dispõe a apontar suas razões e tentar convencer a população.

Um debate ainda hoje sem fim, a saída da Ford no momento dessa matéria estava se desenhando. O **Correio do Povo** busca sua posição. Com menos de dois anos de diferença (entre o editorial analisado anteriormente e o discurso informativo em questão), são respeitados os Gêneros Jornalísticos de um e outro. Não que deixemos de notar a implícita contradição entre a trajetória empresarial de Ribeiro e as críticas ao investimento público a negócios privados de megacorporações.

3.3 COFRES RASPADOS

Outra manchete é objeto de estudo. Está na capa de 30 de abril de 1999:

Olívio tenta reabrir negociação com Ford

O governador Olívio Dutra afirmou, ontem, que o governo quer continuar negociando para que a Ford mantenha o projeto de instalação da montadora em Guaíba. 'A mesa de negociações está aberta e queremos que a Ford analise ponto por ponto a nossa proposta.' A declaração foi feita no início da noite, em entrevista coletiva no Piratini.

Após, o governador tentou um contato telefônico com o presidente da Ford Brasil, Ivan Fonseca e Silva, em São Paulo. Novas tentativas serão feitas hoje. Olívio disse ter estranhado que Fonseca e Silva tenha passado o dia em Porto Alegre e Guaíba sem procurar o governo. Acrescentou que a direção da Ford não comunicou oficialmente a saída do Estado. 'Li uma carta da Ford, que é genérica e não se pronuncia sobre a proposta do governo.'

O governador disse que todos os esforços da classe política, entidades empresariais, movimento sindical, popular e comunitário 'são bem-vindos para que incidam sobre a Ford e flexibilizem sua posição, para que saia da intransigência'. Informou que ouviu as opiniões de alguns empresários, como o presidente da Federasul, Mauro

Knijnik, 'que entende que o Estado tem uma proposta que é séria, e o que a Ford exige como complemento tem que ser encontrado por outros caminhos que não os cofres raspados do Estado.' Olívio sugeriu que os empresários poderiam 'assumir esta parte'. Ele disse que espera que a empresa converse com o governo, 'mesmo que seja para dizer com todas as letras por que rejeita a proposta' (OLÍVIO..., 1999).

3.3.1 Análise sócio-histórica

O dia 30 de abril de 1999 é de repercussões da recusa da Ford à proposta do governo do Estado de repasse de R\$ 84 milhões em obras, mais R\$ 70 milhões da União e R\$ 36 milhões de Guaíba, além de empréstimo do Piratini de R\$ 70 milhões (além dos R\$ 42 milhões repassados), com cinco anos de carência e dez para o pagamento (BIZ, 2002, p. 66). A montadora havia desistido do Rio Grande do Sul, mas, segundo o próprio governo na matéria analisada, não anunciou a decisão. Por isso, Olívio Dutra mantém o discurso de continuidade da negociação. Segundo ele, a empresa emitiu carta genérica, sem se referir ao Executivo estadual. Nessa matéria, Olívio aproveita ainda para convocar os empresários a arcarem com uma parte para complementar os incentivos à montadora, pois o Rio Grande do Sul estava com “os cofres raspados”.

O governador convocou entrevista coletiva para se pronunciar. Prevendo as repercussões da Mídia e na sociedade, adianta-se e diz que a Ford era intransigente nas negociações, não abrindo espaço para a proposta do Estado. Olívio Dutra tenta se proteger das críticas previstas e que atravessariam anos a fio.

Intitulada Dez anos sem a Ford, Mendelski volta ao tema no **CP** em 2009, apontando-se “viúvo da Ford”. “Viúvos choram perdas irreparáveis e eu choro por uma saudade que completa dez anos neste mês de abril.” (MENDELKI, 2009). Comenta que alguns lamentaram a perda de um investimento de US\$ 1,9 bilhão.

O modelo de produção de veículos lá na Bahia serve de referência para a Ford mundial. A montadora que não quis ficar no RS porque o governo da época tinha outras prioridades (secretas, é verdade, porque são desconhecidas até hoje) proporciona emprego, renda, infraestrutura nas áreas de transporte, educação, saúde e comunicações. Os beneficiados pela Ford são os próprios moradores dos municípios de Camaçari e Dias D'Ávila, uma vez que 90% dos colaboradores da empresa vivem nesses municípios. Na mesma época em que o RS oficial rejeitou a Ford, instituiu-se em Porto Alegre o sistema de tração animal, proporcionando a liberação do tráfego na capital gaúcha de 5 mil carroças (MENDELSKI, 2009, p. 7).

O colunista prossegue, dizendo que o Produto Interno Bruto (PIB) da Bahia, que recebeu a empresa, não para de subir. “Em 2003, ano em que a montadora passou a produzir na plenitude de sua capacidade, o PIB da Bahia cresceu 20 vezes mais que a média nacional.” Hoje, a produção anual da Ford baiana é de 250 mil veículos, ou a cada 80 segundos um carro sai da linha de montagem, assegura Mendelski. Sobre outra provocação ao PT: “Quando os membros da família ACM reivindicam a conquista da Ford, o governador Jaques Wagner (PT) responde assim: não foi a Bahia que trouxe a Ford, mas o Rio Grande do Sul que a deixou ir” (MENDELSKI, 2009, p. 7).

Se a desistência da Ford causa desconforto dentro do próprio PT, políticos justificam a atitude do governo Olívio. É o caso do deputado estadual Raul Pont. Falando nos investimentos da gestão Yeda Crusius à fábrica da GM em Gravataí, na ordem de R\$ 1,4 bilhão, Pont (2009) diz que “se a produção se efetivar, a empresa usufruirá a bagatela de R\$ 200 milhões ao ano, ou seja, R\$ 3,4 bilhões em 15 anos”. O deputado lembra que a matriz nos EUA faliu e a empresa busca se reestruturar em unidades mais modernas e onde o preço da mão-de-obra é reduzido. A política de renúncia fiscal é tida por Pont como “suicida” e em 2009 soma, segundo ele, R\$ 8 bilhões.

Nenhum empreendedor gaúcho, pequeno, médio, grande, cadeia produtiva setorial ou regional, jamais recebeu ou recebe privilégio semelhante. No ano passado, ao contrário, os micro e pequenos empresários perderam mais de R\$ 150 milhões nos incentivos que usufruíam (PONT, 2009, p. 19).

Pont questiona ainda o estímulo ao transporte individual, “poluente e irracional”. Para ele, a matriz de transportes gaúcha já privilegia o modelo rodoviário em demasia.

Essas duas posições antagônicas acerca da postura dos governos em relação ao incentivo a megaempresas mostram o quanto o tema é polêmico e expressa visões de Cultura diferentes dentro do mesmo Estado. Aliás, o Rio Grande do Sul é marcado pelo antagonismo de posições internas.

Entre as características das Formas Simbólicas, o discurso do **CP** apresenta a intencional, com o propósito de mostrar as razões de Olívio e a sua disposição em negociar.

Quanto à relação com outros países, em tempos de Globalização, a Ford criou na Bahia um modelo mundial. Estar excluído dessa realidade não faz bem ao ego exacerbado do gaúcho. Por outro lado, merece reflexão o fato de que outros investimentos poderiam ficar prejudicados com a opção por conceder privilégios à empresa.

3.3.2 Análise formal ou discursiva

A manchete de 30 de abril de 2009 aponta a possibilidade de que a negociação com a Ford teria sucesso ou, pelo menos, que o governador continuava a tentar uma solução. A matéria apresenta como única fonte Olívio Dutra e suas alegações para não cumprir o desejado pela empresa. O complemento, segundo ele, poderia vir de empresários.

A figura carismática de Olívio está presente no discurso, configurando o uso da Legitimação como modo de operação da Ideologia. Seus argumentos estão em evidência, garante que há chance de fazer o acerto com a Ford se a empresa deixar de ser “intransigente”. A Racionalização é a sua estratégia, ao construir uma teia de raciocínio que leve os leitores a apoiar a posição expressa.

A Dissimulação é outro modo presente, pois o governo sabe que não há mais chance de acerto e continua apresentando a hipótese para passar a ideia de que não foi ele quem desistiu do negócio antes do tempo. O jornal “acredita” nisso, a verificar no próprio título da matéria: “Olívio tenta reabrir negociação com Ford”.

Um relato das falas do governador, o discurso se insere no Gênero Informativo. Resulta de uma cobertura da entrevista coletiva dada por ele aos jornalistas. É a sua versão da história, bem contemplada, como matéria principal do dia 30 de abril no **Correio do Povo**. Sem receber retorno telefônico da empresa, o governador diz à Imprensa o que não teria conseguido argumentar ao empresário. A disposição em dialogar fica do lado do governo. A ênfase dada pelo jornal nos faz supor que, apesar de distante de um editorial, o discurso traduz mais uma vez a boa vontade com a visão do PT e de Olívio Dutra na questão.

3.3.3 Interpretação/reinterpretação

O tema como manchete do jornal, dando foco à avaliação do governo do Estado sobre a decisão da Ford, expressa crédito ao Executivo. Na mesma página, há uma matéria com o périplo do presidente da Ford Brasil, Ivan Fonseca e Silva, por Assembleia Legislativa, Fiergs e Prefeitura de Guaíba para explicar as razões da desistência do Rio Grande do Sul. Aponta que sete estados disputavam a montadora – Rio de Janeiro, Bahia, São Paulo, Pernambuco,

Minas Gerais, Santa Catarina e Paraná. Apesar de essas duas matérias estarem lado a lado, por ser manchete e apresentar argumentos, a referente ao governo tem mais evidência. A outra nem mostra as explicações da empresa, contemplados na página 11 em matéria que será avaliada ao longo deste capítulo.

Uma administração não precisaria cumprir plano de outra. Se disposta a ceder, não fosse ouvida, a obrigação cairia por terra. Essa é a mensagem implícita da matéria num dia conturbado para o Executivo.

A reação do CP com o desfecho do caso Ford até hoje intriga representantes do PT. O amplo espaço a Olívio surpreende e ajuda a montar o mito de que o jornal esteve próximo do partido durante o comando da família Ribeiro. Os supostos prejuízos da saída da empresa e a postura “estatizante” do governo não são mencionados na capa. O argumento de estar com “os cofres raspados” basta.

3.4 COMPROMISSOS INEXEQUÍVEIS

No mesmo dia (30 de abril de 1999), o fato gerou repercussões. A matéria analisada foi a principal da página 10, na Editoria de Economia.

Estado diz que decisão da Ford é unilateral

Vice-governador Miguel Rosseto lamenta a manipulação exagerada dos números sobre empregos e a dramatização do caso

O governo gaúcho “não estava negociando com uma entidade filantrópica”, afirmou ontem o vice-governador Miguel Rosseto ao analisar a decisão da Ford de encerrar unilateralmente as negociações. “Fizemos um esforço gigantesco, chegando a uma proposta cujo limite é o conjunto das obrigações do governo com a população do Estado”, explicou. “Trabalhamos muito para manter o investimento em Guaíba, mas estamos seguros: os compromissos assumidos pelo governo passado são inexequíveis do ponto de vista financeiro.”

Rosseto lembrou que a Ford acumulou no ano passado um lucro de 6,7 bilhões de dólares no mundo e tem um saldo de 23 bilhões de dólares em caixa. “Por que a empresa adotou a posição de tolerância zero e não se dispôs a aplicar 100 milhões de dólares no seu empreendimento de mais de R\$ 1,2 bilhão?” O vice-governador pediu à sociedade que reflita sobre isto e lamentou a manipulação exagerada dos números sobre empregos e a dramatização do caso. “O Rio Grande do Sul é maior do que a Ford”, disse. A proposta do governo, afirmou Rosseto, traduz uma visão responsável e séria, construída ao longo do processo relacionado à negociação com a Ford. Ele explicou que não seriam contestados os incentivos de R\$ 3 bilhões e a montadora receberia R\$ 196,5 milhões em obras de infra-estrutura. Além disso, o governo se comprometeu a buscar mais recursos junto ao governo federal e ao município de Guaíba. “Mas a posição da Ford foi intransigente e radical.”

Já o chefe da Casa Civil, Flávio Koutzii, disse que a montadora havia desistido de instalar a fábrica em Guaíba antes de ouvir a proposta final do governo. A nota publicada ontem pela Ford, segundo Koutzii, já estava nos jornais americanos às

3h30min (horário brasileiro) de quarta-feira. “Ou seja, antes mesmo da reunião de ontem (quarta) com o governo e antes de ouvir a nossa proposta, a Ford já tinha decidido sair do Estado.” O fato foi cobrado pelo líder do governo, Ronaldo Zulke, do presidente da Ford, Ivan Fonseca e Silva, quando ele esteve à tarde na Assembléia, ocasião em que o empresário “ficou constrangido e desconversou”, segundo Koutzii (ESTADO..., 1999, p. 10).

3.4.1 Análise sócio-histórica

Outra vez é dado espaço ao governo do Estado, no mesmo dia da matéria anterior. No interior do jornal, falam o vice-governador Miguel Rosseto e o chefe da Casa Civil, Flávio Koutzii, que estiveram na mesa de negociações com a Ford. O primeiro aponta o “esforço gigantesco” do Estado e “os compromissos inexecutáveis” firmados pelo governo anterior. A matéria não menciona o nome de Antônio Britto. Mesmo com as dificuldades de caixa, o vice diz que o Executivo arcaria com R\$ 196,5 milhões em obras de infraestrutura e não contestaria os incentivos de R\$ 3 bilhões. Iria atrás dos governos federal e municipal de Guaíba para complementar os recursos. Para ele, nada adiantou, pois a empresa se mostrou “intransigente e radical”. Rosseto também lamenta a “dramatização” do caso.

Koutzii diz que a decisão estava tomada sem levar em conta a última reunião com o governo. Cita que a nota publicada pela empresa estava nos jornais norte-americanos do dia anterior. Relata que o deputado Ronaldo Zulke, também do PT, cobrou de Ivan Fonseca e Silva e este teria ficado constrangido.

O fato de o assunto já estar na Mídia norte-americana demonstra que a Ford não tinha mais interesse em discutir os termos oferecidos pelo governo gaúcho. Com a guerra fiscal entre os estados, a montadora se aproximava da Bahia. Apontava outros seis interessados, acirrando a disputa e barganhando mais vantagens.

Quando tratou do empréstimo com Britto provavelmente a Ford apostava num segundo mandato do governador. A vitória do PT, com história até então marcada por posições contrárias a investimentos públicos em empresas privadas, selou a desavença entre as partes.

A Cultura defendida por cada uma delas difere. Ambas buscaram entendimento e no final se acusaram de “intransigência”. Nenhuma queria passar a imagem de que de antemão não haveria possibilidade de entendimento. Pelas Formas Simbólicas, a matéria tem a característica intencional de expor o lado do governo. Exibe ainda o aspecto estrutural, por

apresentar elementos encadeados sobre os últimos passos da empresa e do governo. Outro é o contextual, remetendo-se ao cenário da questão.

3.4.2 Análise formal ou discursiva

No discurso de Rosseto, destacamos o uso da Eufemização, uma das estratégias da Dissimulação, para minimizar os efeitos ao Estado da saída da montadora. Ao dizer “O Rio Grande do Sul é maior do que a Ford”, ele tenta reduzir o papel da empresa frente a um mundo de possibilidades. A instalação da fábrica em Guaíba é vista como um investimento que o Estado não tem como arcar e entraria em conflito com tantos outros empreendimentos que não contam com privilégios. Segundo o vice-governador, o impacto da desistência da empresa seria pequeno para o tamanho do Rio Grande do Sul. Argumenta que houve “manipulação exagerada de números sobre empregos e dramatização do caso”.

A Fragmentação, modo de operação da Ideologia formulado por Thompson, se faz presente. A estratégia Expurgo do Outro aparece quando a Ford é acusada de encerrar “unilateralmente as negociações”. Por outro lado, o governo fez “um esforço gigantesco” para manter a empresa. Em nenhum momento, se cogita a oposição que havia dentro do próprio PT e do Executivo contra o financiamento pelo simbolismo da Ford no modelo capitalista global.

Todas as opiniões vêm de fontes da administração de Olívio Dutra, numa matéria que complementa a da capa no sentido de apontar as explicações para o fim das negociações. Mesmo com um relatório da versão governamental, o discurso se insere no Gênero Informativo. Os mais importantes representantes do Executivo expõem o seu lado e colocam a empresa como culpada pelo insucesso. Sobra para o governo Britto e os “compromissos inexecutáveis”. Não chega a haver opinião manifestada pelo jornal; porém, o encadeamento leva à conclusão de um desequilíbrio pró-administração.

O secretário de Comunicação, Guaracy Cunha, diz em entrevista que a postura dos veículos da Caldas Júnior sempre surpreendeu positivamente o governo. Supomos que a distribuição equânime na área publicitária ajude a explicar isso, além da simpatia comum de jornais a representantes do Poder e o conflito com as posições adotadas pela gestão anterior, de Britto. Quanto ao destino de anúncios, Cunha assegura que não houve nenhum tratamento favorável ao CP. Comenta que a concorrente, pelo contrário, agia a fim de aumentar a quantidade de publicidade. “*Tanto que os caras da RBS faziam muita pressão em cima disso*

ai porque achavam: 'Bom, nós somos os melhores'. Daí tinham que receber a melhor mídia."

Informa que os gastos foram reduzidos e as campanhas, distribuídas entre Capital (a maioria) e interior do Estado (25%). Cita que nos últimos cinco governos, à exceção do PT, a RBS chegou a garantir de 70% a 80% da mídia do governo.

3.4.3 Interpretação/reinterpretação

Se lêssemos apenas as duas matérias do dia 30 de abril referidas, ficaríamos com a ideia de que o **Correio do Povo** trabalha pró-governo nesse episódio. Os discursos a seguir analisados darão conta de um contexto maior, com outras fontes ouvidas. O fato de o jornal estratificar as opiniões dificulta a visão do todo e separa informações que deveriam estar juntas e confrontadas. Esse tema se divide entre capa, páginas 2, 10 e 11. Visões parciais que só se unem para um leitor interessado em colher o todo (que, ainda assim, não representaria o universal, até pela impossibilidade de que a Comunicação espelhe a realidade).

Num momento de críticas para todos os lados, o que resumimos no título do capítulo como tempo de ambiguidades, o **CP** poupa o governo Olívio. E mais: dá um amplo espaço para as suas justificativas no episódio envolvendo a Ford.

Não há simpatia pelo PT nem mesmo pela saída da montadora. Pesa no caso o fato de a decisão ter sido tomada no governo Britto. Os compromissos assumidos por ele se revestem em "inexequíveis" pela nova gestão. O tratamento publicitário sem diferenciar o grupo de Comunicação mais forte – a RBS – também deve ter sido bem-visto pela diretoria da Caldas Júnior.

3.5 NÃO ESTÁ MORTO QUEM PELEIA

Na página 10 do dia 30 de abril de 1999 também houve espaço para a versão da Federação das Empresas do Estado.

Federasul apela para a retomada do diálogo

"Não devemos desistir." O apelo é do presidente da Federasul, Mauro Knijnik, que, mesmo diante das evidências de que a Ford deixará o RS, pediu mobilização à sociedade na busca de uma solução. Segundo ele, uma alternativa poderá ser a

formação de um fundo de empresários para garantir os recursos que faltam para assegurar o empreendimento.

“Acima de partidos, ideologias, radicalismos, estão o futuro e o emprego dos gaúchos. Apelamos pelo bom senso de lado a lado”, afirmou.

Knijnik disse esperar a reabertura das negociações entre a Ford e o Palácio Piratini. Na sua opinião, o Estado precisa do investimento até pela capacidade que a montadora terá de oxigenar a economia, com reflexos para os pequenos empreendedores. “Não está morto quem peleia. O maior interesse neste momento é que a Ford fique no Estado. Para tanto, é necessário diálogo. Até as guerras são solucionadas nas mesas de negociações”, comparou. Knijnik disse que o momento é de deixar os radicalismos. “Peço aos radicais que não comemorem a saída da Ford e aos políticos de oposição que não comemorem a derrota do atual governo nas tratativas”, frisou.

Para o diretor para Assuntos Corporativos da Kaiser, Carlos Eduardo Jardim, que veio ao Estado participar do Fórum de Ética promovido pela Federasul, o impasse envolvendo a montadora foi motivado por um erro de transparência. “Neste contexto, erraram a Ford, o atual governo e o anterior”, disse (FEDERASUL..., 1999, p. 10).

3.5.1 Análise sócio-histórica

Os empresários apelam para o “bom senso” e oferecem apoio, inclusive financeiro, visando a manter o investimento da Ford no Rio Grande do Sul. Mesmo diante das evidências do fim do negócio, o presidente da Federasul, Mauro Knijnik, afirma esperar a reabertura do diálogo entre governo e montadora. O discurso enfatiza a opinião dele, alegando que “acima de partidos, ideologias, radicalismos, estão o futuro do emprego dos gaúchos”.

Knijnik afirma que “os radicais” e a oposição não deveriam comemorar. Nem tudo estaria perdido. Com diálogo e apoio dos empresários, o assunto poderia ter solução. Na sua opinião, o maior argumento para manter a Ford era que iria oxigenar a economia, com reflexo nos pequenos empreendedores.

Sobra no final uma crítica a todos os envolvidos, inclusive ao governo anterior, feita por representante da Kaiser. No Fórum de Ética da Federasul, Carlos Eduardo Jardim avalia que houve erro de transparência dos atores.

A Federasul, que representa os empresários, faz na Mídia o seu papel de defender o empreendimento e, sem acusar o governo Olívio, aponta uma solução conjunta, inclusive envolvendo seus membros. Os radicais do PT são o alvo, sem incluir Olívio e o vice-governador Miguel Rosseto, além de outros integrantes da administração estadual. Ser radical é ir à raiz dos problemas. O termo ganhou um tom pejorativo ao longo do tempo, ao designar pessoas que pendem muito para um lado, em especial para a esquerda, com posições contrárias ao “progresso” e a alianças partidárias mais amplas, por exemplo.

Com a Globalização, a Federasul sabe que ter o Estado no rol de negócios da Ford é vantajoso para a cadeia produtiva, como impulso de pequenas e médias empresas no seu entorno. Haveria a possibilidade inclusive de atrair outros grupos estrangeiros. Também está no seu papel de defensora da classe.

A Cultura defendida é a da livre iniciativa, entrando no jogo da guerra fiscal entre estados para vencer a concorrência e trazer um grande empreendimento. “Não está morto quem peleia” – frase típica dos gaúchos conota a ideia de perseverança e luta de um povo que vai em busca do que quer e se destaca por isso.

O discurso tem como nítida característica a intencional. A Federasul, como entidade de classe, precisa ser ouvida diante desse cenário de embate entre governo e montadora. Como a linguagem é de um empresário, a Cultura também aparece em seu elemento contextual. Quem fala sabe a quem se dirige e cumpre as expectativas de iguais.

3.5.2 Análise formal ou discursiva

A Federasul estende os benefícios do negócio da Ford em Guaíba para todos os gaúchos. O discurso usa a Legitimação, com a estratégia de Universalização, para expandir os interesses de um como sendo da maioria. Da mesma forma, a Padronização (dentro da Unificação) simboliza que todos estão unidos na causa, de pequenos a grandes empresários.

Quem se coloca contra é taxado de radical, alguém que minimiza vantagens à maioria. Trata-se da estratégia de Expurgo do Outro, como parte do modo de operação da Ideologia conhecido como Fragmentação. Eles aparecem de um lado, influenciando o governo, a quem apelam por bom senso, e os outros são vítimas de suas atitudes.

Também vislumbramos a Naturalização – dentro da Reificação, pois o empreendimento é visto como positivo em si, por “oxigenar a economia, com reflexo para os pequenos empreendedores”. O discurso não separa esse caso de outros, considerando que todo investimento desse tipo resulta em empregos e movimenta a economia. Ocorre uma generalização, sem uma análise pontual da situação.

Em mais uma de suas seccionadas matérias, o jornal expressa a opinião de outra fonte, agora com visão próxima à da empresa Ford. O discurso integra o Gênero Informativo. Não há nenhuma interpretação, apenas a descrição da fala de Mauro Knijnik. Apesar de pedir a retomada de diálogo e criticar radicais interessados em minar a negociação, o governo está

mais uma vez livre de ataques. Parece-nos que o empresário acusa alguém de fora de influenciar na tomada de decisões.

3.5.3 Interpretação/reinterpretação

A tristeza em Guaíba – matéria próxima desta em análise aponta que o comércio fechou e manifestantes saíram em caminhada com tarjas pretas em luto pelo quase desfecho das tratativas – não contamina a Federasul. Os empresários se propõem a contribuir para evitar a saída da Ford. Prometem fazer a sua parte para garantir o fim do impasse. Não culpam abertamente o governo, ou o CP amenizou o discurso.

A fala ainda é de esperança. “Não está morto quem peleia” vai na mesma linha da matéria de capa com Olívio Dutra: haveria espaço para dialogar, nem tudo estaria perdido. Tanto ele quanto Knijnik falam em ajuda empresarial e não fecham as portas para a montadora. Dissimulação apenas para mostrar que não foram culpados pela desistência da Ford? Sinceridade nas intenções? Não temos como saber, mas, com o rumo dos acontecimentos, naquela altura poucos estavam convictos de que a negociação seria feita.

3.6 DECEPÇÃO EMPRESARIAL

Na página 11, também da Editoria de Economia do dia 30 de abril de 1999, o presidente da Ford do Brasil é a fonte ouvida.

Fonseca e Silva lamenta desfecho decepcionante

Ele diz que faltou vontade política ao governo

“É com grande pesar que anunciamos, depois de dois anos de árduo trabalho, que chegamos a esse desfecho decepcionante.” Com essa frase, em tom de despedida, o presidente da Ford do Brasil, Ivan Fonseca e Silva, comunicou oficialmente aos empresários gaúchos a decisão da empresa de deixar o RS. Ele ressaltou, na solenidade no Auditório Mercosul da Fiergs, que, para levar adiante um projeto como o Amazon, é indispensável parceria e vontade política do governo, o que não encontrou em Olívio Dutra.

“O governo é legítimo e conta com o nosso respeito. Só nos restou aceitar a sua posição. Mas não tínhamos condições de levar o projeto sem o cumprimento das cláusulas acertadas. Por isso, nossos negociadores foram para a reunião com a decisão clara de sair com uma solução”, enfatizou Fonseca e Silva. Ainda em tom de despedida, agradeceu pela hospitalidade ao povo gaúcho e de Guaíba, e anunciou

que ficará no RS através dos revendedores e do escritório distrital. Ainda na sala da presidência da Fiergs, ele recebeu apoio de quatro representantes da Força Sindical, liderados por Valcir Ascari, presidente do Sindicato dos Trabalhadores Metalúrgicos de Gravataí.

Fonseca e Silva informou que ontem mesmo oficiou ao governo para que reassuma o terreno de 900 hectares em Guaíba. Quanto a possíveis medidas judiciais contra o Estado pelo descumprimento dos contratos, disse apenas: “Muita coisa ainda nem discutimos”. Ele afirmou que o Amazon sairá “em outro local” (FONSECA..., 1999, p. 11).

3.6.1 Análise sócio-histórica

No dia 30 de abril, enquanto na capa e em outras matérias se falava em esperança, quando a fonte é a Ford fica clara a desistência de implantar o Projeto Amazon no Rio Grande do Sul. O desfecho “decepcionante” resulta, segundo Ivan Fonseca e Silva, da falta de parceria e vontade política do governo e, nominadamente, de Olívio Dutra. Reconhece a legitimidade do Executivo, mas não seguiria adiante sem que as cláusulas acertadas fossem cumpridas. Diz que não houve discussão sobre muitos pontos, quando perguntado se a companhia estuda processo judicial. Na matéria na mesma página, colocada abaixo desta, ele argumenta que a proposta estadual inviabiliza o projeto. O contrato original, revela, previa as condições mínimas de competitividade da unidade.

Fonseca e Silva agradece à população pela acolhida e anuncia que permanecem no Estado os revendedores e o escritório distrital. O terreno de 900 hectares de Guaíba volta para o governo. O projeto Amazon sairia em outro lugar, garante o presidente. Em 2007, o juiz da Vara Cível de Guaíba, Gilberto Schafer, condenou o Estado a indenizar a proprietária do imóvel, Agropastoril São Marcos, em R\$ 1.063.076,00 (valores de 1998)²⁶. A ação tramitava desde abril de 1998. Foi decidido ainda que o terreno não tem destinação residencial, mas apenas industrial. A empresa buscava a consideração da variável “frente-rio”, para valorizar o preço, quando envolve loteamentos urbanos.

A manifestação tem um tom de queixa. Sem precisar dar muitas explicações, Fonseca e Silva fala à Mídia, em resumo, que o governo é o culpado pelo fracasso da negociação. Desta vez, a intransigência está vista por outro ângulo. O discurso mostra que se admite o

²⁶ Notícia disponível em: <http://www.jusbrasil.com.br/noticias/99999/a-apresentacao-da-conta-dez-anos-depois-estado-do-rs-pagara-pela-desapropriacao-do-terreno-em-guaiba-onde-a-ford-faria-sua-fabrica>. Acesso em: 10 set. 2009.

direito de Olívio de não cumprir o acerto de Britto. Mesmo assim, não se deixa de culpá-lo por não demonstrar vontade política no caso. O recado expandido pelos veículos de Comunicação ecoará por anos e anos em debates na voz não apenas de empresários, mas também de cientistas políticos, parlamentares e da população em geral.

A Cultura que perpassa esse discurso é a do dominante. O empresário não está acostumado a ouvir não. Governos pelo mundo têm uma série de ofertas para assegurar empreendimentos do porte que a Ford concretizaria em Guaíba. Com a visão do gigante, muito mais precisariam da empresa do que ela dos representantes políticos.

3.6.2 Análise formal ou discursiva

No discurso da Ford, a indisposição de negociar é uma acusação que passa para outro lado. O mesmo argumento usado pelo governador agora aparece na boca de Fonseca e Silva. “Dois anos de árduo trabalho”, “não tínhamos condições de levar o projeto sem o cumprimento das cláusulas acertadas”, “o governo é legítimo e conta com o nosso respeito” e “só nos restou aceitar a sua posição” são exemplos do uso da Legitimação como modo de operação da Ideologia, tendo como estratégia a Racionalização (FONSECA..., 1999, p.11). O representante da Ford apela ao acordo feito com a administração Britto como seu escudo e sua razão. Os novos interlocutores é que não souberam seguir o que estava planejado e previsto.

A Dissimulação está presente no discurso, pois o presidente da Ford aponta um desfecho “decepcionante” para a empresa, enquanto sabemos das vantagens oferecidas pela Bahia e por outros estados visando a levar o empreendimento. Seu papel no momento é de lamentar e encontrar culpados. Não poderia festejar a nova opção, apesar de na matéria já anunciar que o projeto sairia em outro local.

Dentro da Fragmentação, usa a estratégia de Expurgo do Outro, vendo apenas no governo Olívio a falta de vontade política e de parceria. Não há nenhuma hipótese, por essa versão, de que a companhia tenha escolhido outro estado brasileiro devido a uma melhor oferta. O Poder de decidir está com ela, pois havia interessados em dar-lhe vantagens.

Estritamente, esse discurso se insere na categoria de Gênero Informativo. Não se extrapola em nenhum momento a notícia. Ela é seca, sucinta, enxuta. Relata o discurso do presidente da Ford falando a empresários no Auditório Mercosul da Fiergs e ponto. A opinião está em seu lugar, entre aspas e marcando a fala de Fonseca e Silva. Apesar de ser um lado da

“verdade” abordado, o governo Olívio é alvo de críticas amenas. Seus adversários do futuro lembrarão com mais vigor o acontecimento. A despedida também é tema de outra matéria na mesma página, em que se mantém o tom.

3.6.3 Interpretação/reinterpretação

Duas matérias resumem a posição da Ford, com tamanho e consistência menores do que as notícias incluindo a avaliação do governo sobre o momento. O **CP** não escancara nenhuma posição; porém, notamos um desequilíbrio intencional. O Estado vivia um tempo de lamentações em razão da perda de um negócio que gera empregos, cria oportunidades e o insere ainda mais no mercado globalizado. No jornal de abril de 1999 o tom é ambíguo. A suposta imparcialidade extravasa para uma leitura particular da situação. Cabia ficar bem com o governo e contestar um acerto feito pela gestão Britto, inimigo de Ribeiro.

No jogo do mercado das Comunicações, deduzimos que a postura crítica da RBS quanto à atitude do PT no caso Ford, mostrada em trabalhos como o de Biz (2002) e observada na cobertura ao longo dos anos, leva o **Correio do Povo** a buscar o seu espaço. Ter um nicho diferenciado aproxima o veículo de anunciantes que também procuram abordagens distintas do padrão do maior grupo.

A palavra ambiguidade está adequada a esse contexto porque o jornal não é, em tese, contrário a empreendimentos como o da Ford. Os interesses econômicos conduzem mais uma vez o empresário Renato Ribeiro e ditam os caminhos do **Correio do Povo**.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS – INTERESSES DITAM IDEOLOGIA

O jornal centenário se valeu da tradição da era Caldas para sobreviver e (re)conquistar seu público nos 21 anos de comando do empresário Renato Ribeiro. A transição para um modelo inovador na época, inspirado no USA Today, obteve sucesso principalmente na década de 90. Apesar de seu tamanho reduzido e matérias enxutas, sem investir em reportagem, para o leitor fiel, era o mesmo **Correio do Povo** que gerações aprenderam a admirar e a ver como um representante dos interesses da sociedade.

Esta dissertação nasceu do papel representativo do jornal no Estado e das inúmeras indagações do dia a dia na Redação. Uma delas é: quantos fatores pesam para a publicação de uma notícia? Visões ideológicas, econômicas, políticas e sociais se juntam para a construção de significações. Nessas duas décadas, acreditamos que a racionalidade de Ribeiro desenhou os caminhos do jornal.

Nosso objetivo geral com o estudo era interpretar as Formas Simbólicas em períodos decisivos para os casos Ford e CRT, por meio da Hermenêutica de Profundidade (HP), de Thompson, visando a formar um perfil do **CP** de 1986 a 2007. Particularmente, buscamos analisar o discurso por meio das categorias *a priori* Mídia, Globalização, Cultura, Ideologia e Poder, todas conforme Thompson.

Nos 21 anos de Ribeiro, o **CP** não conseguiu reassumir a liderança como grupo de Comunicação. Devido à fragilidade da TV Guaíba e à falta de um trabalho integrado com a Rádio Guaíba, não se impôs como rede e perdeu terreno para a RBS. Quando chegou a ter tiragem superior a 200 mil exemplares por mês, se reforçou como jornal, mas não se sustentou nos outros veículos para crescer ainda mais e fazer repercutir suas edições.

O custo reduzido com a fórmula de Ribeiro, o grande número de assinantes e a publicidade garantiram a sua sustentabilidade financeira. Contribuiu para isso também a logística de distribuição, a partir da instalação dos parques gráficos em São Sepé e Carazinho, além de Porto Alegre. A penetração no interior do Estado justificou a ênfase nas editorias de Cidades e Rural. A cobertura anual da Expointer e da Semana Farroupilha ajudaram a marcar a ligação com o campo.

O episódio CRT mostrou que o **CP** reagia ao fato de assistir à RBS estender a sua atuação e de olho nas Mídias convergentes. A telefonia viria a assumir posição estratégica nesse contexto de novos mercados com o celular, Internet banda larga, televisão digital.

A concorrente estava alinhada com as transformações e se aproximava da Telefônica e outros grupos estrangeiros, fazendo jus aos tempos de Globalização. O negócio em seguida sucumbiria, mas naquele momento ameaçava a Caldas Júnior. Enquanto isso, o **CP** tinha uma postura mais conservadora e tinha dificuldades em se inserir nesse novo jogo de mercado. O próprio *site* do jornal, mesmo com a oferta das edições desde 1997, somente em 2009 recebeu o tratamento dinâmico que a Internet exige, já com o Grupo Record.

Quanto à Ford, a Globalização se fez presente de forma mais explícita. Os seus negócios atingiram um cenário amplo em busca dos privilégios dos governos locais. A administração descentralizada chegou a render frutos para a matriz, sempre a partir dos preceitos de uma organização-máquina, com alto índice de produção e sem muito espaço para improvisações.

Pelos casos Ford e CRT, chegamos à conclusão de que a Cultura do **Correio do Povo** estava ligada ao conservadorismo. A defesa das leis é uma constante nas matérias – uma postura que combina com o imaginário do povo gaúcho. A Cultura do Estado tem o cumprimento da palavra e das normas como valor supremo. Reforçada na Revolução Farroupilha e na literatura, a figura do gaúcho está ligada à terra onde nasceu. Um lugar fronteiro que precisou ser resguardado com honra e sangue.

Ideologicamente, a privatização da CRT e a desistência da Ford de instalar montadora em Guaíba evidenciaram o viés mercadológico do pensamento e das ações do dono do veículo. No primeiro assunto, ele se colocou contra a venda da estatal alegando questões técnicas e jurídicas. Independentemente de sua vontade ou não de fazer parte de um consórcio para adquirir a CRT, Ribeiro viu o direcionamento de Britto a favor da RBS no negócio e se jogou numa cruzada contra ele. Matérias se sucederam e todas disseram o mesmo: o governador feriu a Constituição, a legalidade e a moralidade, o edital de licitação da privatização parcial impediu a concorrência e favoreceu grupos estrangeiros. O afronta ao Neoliberalismo de Britto não levou o **CP** para a esquerda. Sua posição esteve mais perto do Liberalismo clássico, que pressupõe a livre concorrência e não a concentração da atividade econômica. O Estado é convidado a intervir por essa doutrina.

A Mídia tradicional como o **CP** se posiciona como defensora da legitimidade e do interesse público e arregimenta apoiadores. Quando contrariado, Ribeiro buscou outros Poderes para se fortalecer. As matérias mostram que invocou a Justiça, deputados, vereadores e demais políticos da estirpe de Leonel Brizola, o criador da CRT e defensor do patrimônio público nacional.

Nas matérias sobre a Ford, a presença de Britto era forte por ter tratado dos termos do contrato e assinado. O jornal lembrou muito bem esse fato e agiu de boa vontade com o PT quando o clima no Rio Grande do Sul era de contestação pela saída da Ford. O negócio com a empresa apareceu em editorial como doação de dinheiro público. Na voz de representantes do governo do PT, ficou clara a contestação à decisão de Britto. Ele teria firmado compromissos inexecutáveis diante das dificuldades de caixa do Estado. Por sua figura carismática, Olívio alegou que estava preocupado com setores como saúde e educação.

Não apenas uma indústria automobilística, a Ford serviu como um modelo de economia que passou a simbolizar a organização do trabalho, a mecanização e a busca do lucro capitalista. O PT pagaria caro por não se entender com a empresa, mas também calculava os prejuízos para seu projeto se abrisse as portas ao empreendimento.

O Poder naquele momento estava nas mãos do partido e convinha a Ribeiro demonstrar simpatia aos governantes. O fato de a RBS adotar uma postura crítica colocou o **Correio** do outro lado. A fatia publicitária estava distribuída de forma equânime²⁷ e o anunciante era muito bem tratado na Caldas Júnior.

Alheio ao dia a dia da Redação, Ribeiro não deixou de imprimir o seu estilo nas páginas do jornal. Além da concepção do projeto, sua marca esteve impregnada nos profissionais: antes de Jornalismo, era preciso estar bem com quem injetava dinheiro e os “amigos” da casa. Aos inimigos, como Britto, nenhuma palavra. A Galvani (2002), Ribeiro confessou ter comprado o jornal por causa das denúncias que sua empresa Incobrasa sofrera da Imprensa. Ele alegou que desejava ver no Estado uma outra voz, além do grupo dominante. O CP fora adquirido como um instrumento de defesa.

Alguém capaz de sortear nomes para definir uma demissão²⁸ ou de constranger um diretor de sua empresa em público²⁹ demonstra uma personalidade fria e que usa e abusa de sua autoridade. As matérias e os editoriais analisados, os depoimentos a esta dissertação e a vivência no veículo nos fazem concluir que a Ideologia adotada em diferentes momentos é a da conveniência financeira. Ribeiro nos parece um empresário movido pelos interesses econômicos.

²⁷ Conforme Guaracy Cunha em depoimento a este trabalho.

²⁸ Frase citada por José Barrionuevo, em depoimento, ao afirmar que Ribeiro pressionou numa época, durante duas semanas, pela indicação de nomes. Como adiam a decisão, ameaçou: “*Vou lá colocar os nomes dentro da caixinha e vou tirando. Os primeiros serão demitidos*”. Barrionuevo ponderou que ele não faria isso, “*mas é o jeito Renato de ser*”.

²⁹ Érico Valduga contou à autora que num jantar da Incobrasa, em Gravataí, ele pediu para o diretor Selvino Ziliotto servir-lhe batata frita. “*E eu do lado da mesa pensando: ‘Se ele me pede para trazer batata frita pra ele com esse tom de voz’ [...] Foi uma amostra de como ele iria tratar as pessoas.*”

O modelo de sinopse foi eleito também por essa lógica, mas a concisão não deixa de se relacionar com os propósitos editoriais. O fato de dizer menos empobrece o discurso, elimina os contextos, reduz as possibilidades de interpretação do leitor. As matérias têm a medida do que se quer dizer, sob o ângulo da empresa jornalística, não da necessidade de garantir um melhor entendimento. Ao retirar os detalhes e ao mesmo tempo uma visão macro, diminui a reflexão. Os textos curtos escondem a essência das coisas e ajudam na omissão de muitas verdades.

Em tempos de atualização de notícias a cada instante e participação dos usuários como coautores da era digital, a sobrevivência do jornal impresso é questionada. Esta dissertação não deu respostas sobre os rumos do Jornalismo, apenas retratou um momento e uma escolha da década de 80 feita por um empresário da soja. Mas nessa reflexão esperamos ter contribuído para o debate sobre que espaço há para os veículos: o registro dos acontecimentos, a prestação de serviços ou o estímulo à leitura do mundo? Não existe um caminho traçado e nem mesmo uma opção será a única.

Acreditamos que na época da venda, em 2007, Ribeiro já sentia que o modelo do jornal estava esgotado. Não atrativo aos jovens, perdia espaço entre os mais velhos que ajudaram a consolidar a imagem do **CP**.

A aplicação da Hermenêutica de Profundidade se mostrou adequada e frutífera em objetos como esse. Aprendemos a ver além do que está escrito, os implícitos, e a valorizar a ordem de colocação das frases, as ênfases do discurso. A possibilidade dada pelo método de expandir a leitura para a sua época histórica e para a ordem social também foi valiosa.

Mesmo com a HP e seu destaque aos contextos, nossa visão como parte do processo pode ter impedido que conseguíssemos enxergar o **Correio do Povo** em sua amplitude. As dificuldades de mudarmos de papel e nos colocarmos como cientistas foram grandes. A todo o momento, o estar fora e dentro simultaneamente nos desafiou. Contudo, o nosso envolvimento foi total e realçou nosso conhecimento empírico daquele mundo. Estas páginas revelaram a nossa interpretação do objeto. As evidências para nós nítidas podem ser relativizadas se pensarmos que outras formas de análise e conclusões surgiriam sob pontos de vista diferentes.

Os rumos do jornal com o Grupo Record não estão claros. Caberia um estudo, a seu tempo, sobre os seus destinos e suas escolhas a partir de um novo ângulo. Como convivem a religião, a Cultura gaúcha, o Poder da Mídia? Uma questão instigante para um Curso de Doutorado.

REFERÊNCIAS

APROVADA nota de solidariedade. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 2 jun. 1998, p. 2.

ASSEMBLÉIA aprova venda da CRT e aumento do ICMS. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 25 jul. 1997. Capa.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.

_____. **Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990b.

BANDEIRA, Moniz. **Brizola e o trabalhismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979.

BARZOTTO, Luis Fernando. O direito ou o justo: o direito como objeto da ética no pensamento clássico. In: ROCHA, Leonel Severo, STRECK, Lenio Luiz, MORAIS, José Luis Bolzan de. **Anuário do Programa de Pós-Graduação em Direito – Mestrado e Doutorado**. São Leopoldo: Centro de Ciências Jurídicas da Unisinos.

BAUER, Martin W., GASKELL, George; ALLUM, Nicholas. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 17-36.

BIZ, Osvaldo. **Governo Olívio Dutra/Ford e a Comunicação: uma abordagem dialética**. Porto Alegre: PUCRS, 2002. 296 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social)-Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

BRITTO recebe moção de repúdio. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 2 jun. 1998, p. 2.

BRIZOLA inconformado com a venda da CRT. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 22 jun. 1998. Capa.

CABRAL, Roque (Dir.). **Logos: enciclopédia Luso-Brasileira de Filosofia**. Lisboa/São Paulo: Editorial Verbo, 1989-1992. v. 2.

CADERNO Breno Caldas 1910-1989. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 11 set. 1989.

CALDAS, Breno. **Meio século de Correio do Povo**: glória e agonia de um grande jornal – depoimento a José Antonio Pinheiro Machado. Porto Alegre: L&PM, 1987.

CESAR, Constança Marcondes. A Ontologia Hermenêutica de Paul Ricoeur. In: César, C. M. (Org.). **A Hermenêutica Francesa**: Paul Ricoeur. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002. p. 43–55. (Coleção Filosofia; 140)

CONTI, Mario Sergio. **Notícias do Planalto**: a imprensa e Fernando Collor. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CORREIO do Povo ganha um novo visual. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 5 maio 2008a, p. 6.

CORREIO do Povo moderniza projeto gráfico. **Coletiva.net**, 27 mar. 2008b. Disponível em: <<http://www.coletiva.net/noticiasDetalhe.php?idNoticia=24983>>. Acesso em: 2 jun. 2008.

CORREIO do Povo muda para atingir um milhão de leitores. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 26 maio 1987.

CORREIO do Povo muda tudo, menos o tamanho. **Coletiva.net**, 5 maio 2008c. Disponível em: <<http://www.coletiva.net/noticiasDetalhe.php?idNoticia=25467>>. Acesso em: 2 jun. 2008.

CORREIO do Povo passa por mudanças. **Coletiva.net**, 18 fev. 2008d. Disponível em: <<http://www.coletiva.net/noticiasDetalhe.php?idNoticia=24462>>. Acesso em: 2 jun. 2008.

CRT: TJE decide sobre mandado. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 26 ago. 1997. Capa.

DIMENSTEIN, Gilberto; SOUZA, Josias de. **A história real**: trama de uma sucessão. 3. ed. São Paulo: Ática/ Folha de S. Paulo, 1994.

DONAHUE, John D. **Privatização**: fins públicos, meios privados. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1992.

EDITORIAL: o regresso. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 31 ago. 1986, p. 4.

EDITORIAL: Privatização parcial da CRT. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 18 ago. 1997. Capa.

ESTADO diz que decisão da Ford é unilateral. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 30 abr. 1999, p. 10.

ERBOLATO, Mário L. **Dicionário de Propaganda e Jornalismo**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1986.

_____. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5. ed. São Paulo: Ática, 2003.

EXECUTIVO contesta versão oficial. **Correio do Povo**, 30 abril 1999, p. 11.

FEDERASUL apela para a retomada do diálogo. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 30 abr. 1999, p. 10.

FEDERASUL destaca Taquarussu. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 18 jan. 2007, [n. p.].

FESTA com o dinheiro do povo. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 8 out. 1997. Capa.

FLORES, Moacyr. **República Rio-Grandense**: realidade e utopia. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

FONSECA e Silva lamenta desfecho decepcionante. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 30 abr. 1999, p. 11.

FORD. **História**. [2007]. Disponível em: <<http://www.ford.com.br/Default.asp#inicio>>. Acesso em: 23 jul. 2008.

FREITAS, Manuel da Costa. **Logos**: enciclopédia luso-brasileira de Filosofia. Lisboa/São Paulo: Editorial Verbo, 1991. v.3.

GALVANI, Walter. **Um século de poder**: os bastidores da Caldas Júnior. 2. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1995.

GARCÍA, Sandro Rudit. Privatização e emprego no setor de Telecomunicações: novas oportunidades ou degradação do trabalho? O caso do Rio Grande do Sul, Brasil. **Scripta Nova**: revista electrónica de geografia y ciencias sociales, Barcelona, v. 8, n. 170, 1 ago. 2004. Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-170-12.htm>>. Acesso em: 28 maio 2008.

GOUNET, Thomas. **Fordismo e toyotismo na civilização do automóvel**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1999.

GRILLO, Cristina. **Entrevista/Al Neuharth**. 2000. Disponível em: <<http://200.226.127.23/atualiza/artigos/eno27062000.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2008.

GUAÍBA protesta contra o governo. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 30 abr. 1999, p. 10.

GUIMARÃES, Ruth. **Dicionário da Mitologia Grega**. São Paulo: Cultrix, 1972.

HOHLFELDT, Antonio; BUCKUP, Carolina. **Última Hora**: populismo nacionalista nas páginas de um jornal. Porto Alegre: Sulina, 2002.

HOLANDA, Francisco Uribam Xavier de. **Do liberalismo ao neoliberalismo**: o itinerário de uma cosmovisão impenitente. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.

IGREJA Universal. **Atuação na mídia**. [2007]. Disponível em: <<http://www.igrejauniversal.org.br/midia-impressa.jsp>>. Acesso em: 27 ago. 2008.

LEAL, Gilberto. Quem diria! É realidade. **Zero Hora**, Porto Alegre, 13 ago. 2009. Caderno Sobre Rodas, p. 8.

LEVY, Armando. **Imagens da organização**, 2007. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/ALevy/imagens-da-organizacao-de-gareth-morgan>>. Acesso em: 17 set. 2009.

LINHAS cruzadas na CRT: Empresários não se entendem e o governo intervém na operadora de telefonia fixa do Rio Grande do Sul. **Época**, São Paulo, n. 110, 26 jun. 2000. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/edic/20000626/neg4.htm>>. Acesso em: 12 jun. 2008.

LUIZ Adolfo Lino de Souza: o construtor de jornais. **Coletiva.net**, 21 dez. 2007. Disponível em: <<http://www.coletiva.net/perfilDetalhe.php?idPerfil=283>>. Acesso em: 2 jun. 2008.

MATTOS, José Emanuel Gomes de. As lágrimas de Antônio Britto. **Coletiva.net**, 2007. Disponível em: <<http://www.coletiva.net/artigosDetalhe.php?idArtigo=1145>>. Acesso em: 2 jun. 2008.

MATTOS, José Emanuel Gomes de. Quando o jornal briga com a notícia. **Coletiva.net**, 27 jul. 2001. Disponível em: <<http://www.coletiva.net/artigosDetalhe.php?idArtigo=1140>>. Acesso em: 2 jun. 2008.

MENDELSKI, Rogério. Dez anos sem a Ford. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 19 abr. 2009, p. 7.

MORGAN, Gareth. A mecanização assume o comando: as organizações vistas como máquinas. In: MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 2000, p. 33-52.

OLÍVIO desafia manifestantes e confirma suspensão de repasses. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 1º abr. 1999. Capa.

OLÍVIO tenta reabrir negociação com Ford. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 30 abr. 1999. Capa.

ORIGEM e trajetória do Correio do Povo se entrelaçam com a história do Rio Grande. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 2 out. 2005. Correio Especial: 110 anos.

PÉREZ-PEÑA, Richard. **Aos 25, “McPaper” atinge a maturidade**. 2008. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=451ASP013>>. Acesso em: 23 jul. 2008.

PONT, Raul. Um grande negócio para a GM. **Zero Hora**, Porto Alegre, 28 ago. 2009, p. 19.

PRECISÃO absoluta na pesquisa do Correio. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 28 out. 2002, capa.

PRIETTO, Miguel. **Governador Leonel Brizola e a Companhia Riograndense de Telecomunicações – CRT**. 2006. Disponível em: <www.pdtrs.com.br/documentos/BRIZOLA%20E%20A%20CRT.doc>. Acesso em: 28 maio 2008.

RECORD. **Emissoras da rede**. 2008. Disponível em:
<<http://comercial.rederecord.com.br/AtlasdeCobertura/EmissorasdaRede/tabid/62/Default.aspx>>. Acesso em: 27 ago. 2008.

REFORMA trouxe ao CP mais conteúdos. **Coletiva.net**, 5 maio 2008. Disponível em:
<<http://www.coletiva.net/noticiasDetalhe.php?idNoticia=25473>>. Acesso em: 2 jun. 2008.

RICOEUR, Paul. **Interpretação e ideologias**. 4. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990.

_____. **Teoria da interpretação: o discurso e o excesso de significação**. Lisboa: Edições 70, 1976.

SANTOS, Suzy dos; CAPPARELLI, Sérgio. RBS: novas tecnologias e convergência das teles e da TV a cabo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 22, 1999, Rio de Janeiro. [**Anais...**]. Rio de Janeiro: Intercom, 1999. Disponível em:
<<http://hdl.handle.net/10183/430>>. Acesso em: 28 maio 2008.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

UNIFICAÇÃO traz inovações ao Grupo Record. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 29 ago. 2009, p. 21.

USA TODAY. **Audience**. [2008]. Disponível em:
<http://www.usatoday.com/marketing/media_kit/pressroom/audience.html>. Acesso em: 23 jul. 2008.

_____. **How the Newspaper is Produced**. [2008]. Disponível em:
<http://www.usatoday.com/marketing/media_kit/pressroom/press_kit_usat_how_newspaper_produced.html>. Acesso em: 23 jul. 2008.

_____. **Press Room**. 2008. Disponível em:
<http://www.usatoday.com/marketing/media_kit/pressroom/press_kit_usat.html>. Acesso em:
23 jul. 2008.

WOLF, Mauro. **Teoria das Comunicações de Massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ZILLES, Urbano. **Religiões: crenças e credências**. 3. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

APÊNDICE A - Transcrição de entrevista com Guaracy Cunha, em 8/05/2009

1) Entrevistadora: Como foi a relação do governo Olívio com o Correio do Povo durante a gestão Ribeiro?

Guaracy Cunha: *Do ponto de vista da relação, vamos dizer assim, cotidiana, né, do dia a dia, nas relações de informação, de produção de conteúdo da Caldas Júnior naquele momento do governo da gente foi muito respeitosa, do ponto de vista... muito equilibrada. Sempre que tinha algum problema nos davam retorno, direito de replicar. E mesmo assim as matérias eram produzidas sempre ouvindo os dois lados, né. Vamos dizer assim e, na produção de manchetes, eram sempre manchetes equilibradas, né. Ao contrário da Zero Hora, que realmente fez uma oposição – da RBS – cerrada à gente. A nossa relação com, vamos dizer assim, os produtores de conteúdo, né, com os editores da Caldas Júnior – tanto da rádio quanto no jornal (a TV não tinha mais jornalismo)...*

2) Entrevistadora: era terceirizado.

Guaracy: *[...] era muito tranquilo. Uma que outra vez algum problema, mas nada. Naquela ocasião, acho que o Telmo... continua sendo o editor do Correio, né?, sempre teve uma relação com a minha chefe de Jornalismo, a Denise, né, muito tranquila, respeitosa, com os repórteres. O tratamento muito equilibrado. Eu não tenho, do ponto de vista, vamos dizer assim, formal, nada que tenha me deixado assim, enfim, mal, do ponto de vista do tratamento. Não puxavam o nosso saco também, entende, mas, nem nós queríamos isso nem estávamos pedindo isso, apenas queríamos um tratamento equilibrado. Sempre nos trataram com muito... assim, de uma forma equilibrada. Eu não tenho nada que reclamar deles. Nada.*

3) Entrevistadora: Que fatos podem ser destacados... que tenham sido importantes.

Guaracy: *Nós pegamos uns momentos de governo muito conturbados. Vou te dar um exemplo claro da coisa, né, que naquele momento foi tratado de uma forma no Estado... Se não tivéssemos tomado naquela ocasião medidas que foram continuadas hoje, saneadoras, na questão da febre aftosa, por exemplo. Hoje tu fala (sic) com qualquer produtor rural, entende, que trabalha com a questão do gado, sobre as medidas que foram tomadas na ocasião de obrigado todo mundo a vacinar o rebanho, de matar o rebanho contaminado e coisa e tal, a situação hoje no Estado seria completamente diferente. Vou te o exemplo que foi uma polêmica naquele momento. Isso que a Caldas Júnior e mesmo o Ribeiro coisa e tal têm*

ligações muito estreitas com o meio rural. É um jornal quando surgiu o Correio do Povo lá tinha uma relação muito forte e continua isso aí.

4) Entrevistadora: E como foi o tratamento desse assunto?

Guaracy: Muito equilibrado. Enfim, de apostar, de achar que era esse mesmo o caminho, de... O Ribeiro era também um plantador, não era criador de gado, acho. Enfim, era uma polêmica. Tu pegava (sic) o lado inverso, o tratamento dado pela RBS era completamente oposto. Era pau. Pau, pau e pau todo dia, quer dizer. Hoje tu... Esses dias encontrei o Baltazar de Belicanto, que foi secretário da Arena, do PP, e é grande produtor rural, criador de gado, e ele me disse: “Naquela ocasião eu fiquei muito contra vocês, coisa e tal, mas hoje eu reconheço que o trabalho que vocês fizeram, que o Hoffmann no caso fez, foi um trabalho fundamental”. Bom, e um outro caso polêmico que tu pode (sic) pegar é a questão da CPI, né. Ali sim, ali se defrontou claramente a questão da, a questão colocada mais claramente dentro da disputa ideológica. E outro exemplo que é uma coisa que outro dia eu estava olhando, que lembrei agora, não sei se tu te lembra (sic) o caso de um estupro de uma mãe e uma filha em Canoas que foi chamado o 190. Não lembro qual foi o momento do governo que ocorreu um caso desses. Foi chamado o 190 e o 190 chegou com muito atraso e coisa e tal e a mãe e a filha foram estupradas... Os caras bateram, bateram, bateram em nós por causa do Bisol na Segurança. E agora eu estava vendo um caso muito semelhante e o tratamento da mídia, no caso a RBS, é completamente diferente. Que é o caso da moça, essa dentista que foi estuprada e morta na Serra. Que foi o 190 que chegou tarde também. Duas pessoas passaram...

5) Entrevistadora: Sim, chegaram cinco, seis horas depois.

Guaracy: Chegaram no (sic) final da tarde. Tu não vê (sic) os comentaristas, tu não vê (sic) as colunas batendo. Claro, naquela ocasião era o Bisol o secretário. Tinha motivo. Então assim, que eu me lembre... Bom, tem outros casos que nós enfrentamos...

6) Entrevistadora: Tem a questão da Ford, que é falada até hoje.

Guaracy: A questão da Ford, essa aí é hors concours do ponto de vista... Mas o tratamento do Correio foi um tratamento equilibrado, né. Se tu fosse (sic) entrevistar o Zeca – que infelizmente morreu, trabalhava comigo até aqui – ele ia te dizer isso. Equilibrado, nos ouviu, a gente podia fazer artigos. Ao contrário da RBS, que tinha uma posição. Mas é uma questão ideológica, de opção. Bem clara. Não teve nenhum tratamento do ponto de vista publicitário

ou alguma coisa assim que o Renato Ribeiro, entende, morresse de amor pelo Olívio, então, não teve. Se tu for (sic) perguntar para mim por que aconteceu isso, eu não saberia te dizer. Eu nunca, aliás, com ele eu conversei uma vez, eu acho, duas vezes conversei com ele. E conversa assim de ir na Expointer, coisa e tal, de ele estar lá e visitar. E conversas assim protocolares, nada de mais, né. Tinha uma relação maior de visitar de vez em quando o irmão dele, o Carlos Ribeiro, que, enfim, tinha uma relação super... assim, dizia o que tinha que dizer para nós e, claramente... né, até um pouco do estilo deles, né. São uns caras mais, vamos dizer, com um outro tipo de formação.

7) Entrevistadora: Então não dá para falar em pressão nem por um lado nem por outro.

Guaracy: *Eu nunca tive, entende, nenhum tipo... Aliás, eles nunca pegaram o telefone para me ligar por alguma coisa. Se tu for (sic) me perguntar por que eles nos tratavam de uma forma mais equilibrada, não sei. Para fazer um contraponto com a RBS? Uma estratégia de Marketing deles? Não sei. Não saberia te dizer. Eles não eram nossos aliados, certo? Não eram porque eram de outro campo: nós éramos o povo e setores da classe média. A burguesia, muito pouco, né? Ele era um grande produtor, um dono de banco, entende? Por que nos trataria de uma forma, vamos dizer assim, mais equilibrada? Eu só posso ver como uma estratégia de mercado dele. Bom, fazer um contraponto à RBS. A RBS bate, eu não vou bater, vou tratar os caras mais equilibradamente. Do ponto de vista é bem interessante. Vou continuar vendendo meu jornal, vendendo meu espaço de rádio, coisa e tal. Nunca me pediu nada, nada. Nunca pediu nada, assim, de dizer nós precisamos... A mídia a gente fazia de uma forma equilibrada. Quem brigava muito com nós (sic) era a RBS. A gente anunciava, né, eles viviam querendo mais. Eles nunca pegaram o telefone pra dizer “Oh, nós queremos isso”. Nunca, nunca. Isso eu posso dizer (inaudível). Eu não sei... É para tu dar (sic) uma estudada.*

8) Entrevistadora: Esse é um mistério.

Guaracy: *Eu não sei. Eu acho que foi uma estratégia deles de mercado. Eles estavam entrando no mercado. Estavam há um tempo no mercado, estavam se consolidando entende. Tinham um jornal, entende, que tinha mudado o formato, que tinha um preço muito popular. Tinham feito uma reformulação no jornal, um jornal barato. Quer dizer, não sei. Não saberia te dizer. Eu não acredito que tenha sido assim uma... eu quero dizer: eu gosto do Olívio, gosto do bigode dele, vamos tratar eles (sic) bem.*

9) Entrevistadora: Uma proximidade ideológica...

Guaracy: Não. Até por que o tratamento nunca foi uma coisa assim. Claro, respeitoso do ponto de vista com o Olívio, sempre respeitoso, de recebê-lo, de tratá-lo bem. Comigo, eu que tratava no dia a dia, eu que movimentava a questão da publicidade, por exemplo, nunca tive nenhuma pressão. Nada. Nada que pudesse dizer “olha, esses caras estão tentando levar vantagem em alguma coisa”. Se tu for (sic) pegar o histórico do ponto de vista de investimento, de financiamento tanto da Caldas Júnior como... Porque nós fizemos uma política diferenciada do ponto de vista da publicidade. Nós não gastamos muito, mas gastamos. Nós fizemos o seguinte: os jornais do interior... Se nós fizessemos campanha nos veículos da Capital, nós faríamos também nos jornais do interior. Nós invertemos o processo. Nós achamos que... Claro, dentro das suas condições, vamos dizer assim, do que eles atingiam, público, coisa e tal. Mas nós nunca deixamos de tratar eles (sic) de uma forma equilibrada.

10) Entrevistadora: O interior.

Guaracy: O interior, né. Em segundo lugar, né, nós não iríamos ter uma relação só com a RBS. Porque a RBS... Se tu for (sic) pegar o histórico de todo mundo nos últimos cinco governos, por exemplo, 80% da mídia é RBS, 70% da mídia publicitária vai para a RBS. Bom, nós equilibramos. Não, nós vamos trabalhar com o interior... Se eu for te dizer a proporção e outra, é o seguinte: 25% para os jornais do interior, veículos do interior do Estado e o resto da Capital era muito bem distribuído. Tanto que os caras da RBS faziam muita pressão em cima disso aí porque achavam: “Bom, nós somos os melhores”. Daí tinham que receber a melhor mídia. Com nós (sic) não é assim. Foi uma política diferenciada com relação a isso. Mas eu te confesso. Eu não sei o que tu está (sic) estudando, mas uma coisa assim, qual é a estratégia dessa empresa. Na verdade, se tu for (sic) pegar a trajetória do Renato Ribeiro, ele era um cara que não tinha nenhuma ligação com a mídia, né. Ele é um cara que a trajetória dele é completamente diferente, é outra trajetória. Ele resolveu comprar a Caldas Júnior talvez, entende, para ter mais força política nos outros negócios que ele tinha, porque ele tinha outros interesses. Assim como todo mundo faz. A RBS também faz. Agora por que nos tratou de uma forma equilibrada. Vamos dizer assim, não foi de uma forma que nos favoreceu. Foi de uma forma equilibrada, é diferente, que eu acho que é a função do jornalismo. Quando tinha que fazer crítica fazia, mas uma crítica que te dava espaço para rebater. Quando as coisas eram positivas, dizia que era positiva. Se tu for (sic)

pegar o histórico da RBS, não tinha nada de positivo no nosso governo. Nada. Foi tudo negativo sempre para eles. Então eu não sei. Eu não sei.

11) Entrevistadora: E qual é a sua avaliação como jornalista desses 21 anos?

Guaracy: Olha, eu trabalhei na Caldas Júnior lá no meu início de profissão. Comecei a trabalhar no Diário de Notícias, depois foi trabalhar na Folha da Tarde, fazer Esporte. Comecei em 78, 79 eu trabalhei no Esporte na Folha da Tarde. Já estava no início do declínio da Caldas Júnior. Eu não estava lá quando fechou. Eu estava na direção do sindicato. Foi uma crise muito grande do ponto de vista do mercado. Claro que o Ribeiro quando apareceu era uma saída porque representava centenas de empregos. Se tu for (sic) perguntar do ponto de vista jornalístico o que eu achava da Caldas Júnior durante (inaudível) dos Ribeiro, eu acho um jornalismo ruim. Assim, não é o que eu gosto. Mas seguiu uma tradição no Estado. Não inovaram muito. Mudaram o formato do Correio. Acho até que do ponto de vista mercadológico deve ter tido seus motivos, mas eu acho que o jornal tinha certos atrativos, ser tamanho standard, coisa e tal. A rádio manteve mais ou menos o mesmo padrão, não mudou quase nada. Meio que repetiu. Tanto que os quadros que tocavam algum conteúdo não mudou quase nada. O jornal seguiu. Se adaptou (sic) um pouco o formato que, enfim, fosse mais favorável quanto ao custo do papel. As mudanças que eles fizeram. A questão de fazer um preço bem barato, acho que eles conseguiram fazer o jornal realmente aumentar bastante a sua circulação. Mas o jornal tinha muito pouco conteúdo, tinha notícias muito curtas, né. Enfim, pouca coisa. Era muito mal trabalhada a informação por causa do espaço. Mas foi uma estratégia dele de mercado. Não foi uma coisa que acrescentou. Ele não disputou, vamos dizer assim, do ponto de vista... com a Zero Hora. Acho que não. Buscou se adaptar a um mercado que... uma franja de mercado que lhe sobrou. Ele não disputou mercado com a Zero Hora do ponto de vista editorial, de produção de conteúdo, de ser uma coisa mais inovadora. Acho que não era o perfil deles, né. O perfil dos Ribeiro não é um perfil inovador. Eu tinha contato com o filho dele que é o... Não lembro o nome do guri que tocava o negócio lá, que mora nos Estados Unidos. Não tinha afinidade com o jornalismo, era administrador de empresas. O negócio dele não era dessa área. Também não tinha o perfil. Não foi um cara formado, como tu pega (sic) um Sirotsky, um cara formado para tocar um império de comunicação.

12) Entrevistadora: Como o Breno Caldas mesmo...

Guaracy: *Como o Breno Caldas, que teve um filho ruim. Muito ruim, coitado. O problema dele foi esse. Se tivesse um filho um pouco melhor... Claro, teve um filho que não deu certo. Isso acontece quando tu deixa (sic) a empresa na mão de filho ou filha. Se não consegue formar para tocar o projeto... O filho do Breno Caldas era uma coisa horrorosa. O Tonho era um troço... O negócio dele era festa, companhias. Eu estava lá na época em que ele foi diretor da Caldas Júnior. O cara, entende, usava só sapato francês, camisa não sei da onde... Um cara fora da realidade. Era filho de um cara que tinha um império. Era diferente, tinha muito dinheiro, era muito rico, era dono de Porto Alegre, dono do Estado. Ele era o que os Sirotsky são hoje, entende. Todo mundo dizia amém para o cara.*

13) Entrevistadora: E voltando no que a gente estava falando antes. Na campanha eleitoral...

Guaracy: *Equilibrado também.*

14) Entrevistadora: ... quando o Britto tentou se reeleger, né, ele teve pouco espaço.

Guaracy: *O Britto tinha comprado uma briga pesada com eles. Eu não sei, teve muito boato na época. Foi em função da telefonia. O Ribeiro queria entrar no negócio e o Britto se acertou com o Sirotsky. Depois tomaram dos espanhóis lá, enfim. O Ribeiro ficou muito puto. Bom, tomaram uma posição radical. O Britto não aparecia no jornal, na Caldas Júnior. Isso é uma coisa bem do perfil dele, né, um cara meio grosso. Cá entre nós, o cara tem uma formação meio complicada. Não é um mediador, não faz as mediações necessárias. Ele disse: “O cara não vai mais aparecer no meu jornal e ponto”. O que o Sirotsky nunca faria, né. Quer dizer, ele faria uma mediação.*

15) Entrevistadora: O que acabou beneficiando o PT?

Guaracy: *É... Vamos dizer assim, do ponto de vista eleitoral naquele momento, se nós tínhamos as manchetes da Zero Hora totalmente contra nós, nós tínhamos a postura do Correio mais equilibrada. De uma certa forma, como não davam espaço para o Britto, nos favorecia, óbvio. Mas, por outro lado, se tu for (sic) pegar a força que a RBS tinha de projetar o Britto na disputa, era muito... Eu me lembro de uma manchete no primeiro turno... O que foi o negócio... Nós conseguimos parar a produção do jornal. Era um negócio de pesquisa. Se tu pegar (sic) a história, tu vai (sic) ver. Enquanto que o Correio tinha um tratamento tranquilo, equilibrado. Fazia a política dele, mas não tinha problema com o Correio, preocupação. Com a Zero Hora sim, de busca e apreensão, de parar as máquinas porque os caras sempre tentavam favorecer o Britto. Então assim, eu não sei qual era a*

estratégia deles, por que nos tratou tão bem, o que aconteceu. Tratou bem não, tratou equilibradamente, entende. De uma forma, não sei... E nunca ninguém soube me dizer. Nem o Olívio. Ele nunca disse nada para o Olívio com relação a isso. Nunca me disse nada se o cara um dia chamou ele para dizer alguma coisa. Eu acho que não. Eu acredito que não. Uma que o Olívio não é desse tipo de conversa, mas... Acho que não. Acho que foi uma estratégia de mercado. Olha, eu vou vender jornal assim. Vou ser mais equilibrado. Se ele também fosse fazer oposição, era muita oposição, entende, ele ia ter que disputar com a Zero Hora, que fez uma oposição direta. Bom, então eu vou por aqui que eu vou vender mais jornal, uma parcela pelo menos que não compra a Zero Hora que vai ler as notícias sobre o governo em mim, sei lá. Eu acredito que foi essa a estratégia dele, não sei.

16) Entrevistadora: O senhor foi secretário durante todo o governo.

Guaracy: *Sim, comecei no início do governo e fui até o final.*

17) Entrevistadora: O cargo era secretário de Comunicação?

Guaracy: *Era secretário de Comunicação.*

18) Entrevistadora: Porque esse cargo muda tanto de governo para governo. Ou tem secretaria ou não tem?

Guaracy: *É. Nós tivemos secretaria e toda a parte de Comunicação do governo ficou comigo lá. A TVE, a rádio, até o jornal (inaudível) pelo Gustavo, nós tentamos fazer um encarte, não deu certo.*

19) Entrevistadora: Daí cuidava de tudo. A publicidade...

Guaracy: *A publicidade também. Nós tínhamos uma estrutura que tinha a secretaria, depois tinha uma coordenação de Jornalismo, que era a Denise, uma coordenação de Publicidade, que foi a Vera muito tempo, dois foi o Félix. A Vera está em Brasília com o Tarso e o Félix no Nordeste.*

20) Entrevistadora: A Vera Spolidoro?

Guaracy: *Sim. E tinha uma coordenação de Relações Públicas. Era assim. Funcionou bem. Mas foi um período muito desgastante. Bah.*

APÊNDICE B - Transcrição de entrevista com José Barrionuevo, em 8/05/2009

1) Entrevistadora: Então eu queria começar sobre o seu olhar sobre o Correio, trabalhando lá até 93, e depois o olhar do concorrente, trabalhando na Zero Hora. Qual é a sua visão primeiro sobre jornalista...

Barrionuevo: *Tu quer (sic) que eu fale até 93. Esses anos desde que o Renato entrou lá, em 84. Quando ele entrou mesmo?*

2) Entrevistadora: Em 86 começou a circular.

Barrionuevo: *Tu queres uma avaliação desse período. Com a experiência que eu já tinha de jornalismo em geral e do próprio Correio do Povo... Eu comecei como estagiário e terminei como redator. Eu comecei como estagiário no sétimo semestre da Famecos. Naquele tempo a gente podia estagiar formalmente na redação, né. Depois se mudou, eu não quero analisar isso, que acho um grande equívoco. O cara tem que ser contínuo, tem que ser qualquer coisa, menos jornalista. Por que um cara no sétimo semestre não pode ser jornalista? Até porque a faculdade não ensina tanto assim. Ou você está aprendendo, lendo, estudando... Bom. Mas eu entrei no sétimo semestre e terminei como diretor de Redação. No período do Renato, eu comecei como editor de Política, passei a colunista de Política, continuando como editor e depois como diretor de Redação. O período que eu passei adiante foi o Mattos, a Rosane, que substitui na Zero Hora, na página 10, que começou comigo no Jornalismo no Correio. Aliás, essa safra de jornalistas deve ter uns 20 em atividade que tiveram iniciação profissional comigo. Para mim o aspecto mais importante do meu desempenho profissional, que é a minha continuação nos outros. Se as pessoas que trabalharam comigo estão aí, inclusive uma me substituindo, no Brasil estão, é sinal que de alguma forma eu fui um bom professor. Bom. O que o Renato fez, entrando no ponto principal, é uma exceção ao Jornalismo mundial. O Correio do Povo quebrou – por razões que não cabe analisar agora, mas depois a gente pode analisar –, mas de qualquer forma o Breno não tinha anticorpos, sempre foi o maior líder e era uma instituição sagrada do Estado. Os professores de vocês dizem, devem continuar dizendo na Famecos que a notícia só existia depois que o Correio do Povo havia publicado. Inclusive a morte do papa. O Correio quebrou e eu assisti a choradeira na frente no jornal. Dois, três anos depois quando eu voltei, eu me impressionei que de cara se obteve entre 80 e 90 assinaturas. Isso é um fenômeno. Noventa mil só tem dois jornais aqui – o Correio e a Zero. O Sul que está aí alardeando não deve ter mais do que 5 mil. O Jornal do Comércio*

deve ter sete. Isso os números verdadeiros. O que eles falam por aí é outra coisa, né. Uns dizem 70 mil, os outros chutam. Quem é auditado é o Correio e a Zero. Desses tu tem (sic) números oficiais. Bom, o Correio voltou, foi um milagre, tamanha era a credibilidade. Isso só pode acontecer se o jornal efetivamente tem uma credibilidade, uma identificação muito forte. Não tem. Tá (sic) na UTI, vida vegetativa, acabou.

3) Entrevistadora: Acabou aquela etapa.

Barrionuevo: *Tu volta (sic) com pleno vigor. Noventa mil exemplares de cara, assinaturas. O cara optou (inaudível). E já não era mais o Breno, era um cara empreendedor aí que resolveu comprar o jornal para livrar a cara dele nas broncas com a RBS, mas não vem ao caso essa observação. Não é limpar a barra. Usei uma expressão errada. Ele comprou... A motivação do Renato, ele sempre disse que ele comprou o jornal porque viu que ele tava (sic) refém da Zero Hora. Ele assistindo às notícias sobre um navio que ele estava abastecendo lá em Rio Grande. Houve um pequeno engano de um navio para o outro na hora de carregar. Não vou analisar o mérito da coisa. Mas ele já tinha comprado a Fazenda de Águas Claras e resolveu comprar o Correio. Isso contado por ele. Bem, ele tinha recursos, saneou, seguramente comprou por um preço... O Breno afundou com o navio. Tem os méritos dele, muitos, nesse sentido. Ele jogou todo o patrimônio dele no jornal. O jornal era a vida dele. Trabalhei 15 anos com ele. E o Renato veio, restabeleceu a saúde e a população aderiu. Esse é o grande mérito, essa é a grande pesquisa que ninguém fez com profundidade até hoje: a força do Correio do Povo, a credibilidade do Correio do Povo. Tem muito de lá. O fenômeno esse depois da transição, o jornal tablóide, como aconteceu. O único que foi lá discutir com o Renato fui eu. Então, tem muito desta credibilidade, que é básica, que é fundamental. E que as pessoas brincam muito com ela. Tu vai (sic) descobrir que está perdendo a credibilidade três anos depois. Para implantá-la tu leva (sic) dez anos. Se não toma as medidas, os cuidados, que eu vejo aqui e não quero identificar onde... falhas tremendas de compromisso com o leitor. (Inaudível) mais a questão financeira, que deve (inaudível) numa empresa. Tem alguma coisa assim que qualquer pesquisa de opinião pública mostraria. Qualquer pesquisa de opinião pública. Suponho que eles façam pesquisa de opinião pública, eles têm a opinião dentro das redações aí geral, eu não estou me referindo especificamente a ninguém, mas tu sabes que estou me referindo à Zero Hora. Bom, o jornal veio standard. O Renato teve a sensibilidade de fazer modificações que outros... O jornalista Breno não soube fazer. Por exemplo, uma coisa que provoca risos hoje em dia. Nós escrevíamos as matérias nas máquinas de escrever – na Olivetti aquela que era a única que resistiu, aquela esverdeada.*

Depois a Olivetti tirou essa máquina de mercado porque ela não tinha obsolescência. Era a única que resistia ao jornalista. O jornalista tem que jogar vigor, força no teclado, né. Por isso ninguém escreveu em máquina elétrica. Não dava para pensar numa máquina elétrica, conseqüentemente não dava para pensar num computador. Ele é mais leve do que uma máquina elétrica. Tinha um colega meu, delicado, parecia um maestro. Subia e descia. Chegava ele e o Guimarães, os dois se cruzando no corredor, os dois editorialistas. Alguns deles escreviam a caneta, só. Como pai do Pratiní, era um dos editorialistas, e o outro o Guimarães, o pai do Carlos Guimarães. Havia uma forte ingestão de álcool naquela época, que os jornalistas realmente...

4) Entrevistadora: Que espírito teve essa retomada do jornal?

Barrionuevo: *Foi uma comoção a volta. As pessoas que choraram lá choraram na volta. Foi uma coisa assim indescritível.*

5) Entrevistadora: Jornalistas e público, a população?

Barrionuevo: *Público. Público. Leitores. Leitores. Eu já tinha encerrado minha atividade como jornalista. Eu queria ir há mais tempo para o Marketing. Aí me chamaram de novo. Quando fechou o Correio, eu fui ser supervisor de Imprensa da Assembleia. Tive a experiência do outro lado do balcão. Quando chamaram eu voltei. A força estava nessa imagem do jornal junto à população. Voltou o Correio, mas por alguma razão foi perdendo um pouco do seu prestígio e perdendo leitores. Analisar isso teria que se fazer uma análise técnica, de n, n, n detalhes que levam a isso. Um dos aspectos eu diria que havia um grande empresário, sem dúvida, reconhecidamente, um grande empresário, mas que não entendia de jornalismo. Quando chegou em 50 mil... Aí, brilhou novamente o lado do empresário. O que faltava no Breno tinha demais. O que tinha em excesso no Breno, como o grande jornalista que era – para mim, o grande jornalista que tivemos nesse período foi o Breno Caldas, vamos inventar. Como empreendedor, etc., mas que terminou pobre, os filhos e netos estão por aí. Quando chegou a 50 mil, o Renato disse: “Eu não vou mandar um jornal para Uruguaiiana com dez exemplares”. E já olhou para os 20 mil: “Eu não vou mandar um caminhão a Uruguaiiana com dez exemplares. Isso não funciona”. Ele se antecipou novamente. Qual o cálculo? Com o mesmo jornal, reduzindo para tablóide e número de páginas, eu faço 200 mil. Com a mesma quantidade de papel e tinta. Isso é da cabeça dele. Não foi de ninguém, nenhum jornalista deu essa opinião. Mesmo que na hora extremamente antipática para nós todos, profissionais, foi a única solução que deu efetivamente a sobrevivência ao jornal. Ele*

tinha 50 mil, com aquela quantidade de papel no jornal standard, ele pensou, bom, 200 mil e distribuí para quem queria. Precisava querer, precisava desejar. Um mês depois ou dois meses depois, não me lembro, ele botou a taxa de circulação, né. Um preço, que perto dos outros jornais, era um preço barato. Só que para ele era o tamanho certo, não tinha caderno de classificados, não tinha nada. Porque aquela quantidade o entregador podia levar aquilo, tantos jornais, o carro podia levaria tantos jornais, etc. Tinha um cálculo um tanto preciso. O jornal se sustentava. Eu fui lá falar com ele. Eu já fui o mais novo do Correio do Povo e eu já era do Correio do Povo o mais antigo. Daí eu fui lá falar com ele. Ninguém falava. Falei até com o Lucchese, que era muito amigo dele, era médico dele. Ele: “Pois é, não adianta falar”. Peguei o Amir Domingues, que era antigão na rádio, e “vamos junto, quero ter mais um junto”. Fui ali ao lado, no prédio do GBOEx, no Shopping Rua da Praia, onde ele o escritório dele, e disse para ele: “Olha, dr. Renato, nós vamos ser apedrejados. Esse jornal vai virar de 16 páginas, 20 páginas”. Havia uma lógica de proporção de notícias. Se tivesse quatro páginas ia a 20. A partir de seis páginas, ia a 24.

6) Entrevistadora: De anúncios...

Barrionuevo: *Então tinha um cálculo. Ele podia ir a 28. Era um sucesso um jornal com 28 páginas. Eu disse duas frases para ele: “Nós vamos ser apedrejados”. E a segunda foi forte: “Isso é um chute nos culhões do Bento Gonçalves”. Como quem diz, a tradição de um Estado acostumado a ver aquele Correio do Povo virado num shopping news, que, diante da distribuição de graça, passa essa ideia. Tu tá (sic) acostumado a aquele jornal. Ele olhou para a tradição do Estado aqui com os tablóides, que veio do Uruguai e foi implantada pelo Pasqualini na Folha da Tarde e deu certo aqui. Continua sendo ainda de forma maciça e massiva aqui no Rio Grande do Sul o tablóide, que é a nossa influência, tu sabe (sic) na faculdade eles ensinam. Isso o fez optar pelo tablóide e ele trocou. Ele me ouviu, eu argumentei, etc., etc., etc. Ele levou um choque quando falei isso e ele começou a argumentar: “Olha o jornal está assim, vai terminar assim. Tenho a opção de fechar ou criar alguma coisa que o mantenha”. Então era o olhar dele, que ele tinha um olhar de Midas. O toque de Midas. E ele criou isso e eu considero, mais uma vez, graças a ele, pela segunda vez ele salvou o jornal. Um jornal que fecha, fica dois, três anos fora não volta nunca. Nunca. Nunca, nunca, não tem. Muito menos hoje em que há toda essa discussão toda em torno do Jornalismo. Um jornal que para de circular não volta nunca mais. Não volta, é impossível. Esse fenômeno aqui com o Renato. Então esse é o grande mérito dele. Ele na teimosia, na motivação que tivesse no primeiro momento, não interessa – todo mundo faz um negócio com*

algum tipo de motivação, né. Ou porque é vocacionado, ou era filho do Caldas Júnior, tal, e ele por uma razão que ele viu: “Bom, eu tô (sic) refêem aqui”. Numa sociedade democrática, quanto mais amplitude tu tiver (sic), melhor. Eu sofri muito isso como colunista político porque críticas que eu fazia ao longo dos diversos governos – lá quando comecei tínhamos oito jornais, lá quando entrei, depois ficamos restritos a dois, praticamente, aí de combate. Eu tinha dificuldade de opinião porque, se eu tenho a Folha de São Paulo três, quatro... Clóvis Rossi, a Catanhêde, dez caras opinando, o Jabor, tem dez caras opinando sobre o Moraes. O que estão dizendo desse Moraes, se na época eu dissesse de qualquer... Falei do comandante da Brigada, que botou o chapéu dos invasores... Eu levava processo e era condenado com Diogo Mainardi, Jabor, Clóvis Rossi dando... (inaudível) ilegítimas. A coisa pública, assunto público, então não entra na política. O papel do jornalista é esse. Então, nesse contexto, eu divaguei um pouco para falar do problema do monopólio. Navarra ensina isso aos jornalistas e empresários que tem que ter monopólio. Se quer sobreviver agora com o jornal, tem que massacrar como empresa. Como sociedade não. Eu quero uma diversidade. Se não eu duvido até do tempo. Amanhã, tempo bom, não sei. Que erram normalmente. Então, nesse sentido, eu mesmo, como jornalista, lamentei várias vezes, vários processos em todos os governos. As pessoas só lembram de mim do PT. É que o PT era uma novidade. Eu estava relembando com uma amiga minha meu tempo de Júlio, quando a metade (inaudível), a metade foi para a clandestinidade, outra metade ficou. Como se a gente nunca tivesse sido esquerda. É lamentável alguém que não tenha sido de esquerda naquela época, em algum momento, na sua juventude. Então as pessoas acham simplesmente que o início do Estado era o governo do PT, não havia vida antes do PT, nem as árvores centenárias do Parque da Redenção, não existiam antes. Então isso o que, a mim me provocava. Jornalista que foi o primeiro a apoiar o surgimento do PT e que transformou Antonio Hohlfeldt no primeiro vereador do PT. Estava sentado ao meu lado no Correio do Povo. Bem no cantinho, naquela esquina ali, ele e o P. F. Gastal, né, eu mais do lado, editor de Política. E o Antonio chegou assim: “Ah, tem esse movimento aqui, o pessoal está querendo Fortunati, Olívio, Ilgenfritz... Querem fazer...”. O Tarso não tava (sic) nessa. O Tarso ainda tava (sic) autoexilado na longínqua, na longínqua Riveira – cinco metros da fronteira. Naquele tempo eu disse: “Hohlfeldt assina, tu é (sic) inteligente, tu é (sic) conhecido... no meio cultural. Tu vai fazer mil votos aí e te eleger”. E foi o único eleito nos estados do Sul. Isso em 82. O único nos três estados do Sul significa nenhum prefeito, nenhum subprefeito, nenhum vereador, nenhum suplente de senador, nenhum governador, nenhum vice-governador, nenhum deputado estadual, nenhum deputado federal. Se (sic) elegeu uma pessoa: Antonio Hohlfeldt. Nos três

estados do Sul. São Paulo elegeu. Lá pelas tantas... Desde o Trichês era muito tempo. Daí tu é (sic) rotulado porque tu vive (sic) um novo momento político em que existe a verdade e a mentira, o bem e o mal. Isso é que o Rio Grande sempre teve. Isso para te colocar como é importante ter diversidade de órgãos de imprensa. Eu posso ter uma posição, pode ter uma opinião imbecil, é opinião, depois de 30 anos, eu tenho opinião em jornal. Assim como o engenheiro tem o cálculo estrutural, ele tem autoridade, eu tenho a minha. Eu estudei para isso. Agora minha opinião pode ser diferente da tua, do outro, do outro. E essa gente... Por isso que eu larguei quando completei 30 anos. Porque as pessoas não entendem que colunista de política não é piloto de avião. Meu filho, que é piloto de avião, tem que largar aquele Boeing com a maior destreza. O colunista de política é exatamente o contrário, ele tem que provocar polêmica. Ele tem que dar o direito de resposta. Todo dia tinha cartas maiores que a matéria, chatas, eu colocava inteira, né, direito de resposta. Não interessava dar lá e os juízes – também estavam todos embalados – ferro no Barrionuevo. Eu agora vou levar ainda outro chumbo aqui, exatamente pela mesma imagem polêmica. Logo tu vai (sic) saber. Então, nesse contexto todo ali do debate. E o jornalista, que já havia sido polêmico no passado deixou de ser. Se eu te critico como político, eu estou te dando passarela, desde que não seja baixo nível, né. Não vou entrar na privacidade nada, estou discutindo ideias, estou te dando passagem. O Zülke... Eu fui no aniversário do Grassi e cheguei na mesa do Zülke – eu já tinha bebido, ele também, a mulher dele também, e disse: “Confessa, tu tens saudade de mim. Não tenho te visto mais no jornal, Zülke”. Ele: “Oh, oh, oh”. Aí a mulher dele: “Diz para ele, diz para ele que tu tem (sic) saudades dele. Diz agora”. Ele se elegeu em cima disso. Porque quem defendia as ideias dele tinha a oportunidade de conhecer as ideias dele ali. Agora, quem me lia sabia que eu tinha divergência em relação a isso. Esse é o processo que os professores não ensinam. O professor lá, o Schröder da vida a dizer: “Esses canalhas, esses corruptos, esses sei lá o quê”. O que vocês vão fazer lá...

7) Entrevistadora: Como o senhor está falando das opiniões: quanto à liberdade que o senhor tinha enquanto trabalhava lá na Caldas Júnior, nesse período Ribeiro. Como colunista, o ser de opinião.

Barrionuevo: *Eu vou te dizer uma coisa: a minha crítica básica é à formação dele para ser empresário de Jornalismo. Eu tive o processo com a Neusa. Estourou antes da posse, antes do segundo turno. Eu descrevi o que ela seria no governo: autoritária, prepotente, “bababa”... A segunda dama, o título do artigo. O único dia que eu bebi antes de escrever. Nunca pode beber antes de escrever. Fui num coquetelzinho – eu nunca ia em lugar nenhum.*

Saía muito tarde – uma e meia, duas horas. Duas horas da manhã tu vai (sic) no Treviso, que tinha antigamente, era o local que bebia, para jantar. Tomei, não é beber... “Dama de segunda” era o título. Escrevi ainda em máquina de escrever porque eu fui o último a entrar no computador. Hoje 90% do meu trabalho é aqui. Fico 5 minutos sem olhar e fico nervoso.

8) Entrevistadora: Sem censura da empresa dessas suas opiniões?

Barrionuevo: *Pelo contrário... a ousadia dele. Um governo assumindo e ele como empresário poderia ter n interesses e eu brigo com a mulher que foi a mulher mais forte aqui neste Estado antes da Yeda, que se elegeu governadora. Ela era a mulher, nem era a governadora. E a bronca começou porque eu disse que ela ia casar. Eles lá com os marqueteiros deles chegaram à conclusão que a situação deles não se sustentava. A Antônia era uma pessoa muito querida, muito humilde e era melhor eles regularizarem a situação deles, casarem. Ele estava bem nas pesquisas. Eu soube por uma pessoa que estava o casamento marcado no Cord para 30 pessoas. “Collares e Neusa vão casar no sábado”. Era de domingo para segunda. Então imagina quantos ligaram para ele. Um deputado... Mil ligaram que não foram convidados. Se tornou (sic) público. Era privado? Não. Era o governador que ia casar. Isso é notícia! A vida matrimonial não tenho... O que se faz na horizontal que interfere outro dia na vertical como governante é notícia. Esta é a melhor definição que aprendi de privacidade. Se a tua privacidade interfere nos desígnios, nos interesses públicos no dia seguinte. [...] Depois disso eles me ligaram. Não. Eu publiquei isso na sexta. No sábado eles me ligaram. O Collares me ligou puto. Ele tinha direito de ficar puto comigo, mas não tinha o direito de achar que eu não tinha o direito de publicar. Pode não ter gostado da coisa. Eu tinha a obrigação de dar a notícia. O que era uma ótima notícia. Ele escandaloso como é. Escandaloso no sentido da paixão dele, paixão de argentino, né.*

(pausa para atender ao telefone)

Com isso aí eu escrevi... Eu cheguei a escrever “dama de segunda”, que era ela (inaudível). Eu conheci bem a Neusa desde que ela chegou de Livramento. Eu era assessor de Imprensa da Assembleia. Conheci no sentido profissional. Não estou dizendo “conheci”. As pessoas falam tanto pela condição da mulher. Eu não tenho essa... esse tipo de pequenez em relação à conduta pessoal, íntima, afetiva e amorosa da Neusa. Foi muito boa para ele. Ela, uma pessoa muito determinada, só que não queimou etapas. Mas isso é outra coisa. Por coincidência que ela pisou lá em Livramento. Bota branca, a Xuxa era secretária do Renan. Era a Xuxa, né. Aquele negócio. As pessoas pegam apelido. Eu tinha bom conhecimento dela antes de ela conhecer o Collares. Eu tinha um conhecimento profissional ali. [...] Disse

Telmo: “Acho que exagerei, né?”. Ele: “É, exageraste. Não vai (sic) publicar esse negócio de dama de segunda que isso vai para o processo hoje, né”. Eu disse não. “A segunda dama”, o título do best seller que fala sobre uma segunda dama que se passava pela primeira dama do presidente dos Estados Unidos. Um filme que está aí. Só que fui muito duro na análise. Quando ela se encontrou com a Tânia Carvalho num negócio ali “bababa, tal, tal”. A Tânia me telefonou, me envenenou e eu, emputecido, né, tasquei uma porrada no jornal. É notícia, vou fazer. Daí eu coloquei: “Prepotente, baba...”. Eu tinha ligado para a filha dela para saber se o colunista social podia ir cobrir e ela: “Não, não, não”. Não podia porque é bem reservado. Então estava confirmada a minha notícia. Foi o artifício que eu tive para não dizer que ia casar e não vai. Depois não é verdade... Isso rendeu um processo forte, uma polêmica, um debate de 40 minutos com o Collares no Câmera 2. A Neusa tentou entrar na sala, tentou invadir. Ela pediu o debate. Eu disse: “Não, eu debato com o Collares, que é o candidato”. Daí o Collares foi lá. A Tânia era a apresentadora, quebrou três ou quatro gavetas durante o... Ninguém falava, só eu e o Collares. Bueno, como esse processo se arrastou e o Renato bancou. Com muita incomodação, bancou, preservou, não deixou interferir. Manteve o Câmera 2 e isso começo de governo. Isso nenhum empresário faz. Ele manteve. Eu não publiquei aquele título. Se tivesse publicado aquele título sim, entende. O que pode acontecer quando você... Exagero. Por isso, sempre tem que mostrar para outro. Pedir opinião. Fui absolvido nesse caso. Foram dois anos e meio e o Renato segurou dois anos e meio. Foi o pior processo que enfrentei na vida. Todo o poder. Todo o poder. E o juiz saltava para outro. Eles não queriam aquele tijolo quente nas mãos deles. Sorte minha que na hora da sentença houve a invasão do Parobé. Ela invadiu. Truculência. Exemplificava o que eu dizia no artigo. Eu tinha esse raciocínio. Não queimou etapas. Vai bater com a cara na parede. As pessoas que têm muito poder de repente se embriaga. Ela acha que atravessa a parede e não atravessa. Foi uma análise dura. Mas eles foi absolutamente correto comigo. E todo o tempo em que eu estive lá, a Redação não passava por ele. Depois não sei como é que foi. Antes também não. Minha sorte é que fui o terceiro diretor. O Kraemer e o Figueiredo, os dois anteriores, pegaram o cara inexperiente. Eu, no lugar deles seria... Eu já peguei o cara um pouco escolado. Fui o terceiro diretor de Redação. Aí eu já consegui imprimir... já tinha um nome forte. Então me impunha mais.

9) Entrevistadora: Ele era presente nos assuntos do jornal?

Barrionuevo: Não, não era. Ele tocava de ouvido. O caso do David. David Coimbra. Ele queria demitir o rapaz. Não era muito conhecido. Eu: “Devagar. Vou ver de novo. Eu tenho

uma opinião diferente. Deixa eu analisar primeiro. Depois eu digo. Eu vi esta matéria, saiu com o meu aval. E se eu não vi tenho responsabilidade igual”. Fui ver o negócio e, devagar, não tem nada. O David já tinha aquele estilo dele, só contido, travado, não podia se soltar muito na Política. Ele tinha um estilo diferenciado para o jornal, para a cabeça dele, ele se soltou demais.

10) Entrevistadora: Qual era a reportagem?

Barrionuevo: *Eu não lembro, eu não lembro. Devia lembrar. Aí eu li e tal e vi realmente. “Falei com o David. É ótimo profissional, muito inteligente, não tem vínculo partidário com ninguém. Nem gosta muito de política.” Daí ele: “Tudo bem, tudo bem”. E um outro rapaz lá foi demitido. Tinha outra função na assessoria e trabalhava no MST. Daí saiu uma matéria do MST. E alguém chegou e contou para ele. [...] “Quem escreve os textos é fulano.” Esta matéria aqui assim, assim.*

11) Entrevistadora: Que análise o senhor faz da cobertura de fatos...

Barrionuevo: *Tu vais me desincompatibilizar agora com o novo. Como é bom escrever tese de faculdade. É mais difícil depois que tu larga (sic)...*

12) Entrevistadora: De temas polêmicos, como CRT e Ford.

Barrionuevo: *Eu particularmente fui muito incisivo na invasão da CRT. Invasão. Tava (sic) Luciana Genro, todo mundo, Lúcia Camini, invadiram a Assembleia. Hoje tá (sic) provado que o melhor negócio que poderiam ter feito na vida foi a venda da CRT naquela oportunidade por aquele preço que viraria pó seis meses depois. Isso aí são números. Não é opinião ideológica, etc. etc. Quando invadiram a Assembleia fui para cima e o juiz diz que a Luciana tinha direitos e tal. Um juiz alternativo, o Temperani. Dei um cacete no Temperani. Disse que aquilo era discussão de palanque, não uma sentença. Um negócio adjetivado. Fui condenado: R\$ 40 mil. CRT, Ford foram fortes à época, CRT no governo Britto e Ford no governo Olívio. O processo de concessão foi outra coisa. Foi uma coisa acanhada. [...] A Ford é o que é. Agora falando com o Jairo Jorge. O primeiro estágio dele foi comigo [...]. Me respeita (sic) muito, deu algumas dicas. Não posso me meter porque fiz a campanha do Ronchetti anterior. Como fiz do Bernardo e do Sartori. Era o que eu fazia quando saí do jornal – Marketing Político. Hoje não faço mais. Quero distância. Hoje trabalho com empresas.*

13) Entrevistadora: E a postura do Correio do Povo?

Barrionuevo: *Já vou... O Jairo Jorge diz: “Não vou cometer o erro da Ford”. [...] Tinha vencido só uma eleição, não uma revolução. O caso Ford dentro do PT é muito discutido. Senta e conversa com o Rolim, com o Elvino Bohn Gass. A Luciana? A Luciana tem o estilo dela. Eu me dou bem com a Luciana. Agora, não preciso concordar com ela. Mas fugi da tua resposta. Nesses casos aí eu já estava na Zero Hora. No meu tempo, questões como Daudt e Dexheimer. Acabou acontecendo muito daquilo... Eu em cima do fato fui no início lá no velório falar com o Dexheimer. A minha opinião... Eu vou escrever um livro só daqui a dez, 15 anos, se Deus me der saúde. Eu vou analisar essas coisas. A Imprensa é preguiçosa. Terceiriza a coragem. Terceiriza. Aí sai na Folha de São Paulo. “Saiu na Folha de São Paulo...” Então terceirizam a coragem. Cadê a reportagem? Cadê a investigação? O caso Rodin, que eu conheço, os caras eram meus clientes, a verdade está dentro do lixo. Os culpados as pessoas sabem. Ah, mas tem imunidade. Melhor ainda. Terceirizam a coragem: “Procurador disse que...”. Procurador disse? Vai lá e vê as imagens externas de riqueza do cara. Aprofunda a investigação. Ah, o cara é deputado federal! Dane-se, melhor ainda. Então, a Imprensa terceiriza a coragem.*

14) Entrevistadora: O senhor no velório...

Barrionuevo: *Eu vi o Dexheimer esperando que a Polícia fosse lá prender o Dexheimer. Ele saiu, fui atrás. Perdi ele. Eu estava com o fotógrafo até hoje do Correio do Povo José Ernesto. [...] Terminei às dez da noite entrevistando ele. Quem é a fonte nessa hora? O cara que tu supõe (sic) que matou. Não é óbvio? No Correio, conversei com o Dexheimer e fiquei convicto de que ele não era. Não vou contar o porquê, como ele me recebeu. Foi no apartamento do Falcão tomando uma batidinha. Hoje eu repasso todos os fatos. A maior lição... Só que a gente aprende isso quando é velho. Todas as razões que me levaram a defendê-lo e – eu fui fundamental na absolvição – o Lia Pires me disse isso. “Tu absolveste o Dexheimer”. E te explico porquê. São as mesmas razões que me dão 100% de certeza hoje que ele matou o Daudt. A mesma tranquilidade que ele tava (sic) tomando aquela batidinha. “Ah, tu vieste entrevistar o assassino.” Aquela serenidade do psicopata. [...] Tudo o que era favorável era a frieza absoluta. O cara que não é assassino não reagiria assim. Naquela época, o Correio do Povo tomou... Transmitiu na TV Guaíba. A TV Gaúcha não tinha margem. Pedi até licença dos partidos. Era propaganda eleitoral. Era final do julgamento. Peguei assinatura do Sereno dentro do avião. [...] Esse julgamento foi decisivo. Pela primeira vez o juiz falava e era uma audiência total. Deve ter sido o maior pico de audiência*

da TV Guaíba. O S. J. Ligou: “Isso é a primeira vez no Brasil que se fez.” Fui tudo transmitido. Foi uma aula. E o cara desgravou. Disse que não tinha fita. Depois da crise, depois que fechou. Eu tinha uma posição, a Política tinha outra. Isso é Jornalismo. Naquele período que eu estava como diretor eu tenho a convicção de que era um jornal polêmico. Um jornal pequeno tem que ser como uma guerrilha. Tem que surpreender. Não posso competir com a Zero Hora com 200 jornalistas. Tenho que escolher temas e ir fundo naquilo e ir melhor. Então a cobertura no caso era melhor. Independente da minha opinião e eu era editor de Política e diretor adjunto do Figueredo. Nessas coisas o Correio ia muito bem porque um jornal pequeno tem que ser de ações rápidas. Tem que ter tempero. E acho que ele perdeu muito isso. Eu estou falando aqui para ti. Hoje eu dependo muito das minhas relações institucionais. Acabou a Tereza cansada de guerra aqui. Não adianta ser formal: “Disse que...” [...] O Renato como empresário compreendeu lá pelas tantas que o jornal dele tinha que ter vida. Então isso foi positivo. Era um jornal solto. Eu chegaria para ele e dizia: “Tô (sic) pensando assim”. Já amortecia. [...] O Breno é algo que eu não vi [...] Comecei no início dos anos 70 com o governo Triches. Nada comparável à autoridade, credibilidade e respeitabilidade. Imponência do Breno Caldas. A postura dele em relação às coisas, aos fatos políticos. Um certo desprezo. A briga com o Amaral de Souza. CPI do Banrisul. O negócio com o Delfim que desencadeou o empréstimo em dólar. [...]

APÊNDICE C - Transcrição de entrevista com Telmo Flor, em 16/05/2009

1) Entrevistadora: Como foi a tua relação com o jornal? Começaste ainda em 1986, quando foi retomado?

Telmo: *Eu ingressei no grupo em 1985. Quando eu comecei na Rádio Guaíba ela ainda pertencia ao Breno Caldas. O jornal estava fechado naquele período porque era dentro daquele período. O jornal fechou em 1984, estava quebrado. A rádio ainda funcionava, com dificuldades financeiras, mas ainda era uma grande escola de Jornalismo, né. Foi nesse período que eu entrei na rádio. Eu me formei em 1984. Em agosto de 1984. Acompanhei, portanto, a compra do jornal pelo Renato Ribeiro. Foi uma surpresa para o Rio Grande do Sul inteiro, na verdade. A compra aconteceu num fim de semana, provavelmente numa sexta. Foi divulgado no domingo, tomamos conhecimento, né, e na segunda-feira é que foi anunciada oficialmente a compra para os funcionários de que o jornal estava comprado, a rádio também, etc. Lembro daquele dia como um dia de grande alegria por várias razões, mas, primeiro, pelo fato de que a compra do jornal significava o renascimento do jornal, que estava fechado. O Renato Ribeiro comprou-o com a intenção de reabri-lo. E também porque nós, funcionários da rádio, estávamos com os salários atrasados há bastante tempo e me recordo que no dia em que foi anunciada a compra, naquele mesmo dia à tarde nós recebemos os cheques de todos os atrasados. Então foi um dia de felicidade total na Rádio Guaíba. E logo depois então o Renato Ribeiro começou a tomar as providências para a reinstalação do jornal, para voltar a funcionar. Havia... foi se formando um grupo que era todo baseado no grupo anterior que havia trabalhado no jornal que fechou. A maior parte da equipe era daquela época. Eu trabalhava na rádio e tinha a intenção de trabalhar no jornal também. Eu tinha muita vontade de trabalhar no jornal. Na verdade eu tinha como um objetivo desde quando me formei, ou melhor, desde quando entrei na faculdade, né. Eu entrei na faculdade, eu sempre digo, para ser jornalista, eu queria muito ser jornalista, mas eu queria muito ser jornalista do Correio do Povo, né. E para mim foi muito importante.*

2) Entrevistadora: E já na decadência?

Telmo: *Não, mas quando entrei na faculdade era 79. Não era. Pelo menos não era visível a decadência. Quando houve a chance de ir para o jornal, eu batalhei bastante para trabalhar. Um dos editores escolhidos para o Correio do Povo era o Barrionuevo, que era editor anterior, o José Barrionuevo, que era editor de Política. E eu procurei o Barrionuevo, que*

não me conhecia, apesar de sermos colegas na Rádio Guaíba. Eu procurei o Barrionuevo pedindo uma chance no Correio do Povo. Ele tomou informações sobre o meu trabalho com editores e me convidou para fazer parte da primeira equipe que abriu o Correio do Povo novo. Então eu ingressei no Correio do Povo ainda no piloto. E me recordo que a primeira entrevista que fui fazer, inclusive para a Política do Correio do Povo, ainda para o piloto, já tive problema com a fonte, que era um político – não vou citar o nome porque já é falecido –, mas que era irascível, uma pessoa muito irritada, com o qual acabei discutindo. Porque, bom isso não vem ao caso agora...

3) Entrevistadora: Mas foi publicado?

Telmo: Foi publicado no piloto, né. E isso... Eu pensava que tinha começado com o pé errado, mas, na verdade, era típico da Política, né. Fui aprendendo isso, as matérias mais tensas. Na verdade eu fiquei pouco tempo na editoria de Política. Mas foi onde eu aprendi muito. O Barrionuevo, por uma característica pessoal, ele é muito dedicado à apuração de matérias, um jornalista que tem um faro de reportagem fenomenal, mas a tarefa de edição, o Barrio não é muito chegado. Não gostava muito disso, eu presumo, que é o baixamento de páginas. Eu, pelo contrário. Gostava, evidentemente, da reportagem, mas eu acredito até hoje que minha vocação é o baixamento, é a edição... E por essa razão acabei ocupando os espaços porque o Barrionuevo dizia: “Vai baixando essa página aí...”. Ai eu fui aprendendo a fazer isso e passei então logo, logo, quando surgiu uma nova mudança no jornal, que falo mais adiante, eu passei para a editoria de Economia. Antes disso dentro da editoria de Política eu fui repórter, redator e subeditor, digamos assim, porque eu fazia o baixamento da página, mais por omissão do Barrio do que propriamente por escolha. Era uma equipe muito boa, nós tínhamos ali, além do... Tinha o Barrio, tinha eu, tinha a Rosane Aparecida de Oliveira, o Daudt, que era o Flecha, era um apelido, né, o Telmo Cardoso Costa, que era subeditor, um profissional também muito qualificado. Foi um momento de muito aprendizado. Acontece o seguinte: nesse período o jornal, nesse período, era dirigido pelo jornalista Marco Antônio Kraemer, quando o jornal foi implantado. E mais adiante houve a troca do Marco Antônio Kraemer pelo Figueiredo e o Figueiredo fez algumas trocas na redação e com isso eu fui trabalhar na editoria de Economia, de editor de Economia. Eu era uma das poucas pessoas da turma mais jovem que sabia editar, etc., né. O Figueiredo, na verdade, fez uma grande renovação, tirou várias pessoas da turma anterior do jornal e aí eu tive a chance de ser o editor de Economia. Tinha uma equipe de profissionais competentes ali. E a partir dali eu acabei atuando em diversas editorias, em diferentes funções. Mais adiante a editoria

de Economia se tornou privativa de secretário de Redação porque houve uma outra reformulação, enxugamento naquela época. Aí eu passei da Economia para a Rural, depois passei para a Geral, Internacional...

4) Entrevistadora: Passou em todas.

Telmo: Passei na Variedades. Na verdade, o único setor que eu não editei foi o Esporte. Em todos os demais eu trabalhei. Virei secretário de Redação ainda na direção do Figueiredo e, em 1992, com a saída do Figueiredo, não antes, o Figueiredo saiu em 90 ou 88, não me recordo em qual dessas datas, teria que pesquisar um pouco melhor. Quando o Figueiredo saiu o Barrionuevo se tornou o diretor, ele já era diretor adjunto. Acho que foi em 90. Eu me tornei o braço direito dele, no baixamento de capa, etc. Em 92, o Barrionuevo saiu do jornal, eu passei a ocupar a função, não ainda o cargo, mas a função de dirigir a Redação, a cadeira e a sala. E dali eu fui sendo promovido, em sequência eu me tornei chefe de Redação, editor-chefe, depois me tornei o... Eu tive várias nomenclaturas no cargo. E depois diretor de Redação, recentemente, se não me engano, em 1998. É o cargo que ocupo até hoje no Correio do Povo. Então essa é minha história pessoal dentro do Correio do Povo.

5) Entrevistadora: Como é que foi a retomada em 86?

Telmo: Então agora vamos contar a história do Correio. Em 86, primeiro foi feito um jornal que não era propriamente um piloto. Num primeiro momento, logo depois da compra, era uma edição para garantir a marca, o nome do jornal, que precisava ser feito até dois anos depois da compra. Se (sic) publicou um número extraordinário do jornal com matérias históricas e anunciando a volta do jornal. Logo depois foram feitos, se não me engano, dois pilotos verdadeiros, ou seja, o jornal como deveria ser feito dali em diante. Era um jornal standard, como o velho Correio, a equipe era uma equipe muito assemelhada, a estrutura muito assemelhada à versão anterior do jornal, uma diagramação bem mais moderna, o projeto do jornal, se eu não me engano, do standard, foi feito pelo Luiz Adolfo, que hoje está lá na Zero Hora. Esse período durou alguma coisa como até dezembro, se eu não me engano. Houve o piloto e em agosto o jornal foi retomado com um bom número de assinantes, se não me engano, na faixa dos 80, 90 mil assinantes, ou seja, já voltou bem, né. E até dezembro começou a acontecer um novo fenômeno que nos surpreendeu e que o jornal começou a cair a circulação. Nós presumimos que havia alguns fatores como a própria, o próprio hábito dos gaúchos depois de dois anos, o leitor gaúcho já era propenso ao tablóide, né, além do mais, num período de dois anos, o principal concorrente dominou o mercado e era tablóide. Mas,

de qualquer maneira, houve uma queda na circulação. O Renato Ribeiro, que era o proprietário, tomou algumas providências, entre elas a mudança de estrutura da Redação, um certo enxugamento, digamos assim, e houve uma substituição do diretor de Redação, que era o Kraemer, pelo Figueiredo. O Luiz Figueiredo fez diversas mudanças na estrutura hierárquica na Redação e etc., inclusive com a contratação de mais gente e os postos-chaves do jornal foram ocupados por uma nova geração de jornalistas, já não tanto os que vinham do grupo anterior. Alguns continuaram, como aliás até hoje, pessoas competentíssimas, vários deles, mas alguns foram substituídos. Mas a ideia do Figueiredo, que eu presumo, era fazer um jornal diferente do que era anterior. Mas mesmo assim não houve a retomada imediata do crescimento da assinatura, eu presumo que tenha sido por esse fator de distanciamento do leitor desse modelo standard e também porque havia uma crise. Naquele período o país vivia uma crise permanente na área comercial, havia crise no bolso das pessoas para comprar jornal. Até que, em meados de 87, o empresário Renato Ribeiro anunciou a todos nós que tínhamos um determinado prazo, se eu não me engano, de três semanas, para desenharmos um jornal que fosse standard, aliás, fosse tablóide e que fosse um jornal de síntese, que fosse objetivo, sintético.

6) Entrevistadora: A ideia foi dele.

Telmo: *A ideia foi dele. Diríamos que até baseado no jornal norte-americano USA Today, que tinha sido lançado poucos anos antes e que era um jornal de noticiário sintético também. O que hoje para algo óbvio na época era novidade. Nós vínhamos de um período, na faculdade, por exemplo, em que se dizia que o futuro do Jornalismo era analítico e não noticioso, só que na prática isso não se configurava. Os jornais tendiam a aumentar o texto, serem mais analíticos. O Renato Ribeiro inverteu essa lógica, calculando que as pessoas ainda queriam comprar jornal para ler notícias, né, e que também o mundo havia mudado muito, não havia tempo pra... disponível pra ler grandes matérias, etc. Sem contar o fator da crise, a leitura dos jornais no Brasil, infelizmente, é supérflua. O jornal é considerado um item supérfluo, seja em que classe social for. E era uma das primeiras despesas que as pessoas deixavam de lado quando sofriam dificuldades financeiras.*

7) Entrevistadora: E houve reação assim, entre os jornalistas? Havia toda aquela ideia...

Telmo: *Houve, houve, sem dúvida. Só para concluir essa parte: o Renato Ribeiro deduziu que, mesmo as pessoas de classe AB não estavam dispostas a pagar por algo que elas não tinham tempo de ler. Elas queriam pagar o valor justo por algo que elas tivessem condições*

de ler e que fossem bem informadas. O conceito foi esse Quando ele apresentou a ideia de fazer um jornal tablóide e na época se falava assim: 16 páginas, sendo quatro delas de anúncios e as demais de áreas editoriais, né, ou nessa proporção mais ou menos, foi um choque para a Redação e não só para a Redação, para boa parte do Estado. A verdade, seja dita, nós, jornalistas, grande parte, não acreditávamos que esse modelo pudesse realmente fazer sucesso porque tinha, primeiro, a cultura das matérias longas, segundo, o conceito acadêmico de que o jornal deveria ser analítico, etc., terceiro, a tradição do jornal standard do Correio do Povo, o jornalão que pesava dois quilos no domingo, aquela coisa, e se propunha a fazer um jornal que era o oposto de tudo isso. Pra isso então, e ele sabendo que essa reação podia acontecer, do público também, apesar da evidente confiança dele, ele tomou algumas providências. Primeiro, então, foi elaborado o projeto aqui a partir do Figueiredo, que era o diretor de Redação, e o Luiz Adolfo, que era o diagramador, o chefe da Diagramação, elaboraram então o projeto gráfico que era absolutamente revolucionário para a época no Brasil inteiro. Era um jornal com notícias sintéticas que levávamos todos nós a ter que reaprender a escrever. As notas eram, para quem vinha habituado a longos textos, eram realmente muito pequenas. Por isso, houve nova readequação na Redação. As pessoas que se adaptaram melhor foram exatamente as que vieram da rádio. A linguagem era uma linguagem de rádio, praticamente. As pessoas terminaram por se instalar em vários setores da Redação. Mas o Figueiredo tomou uma outra providência muito interessante para a época, que, aliás, perdura até hoje. Chegou-se à conclusão de que, se deixasse o repórter produzir a matéria do tamanho que ia ser publicada, nós teríamos omissão de informação porque ninguém estava habituado a isso. Então, o que se fez, os repórteres, e até hoje é essa a filosofia do jornal, os repórteres poderiam produzir o número de linhas que achassem que deveriam, mas um grupo especializado, portanto provindo da rádio, etc., e treinado para isso, tratava de enxugar as matérias e adequá-las ao espaço do jornal. Não o próprio repórter, de tal maneira que ele não fosse instado a reduzir o número de informações, não. Ele produzia o número de informações que achasse necessária e então alguém especializado em reduzir o texto sem perder a informação fazia essa tarefa. E assim funcionou. E a reação do público? O Renato Ribeiro temia a reação do público de que não fosse bem-vinda essa mudança e por essa razão ele tomou a providência primeira: ele fez um modelo que consistia em fazer a distribuição gratuita do jornal, se não me engano durou uns dois meses e ele pegou, então, e distribuiu às pessoas que já eram assinantes e quem quisesse se tornar assinante do jornal, gratuitamente, poderia fazê-lo, bastava se inscrever e o jornal ia ser entregue na sua casa de forma gratuita, explicado que isso era temporário. Inclusive aquelas

peças que já eram assinantes não foi cobrada assinatura mais, apesar de que houve um fenômeno interessante: as pessoas insistiam em pagar assinatura mesmo dizendo para elas que era grátis, aliás, isso aconteceu até no período do fechamento. Havia pessoas que queriam pagar a assinatura do jornal mesmo não recebendo.

8) Entrevistadora: Era uma instituição.

Telmo: *Era uma instituição tão forte. Então nesse período foi feita a inscrição, as pessoas se inscreviam e recebiam o jornal; para alguns se fez degustação, num prédio que tinha dois assinantes se distribuiu para os demais, durante uma semana ou duas, para experimentar o jornal, de tal forma que as pessoas tomassem conhecimento e pudessem aderir à assinatura. Terminado o período da gratuidade, foi dada a opção de que as pessoas que quisessem continuar recebendo bastava pagar o carnê. E foi um sucesso. Foi um negócio estrondoso, que nós não imaginávamos. Houve mobilização até política no Estado, envolvendo parlamentares, secretários de Estado, que procuraram o Renato Ribeiro pra não fazer isso com o jornal dizendo: “Isso não vai funcionar”. E funcionou. Muito bem. A tal ponto que o jornal, depois que voltou a cobrar assinatura, foi crescendo, crescendo, crescendo a tal ponto de chegar a 240 mil assinaturas, né.*

9) Entrevistadora: Isso década de 90?

Telmo: *Exatamente. Já então na década de 80, início da de 90. Foi um período fenomenal então de crescimento. Foi um modelo de sucesso, de sucesso absoluto. Esse modelo do jornal é o mesmo até hoje. Perdurou todo esse tempo até que há dois anos atrás o Grupo Record tinha interesse em comprar a TV Guaíba e o Renato Ribeiro, pelo visto, tinha interesse em vender a TV Guaíba também. E os interesses se cruzaram e o Grupo Record comprou a TV e a rádio, que o Renato Ribeiro também disponibilizou, queria sair dos meios eletrônicos e ficar só com o jornal, mas, logo depois que o Grupo Record tomou posse da rádio e da TV, houve nova confluência de interesses e o Grupo Record acabou também por comprar o jornal. Isso propiciou, mais adiante, há exatamente um ano, no dia 5 de maio de 2008, que se fizesse uma reforma gráfica, preservando o mesmo modelo de jornal sintético, objetivo, etc. nós fizemos uma mudança gráfica tendo como base o mesmo projeto do Luiz Adolfo, renovando, aproveitando as mudanças tecnológicas dos últimos 20 anos, que não tinham sido aproveitadas no jornal. A cor, que instalou máquinas novas. Aliás, tem isso também. Em 95 ou 97, o Renato Ribeiro investiu na compra de quatro novas rotativas que modernizaram completamente o jornal, principalmente por uma inovação importante. Essas máquinas foram*

instaladas duas em Porto Alegre e duas no Interior, em São Sepé e outra em Carazinho. São localidades com interesse estratégico logístico, em cruzamentos rodoviários importantes para o Estado. Com isso, e instalou-se também um sistema de transmissão do jornal para essas plantas e impressoras via satélite e que o jornal fazia a impressão simultânea nessas três plantas. Na época, a Internet era incipiente, não servia como referência, nem como possibilidade de utilização plena para transmissão de dados mesmo, de um grande volume, como é o caso de um jornal. Então nós precisávamos da transmissão por satélite na época. Utilizamos uma tecnologia que foi desenvolvida aqui dentro mesmo, pelo engenheiro Élbio da Luz para compressão das páginas e transmissão via satélite. Graças a essa tecnologia desenvolvida pelo Élbio, se tornou algo viável. A transmissão por satélite era algo caríssimo. Ele conseguiu fazer com que fosse bem razoável. Então nós fazíamos o jornal aqui em Porto Alegre e o jornal era, ainda é, impresso simultaneamente nessas praças. Hoje é relativamente fácil porque se transmite quase tudo por Internet. Mas naquela época precisava do satélite. Quando caía a antena do satélite era um desastre. E com isso então o jornal passou por uma grande modernização. Mas ainda assim com o mesmo planejamento gráfico. Só contemplou a cor, etc., mas precisou de uma reformulação, que foi feita então em 2008, que é o modelo que está sendo aplicado hoje.

10) Entrevistadora: Essa tua reconstituição mostra muito a visão do empresário Renato Ribeiro, a visão aguçada do empreendedor. Ele no dia a dia jornalístico não se fazia muito presente?

Telmo: Não, não, ele praticamente não se envolvia nas atividades do jornal. Ele tinha mais apreço pela parte técnica mesmo. É uma pessoa de produção, de fábrica, então... A importância do Renato Ribeiro é fundamental. Deveria ser feita uma estátua pra ele. Na verdade ele salvou um jornal, o que é algo raro. Os jornais quando morrem não ressuscitam, se ressuscitam, ressuscitam como fantasmas para desaparecer logo depois. O Correio do Povo não. É uma história de sucesso pelo empreendedorismo do Renato Ribeiro, a visão não só de mudar, de investir, essas máquinas, por exemplo, foi um investimento elevadíssimo, muito caro mesmo, né, e que são a sustentação do jornal até hoje. Ele realmente, eu admiro essa capacidade de empreender dele, mas ele não se envolvia no dia a dia, né. Quem se envolvia no dia a dia da Redação era o Carlos Ribeiro, que é o irmão do Renato Ribeiro e era o diretor da rádio e a pessoa que orientava o jornal. O jornal sempre teve uma estrutura maior do que a rádio, evidentemente, e diretores profissionais, o Figueiredo, o Barrionuevo, depois eu, na área industrial, o Élbio, a circulação o Selvino, ou seja, eram pessoas do

mercado e então era uma administração muito profissional. Eventualmente, o Renato Ribeiro se envolvia; se envolveu quando houve assim algumas questões mais relevantes, né, como a questão de privatização da CRT, que era um tema da maior importância pro Estado e para ele pessoalmente. E uma outra coisa assim desse tipo.

11) Entrevistadora: Jornalisticamente, na Redação, como foi a questão dessa briga pessoal Ribeiro e Britto?

Telmo: *Olha, jornalisticamente... Você sabe que jornalistas geralmente gostam de brigas, não digo de brigas, mas de contendas, de disputas, de polêmicas. Também foi um período muito criativo pro jornal. Claro que havia, ninguém gosta, eu, por exemplo, não gosto de trabalhar com pressão pra acalmar o pra brigar. Eu prefiro, não, é indispensável para o jornalista o trabalho livre. E nós tínhamos essa liberdade, mas na verdade isso é quase como atizar briga de quem gosta. A redação gosta de polêmicas mesmo. Então se trabalhava muito com uma pauta polêmica, que denunciava o dia a dia das negociações, etc. e foram negociações realmente polêmicas e difíceis, quase todas elas... A briga, na verdade, dele pessoal com Britto foi o caso da privatização da CRT mesmo, que ele achava que era um processo que não era transparente, que era de cartas marcadas, etc. e que terminou por gerar um resultado previsto por ele, o Renato Ribeiro.*

(Pausa para atender ao telefone.)

12) Entrevistadora: Deixa eu me lembrar onde tu tava (sic). Falando na cobertura, né.

Telmo: *Eu estava mencionando a história do caso Britto. Enfim, gerou um resultado como o Renato Ribeiro imaginava que ia acontecer e isso foi motivo para bastante discussão, mas o jornal democrático e, não poderia ser de outra forma, depois veio o período eleitoral e foram respeitados os espaços proporcionais, nenhuma dificuldade nesse aspecto. No período o jornal era realmente bastante crítico em relação ao governo de Antônio Britto. Mas sempre preservadas a ética. O que realmente foi mais contundente era que o jornal trabalhava muito criticamente às atividades do governo. Em termos de opinião, não em termos de noticiário. A opinião era bastante dura em relação ao governo. Foi divertido.*

13) Entrevistadora: Isso levou até a gente a ouvir leitores ligando o jornal ao PT. Foi por conta disso?

Telmo: *Não foi só isso que causou. Porque também o jornal mais adiante criou o seu próprio instituto de pesquisa e o instituto de pesquisa do Correio do Povo, independente, e*

apresentava resultados aí, diferentes, do que institutos então estabelecidos e mais famosos mostravam. E, coincidentemente, mostravam uma diferença pró-PT bem maior do que acontecia com os demais institutos. Isso foi aumentando essa mística de que o jornal era PT. Na verdade, os episódios eleitorais acabavam por comprovar que os institutos de pesquisa, que o Correio do Povo estava certo e os demais não. Realmente, o PT estava na frente, como na eleição do Olívio Dutra na disputa com o Britto, depois o Tarso na prefeitura, etc. Então havia essa ideia. Mas não era nada disso. O jornal... Havia uma questão pessoal do dono do jornal com Britto. Aliás, não é pessoal, tenho que esclarecer isso, era um posicionamento político por conflitos no âmbito administrativo. Havia o posicionamento do jornal de que a privatização deveria ocorrer de outra forma, né, e foi criticado esse processo. Esse posicionamento não foi pessoal, tem que corrigir.

14) Entrevistadora: Talvez se diga pessoal porque o empresário queria também participar desse processo.

Telmo: *Eu nunca tive a informação de que ele queria participar. Eu acompanhei quando ele disse pro governador Antônio Britto de que o jornal não buscava nenhum privilégio, mas não aceitava que os outros tivessem algum privilégio. Que o governo não deveria ser um distribuidor de benesses e privilégios. E que quando começou o processo de privatização da CRT, apontou que aquela licitação levaria a privilégios, a um jogo de que cartas marcadas anteriormente seriam inevitavelmente vencedoras, etc. Se ele tinha algum interesse direto nisso, ele nunca explicou isso para ninguém, nunca falou. Esses interesses que seriam privilegiados eram concorrentes sim, do jornal mesmo, do grupo, que seriam beneficiados supostamente pelo modelo. O que terminou acontecendo mesmo. Esse era o cerne do conflito. Há boatos de que tinha participação. Mas pelo que conheço e acompanhei era isso. O Renato Ribeiro disse para o governador, aqui, nesta sala, que o jornal não queria privilégios do governo, mas não aceitaria nenhum governo que desse privilégios a ninguém, obviamente, envolve a concorrência do grupo.*

15) Entrevistadora: E qual foi a resposta do Britto?

Telmo: *Disse que não haveria de forma alguma privilégios para ninguém, etc.*

16) Entrevistadora: Isso foi antes?

Telmo: *Foi bem antes de acontecer esse processo, né. E o processo de privatização da CRT, quando aconteceu, num primeiro momento, o Renato Ribeiro disse: “Olha, dessa forma, vai*

ganhar esse, esse, esse. Esse vai levar certos, né”. E terminou acontecendo mesmo. Então, a meu juízo, foi um posicionamento político, não pessoal e que dentro das páginas levou a um conflito com o governo, o que também não era muito propenso a aceitar críticas. Tanto que houve tentativas judiciais de impedir as críticas do jornal ao procedimento.

17) Entrevistadora: Mas não tiveram sucesso.

Telmo: *Não tiveram sucesso.*

18) Entrevistadora: E os leitores, teve reação?

Telmo: *Quase todas elas positivas. Este é um Estado dividido politicamente, né. Mas os leitores viam que o jornal estava cumprindo com a sua obrigação. O papel de um jornal não é puxar o saco de governante. O papel de um jornal é ser vigilante, né. Então, acho que os leitores compreendem isso. Até pela história do Correio do Povo. Foi crítico frequente dos governos e essa é a obrigação do jornal. Nenhum bom jornal deve sobreviver no puxa-saquismo. O papel de um jornal é ser crítico mesmo. Então, jornalisticamente, não há nenhuma novidade nesse aspecto. É claro, que, por ser dividido politicamente, como isso que se espalhou de que o Correio era petista, etc. O que seria impossível, primeiro pela tradição do jornal, por ser um jornal pluripartidário, que nasceu com essa função de ser pluripartidário, de estar acima dos partidos, ele nasceu em 1895 no meio de uma guerra civil ou logo depois de uma guerra civil em que o Estado se dividiu politicamente. O jornal tinha e tem um compromisso histórico com a imparcialidade política. Isso não significa a omissão; pelo contrário, significa o jornal ser crítico não a um partido ou a todos que tiverem no poder. Essa é a função de um jornal, não é ficar puxando o saco de governo, né. Os leitores compreendem isso e sabem o compromisso do jornal com a democracia. Tanto que outros governos vieram e foram criticados quando tinham que ser criticados. Assim que o jornal trabalha. Reação realmente... Até foi um período em que o jornal cresceu bastante em circulação.*

19) Entrevistadora: E outros fatos que tu queira (sic) destacar da cobertura que tenham sido marcantes no período de Renato Ribeiro.

Telmo: *Olha, Ana, são muitos, né. O jornal reproduz, obviamente, em suas páginas tudo o que acontece. Eu tenho assim uma memória não seletiva assim, né, porque cada edição é uma história nova. Pra mim, cada manchete é a história se fazendo. Então, eu tenho a propensão a não destacar uma ou outra porque para mim cada edição merece ser lida e observada com*

o interesse da novidade, isso que nós fazemos no dia a dia. Quando não há novidade a gente tem que buscar. Mas é evidente, são os fatos históricos do período: o 11 de setembro foi um grande momento, as eleições, a queda do Collor, enfim, tivemos, um período que achei interessantíssimo, o período dos conflitos, não, da queda do Muro de Berlim, que aconteceu logo depois, em 89, foi um período extremamente rico em termos de noticiário internacional. A história acontecendo, a queda do Muro de Berlim é algo que fica registrado na memória da gente. Eu tenho, por exemplo, a lembrança de uma capa de um caderno que, num fim de ano, na verdade um caderno de Natal que publicamos, em 89, que eu achei no nosso arquivo uma foto do primeiro Natal após a construção do Muro de Berlim, aquela imagem lúgubre da avenida Unter den Linden, que vai dar no Portão de Brandenburgo, com o muro ao fundo, uma imagem tristíssima, na verdade. E a imagem da alegria da queda do muro, em dezembro de 89. São coisas que marcaram a mim. Mas todo o noticiário do jornal. Depois vem o período do Collor, do impeachment, as eleições aqui no jornal são sempre históricas para nós. Nós temos uma vinculação muito profunda com a política. Exatamente, a emoção do acerto numa das eleições em que nós acertamos a vitória do, se eu não me engano, foi do Tarso Genro. Mas que o instituto, a última pesquisa nossa e o resultado da eleição coincidiam até na casa decimal depois da vírgula, na primeira casa decimal, foi uma coisa, foi um negócio, uma alegria imensa de ter aquele acerto, de todas as críticas se calarem, né, se calarem. As críticas que colocavam o jornal sob suspeita de partidarismo. O jornal mostrando que não: essa era mesmo a realidade. Então aquele momento em que calavam todas as críticas. Foi muito emocionante, né. Então eu digo, os momentos mais emocionantes foram os períodos eleitorais e o período de 89, 90, que é o período do fim do bloco, da cortina de ferro, do bloco soviético, que era rico. É o que eu destaco em termos jornalísticos.

20) Entrevistadora: Telmo, já falaste bastante, mas para ter bem uma comparação entre essas duas eras, a Caldas, especialmente do Breno Caldas, e o Ribeiro.

Telmo: *Olha, eu não trabalhei na época do Breno Caldas no jornal, só trabalhei na rádio. Mas o que eu sentia na rádio e senti na primeira equipe que trabalhou aqui era um apego muito grande a uma suposta tradição. Na verdade, a tradição do jornal é a tradição de seriedade, de imparcialidade, essa é a tradição que tem que ser mantida. Agora, o jornal não tem uma tradição que precise ser preservada na fonte que utiliza, no título, na maneira rebuscada de escrever de há 50 anos atrás. Se eu pudesse analisar, temo cometer injustiça sobre o que aconteceu na queda do jornal, além dos fatores econômicos, foi um apego excessivo a uma suposta tradição que não era. Esses são aspectos superficiais da tradição. A*

tradição do jornal é a de compromisso com a sociedade gaúcha, com a modernidade, inclusive do jornal, assinalando no seu primeiro editorial o seu compromisso com a modernidade. Então, o jornal não tinha um compromisso com o passado, tinha um compromisso... Na verdade, com seu passado sim – da imparcialidade, da credibilidade, né, e me parece que havia um apego até a formatos comerciais como se isso fosse um dogmas a serem seguidos; por exemplo, enquanto a concorrência aceitava anúncios por telefone, aqui dizia-se: “Olha, quem quiser anunciar no Correio do Povo que venha no balcão”. Coisas desse tipo assim, estamos acima do bem e do mal. Acima do bem e do mal acho que ainda estamos. Nós não precisamos nos misturar nessas coisas comerciais mais modernas, etc. Quando na verdade o jornal tinha que se modernizar, tinha que modernizar suas práticas, né. Não quer dizer que isso faça mudar sua essência. Que é o que acontece hoje, nós fizemos uma reforma gráfica profunda e o jornal permanece com absolutamente a mesma essência, né., a mesma tradição, mas modernizado. Esse compromisso com a modernidade é também uma tradição e não um compromisso com o atraso. Eu estou falando evidentemente muito superficialmente porque eu só acompanhei esse período como leitor e, claro, pela lembrança dos colegas que conviveram comigo. Na rádio, havia uma atenção muito grande pela qualidade. Isso foi fundamental na preservação da Rádio Guaíba, uma referência no Jornalismo rio-grandense. Mesmo no período em que não se recebia salário, a equipe era competentíssima e trabalhando com uma linguagem moderna que já tinha sido implantada e renovada recentemente. A Guaíba tinha passado por processo de renovação no início da década de 80 que deixou, que levou a Guaíba para cima novamente. Então a rádio era modernizada já. Convivo, ouço histórias do que era anteriormente. Até a maneira de administrar o jornal era um modelo que me parecia um pouco inviável. Por exemplo, logo que assumia a chefia aqui ainda ouvia as pessoas mais antigas dizendo: “Ah, mas isso... Por que uma viagem tem que ser avaliada e autorizada pelo chefe? Antes a gente... No tempo do Dr. Breno a gente chegava no (sic) caixa e dizia ‘Vou a Paris’ e pronto. Ninguém perguntava por quê. Isso que era bom”. Era bom, mas quebrou o jornal. Eu, efetivamente, não sei se acontecia assim, mas ouvi muitas histórias de que era assim e, portanto, tinha que ser assim também, o que é, evidentemente, inviável. Não se pode admitir.

21) Entrevistadora: E com a cobertura que se tem também, né, espalhada.

Telmo: Não se pode admitir o descalabro financeiro. Uma empresa jornalística, ela para ser independente, ela precisa ser independente financeiramente. Uma empresa jornalística que seja dependente financeiramente de governos, por exemplo, é fadada ao descrédito. Logo,

logo ela se transforma num arremedo de jornal. Então um jornal precisa ser saudável financeiramente. Um jornal precisa ter uma carteira de anunciantes bem capilarizada, não concentrada em um único anunciante ou dos governos. É muito comum os jornais serem dependentes de governos. Uma empresa não pode ser frágil economicamente senão ela vai se tornar fragilizada perante o poder econômico e vai ser presa fácil, então, do mau jornalismo.

22) Entrevistadora: Com esse modelo, o Renato Ribeiro conseguiu uma saúde financeira?

Telmo: *Sim, essa foi a principal realização dele nesse período. Ele conseguiu fazer com que o jornal fosse viável – não só viável – lucrativo e independente. Ele realmente não dependia das boas graças um governo botar anúncio ou não, de um grande anunciante. Porque eu me lembro que chegou num período em que, por exemplo, o nosso maior anunciante era o conjunto de governos, envolvendo governo do Estado, 496 prefeituras do Estado, de diversos partidos, mais a União. Representava alguma coisa como cerca de 12% do faturamento do jornal. O conjunto do setor público, ou seja, o setor público dividido em dezenas de partidos. Ou seja, não havia nenhuma concentração de anunciantes tão grande que alguém pudesse dizer assim: “Eu mando no jornal porque eu sustento”. Não. Não havia isso. Não há ainda. Felizmente. E espero que isso nunca aconteça. Então, é importante ser destacado. O jornal...*

23) Entrevistadora: Na época da briga com o Britto, houve diminuição de anúncios do governo do Estado no jornal? Teve essa contrapartida dele?

Telmo: *Olha, eu não me lembro disso não. Eu me lembro que havia naquele período uma concentração muito grande de publicidade na área de televisão; portanto, não afetava tanto o jornal, aqui, né. Não sei dizer se houve ou não houve. Mas não é, para nós não era um problema isso. Nesse período o governo representava muito pouco. Era muito pouco do volume de anúncios. Não era relevante para a sobrevivência do jornal o fato de o governo anunciar ou não. O jornal alcançou uma independência financeira que tornava, não digo dispensável, mas que evitava a relevância exagerada de um anunciante, no caso, um governo. Com isso, tenho certeza absoluta de que os números que te dei são daquela época.*

24) Entrevistadora: E o número de assinantes também pesava nisso...

Telmo: *O número elevado de assinantes faz com que o anunciante veja uma possibilidade de sua mensagem chegar de forma garantida a um número de leitores, que é o interesse do anunciante. O jornal tem... Até hoje a nossa concentração até agora é de assinantes. A venda*

avulsa representa uma parcela inferior a 2% da venda do jornal. No assinante é que está concentrado o nosso esforço mesmo. E eu acho que isso é fundamental para os anunciantes.

APÊNDICE D - Transcrição de entrevista com Érico Valduga, em 27/05/2009

1) Entrevistadora: Qual é sua relação com o jornal? A sua avaliação da era Breno Caldas.

Valduga: *Era a empresa jornalística mais forte aqui do Rio Grande do Sul. Creio que nenhuma outra conseguiu ter um poder de identidade que a Caldas Júnior tinha com o Rio Grande do Sul que não nascia tanto da grande fortuna do seu proprietário, Breno Caldas, mas da identidade dos dois jornais – Correio do Povo e Folha da Tarde, depois a Folha da Manhã, com o Rio Grande do Sul. Eu não sei se tu já prestaste atenção de onde vem a força do NH, de Novo Hamburgo, que a Zero Hora tentou tantas vezes colocar jornais lá, fazer suplementos locais e o NH sempre impávido a tal ponto que a RBS teve que passar por cima de Novo Hamburgo para ir a Caxias e o Pioneiro. Por quê? Porque o NH nasceu com o calçado. Da mesma forma, a Caldas Júnior nasceu com o Rio Grande do Sul. O Rio Grande do Sul vamos dizer moderno, um jornal de 1800 e...*

2) Entrevistadora: e 95.

Valduga: *E cinco. Tu vês que seis anos antes da fundação do jornal tinha sido proclamada a República. Então ele veio junto com o poder político do Rio Grande do Sul que foi saindo daqui a partir da década de 20 do século passado, com o Partido Republicano Rio-Grandense, com o castilhismo, os republicanos gaúchos. O Correio do Povo acompanhou isso como se nascido junto. Então, foi uma empresa jornalística muito forte e que tinha uma característica... Se tu tiveres dúvida, qualquer coisa, Ana Paula, tu pergunta (sic).*

3) Entrevistadora: Claro, claro.

Valduga: *Estou tentando estabelecer uma linha pressupondo que possa te interessá-la. Ele, o velho Breno era um jornalista. Era criador de cavalo de corrida, era criador de gado Devon, gostava do campo, mas gostava... não tanto quanto um produtor rural gosta, entende? Ele era um produtor rural porque o Rio Grande do Sul era feito de produtores rurais. Quem contava aqui era quem tinha dez (inaudível) pelo menos. E o velho Breno era um jornalista de fato. Porque ele também sabia escrever. Ele sabia o que que queria nos jornais dele, na rádio dele, na TV dele. Mas, como ele era um jornalista e não era um empresário do entretenimento, a TV comeu tudo. Já com o Maurício não comeu tudo porque o Maurício não era um jornalista, era um radialista que deu certo no entretenimento, que percebeu que o entretenimento seria importante porque a TV é entretenimento. Claro, a TV dá notícia, tudo,*

mas é o entretenimento para as pessoas. Ao contrário do Jornalismo, o Jornalismo não é entretenimento, Jornalismo é informação. Eu também faço uma resenha do último filme lançado, da última peça de teatro, do quadro da pintora tal, mas isso é Jornalismo, estou transmitindo informações, não estou entretendo as pessoas. Esta que me parece ser uma característica da televisão. O velho Breno não conhecia isso direito, entende? Se (sic) foi mal.

4) Entrevistadora: Quais foram as funções que você assumiu ao longo desse período que trabalhou lá?

Valduga: Eu comecei... Vou te dar um relato rápido. Eu tava (sic) fazendo Jornalismo na Federal. Na época tinha... 1968 tinha uma espécie de concurso dentro da faculdade, do curso, para ver quem seria indicado para a vaga mais cobiçada que tinha no Rio Grande do Sul, que era estágio no Jornal do Brasil, na sucursal do Jornal do Brasil. Eu ganhei e fui fazer estágio no Jornal do Brasil. Era um estágio de seis meses. Antes de terminar o estágio, me disseram: “Possivelmente tu vai ter... vão abrir uma vaga para ti na Folha da Tarde e no Correio”. De fato. Um mês antes de terminar o estágio me disseram... Fui lá na Caldas Júnior. Mas tinha duas vagas: uma no departamento de Promoções, que era chefiado pelo Walter Galvani, e outra na Editoria de Turfe. E eu: “Digo não, eu quero turfe, não quero promoções”. Passei dez anos como editor de Turfe da Caldas Júnior e, ao mesmo tempo que eu usava meu tempo para o turfe, fui repórter de Geral, pouco tempo, repórter de Política, chefe de Reportagem, editor de Política e colunista de Política. Eu tinha uma coluna diária e continuava com turfe. Eu gosto de corrida de cavalo. Não gosto de jogar. Gosto de jogar carta, tenho que me cuidar para não jogar se não me vicio. Não jogo em corrida de cavalo e gosto de corrida de cavalo. Então, o velho Breno era dono de haras. Tinha... Chegou uma época em que ele teve os melhores cavalos aqui do Rio Grande do Sul eram criados por ele. E isso estabeleceu uma relação de confiança entre ele e eu, que ele me achava um guri de bosta, mas nunca me disse como eu tinha que escrever alguma coisa. Uma vez o José Barrionuevo, que tu deve (sic) conhecer, que foi meu estagiário, o José me descobriu uma CPI em Canoas. Eu digo: “José, já houve requerimento? A Câmara aprovou?”. CPI contra o prefeito de Canoas, que era Ludwig, primo-irmão do velho Breno. Ai o José: “Sim, sim, tudo certo”. E eu: “Já entrou?”. “Já entrou”. Tá (sic) bom, vamo (sic) lá.

5) Entrevistadora: Sem consultar o Dr. Breno?

Valduga: *Nunca consulte ele. Não. O que acontecia que quando comecei a cobrir Política ele me chamou e perguntou por que eu estava cobrindo Política. Eu digo: “Primeiro porque eu gosto e segundo porque o jornal não tem uma cobertura de Política que eu acho como deve ser”. E se tu acha (sic) que pode fazer? Eu disse: “Acho que posso fazer”. Antes eu tinha tido uma coluna. Eu estou falando muito de mim. É isso que tu quer (sic) mesmo?*

6) Entrevistadora: O senhor pode dar o panorama. Acho que é importante.

Valduga: *Eu tinha uma coluna na contracapa – usava a penúltima e a antepenúltima página do jornal na sexta-feira, que era Escolha o seu Programa. As páginas espelhadas. Eu botava um restaurante, uma peça de teatro, dois filmes, um show, entende. Foi a primeira coluna de serviços que teve aqui em que eu dizia onde era, que hora que era e quanto custava, entende? O pessoal não tinha o hábito de colocar preço nas coisas. Que até agora não botam na cobertura de automobilismo. Acho um crime. Dão o modelo, tudo, tudo ótimo, só não botam o preço. Bom, passaram-se uns seis meses dessa coluna bem-sucedida e caprichada. E isso eu era na época, acho que eu era chefe de Reportagem da Folha da Tarde. Um dia eu chego lá e me dizem: “O Dr. Breno mandou cortar a tua coluna”. Eu digo: “Ué, por quê?”. “Ele acha que não é o que o jornal tem que fazer.” Bati na porta: “Dr. Breno, o senhor mandou cortar a coluna”. “Mandei.” Digo: “Eu posso saber por quê?” Ele: “Eu acho que tu tá (sic) dando de graça o que eles teriam que anunciar. Pagando o anúncio e tu dá (sic) de graça”. Eu digo: “Mas, Dr. Breno, tenho a impressão de que estamos chegando numa época do Jornalismo que o serviço é importante para o leitor. Estabelece o nexos com o leitor. Só vender para ele um jornal que ele lê notícias aí. Ele tem que ter alguma ligação com o seu jornal, mais afetiva, por interesse, seja lá o que for, com o seu jornal”. Aí ele disse: “Não, não. Depois tem uma conversa aí que os caras te dão as coisas”. Eu disse: “Como é, Dr. Breno?”. Disse: “Não, tu anda (sic) recebendo toco”. Eu digo: “Se o senhor me der meia hora eu vou em casa e volto”. Fui em casa, peguei dois envelopes cheios de nota fiscal, todos os lugares que eu ia, restaurantes, bar, boate, tudo. Sempre fiz questão de pagar. “Ta aqui, Dr. Breno”. Ele olhou e disse: “Pagaste tudo isso aí?”. “Sim.” “O jornal te reembolsou?” “Não.” “Tu pediste reembolso?” “Não.” “Então passa lá na tesouraria que eles vão te pagar.” De fato. Somaram lá, dois, três dias depois. Me (sic) lembro que era... Nunca pensei que eu tivesse gasto tanto.*

7) Entrevistadora: Isso seria para comprovar um serviço para depois dar na coluna?

Valduga: *Eu ia testar. Como eu ia falar se um troço é bom ou é ruim sem ter ido? Tocar de ouvido?*

8) Entrevistadora: E a matéria da CPI do parente dele?

Valduga: *Então, a partir dali ele ficou me conhecendo. Aí ele mandou demitir o José. Bati na porta: “Dr. Breno, o senhor mandou demitir o José Barrionuevo”. Ele disse: “Sim. Não houve CPI”. Eu digo: “Para aí um pouquinho, Dr. Breno. Ele me disse que a CPI já tinha sido aprovada ontem, por isso eu mandei baixar a matéria.” “Não, não foi. Não só não foi como não será. E tu sabe (sic) como eu não gosto de dar coisas que não aconteceram, que nossos jornais deem coisas que não aconteceram.” Digo: “Bom, se é assim como o senhor está me dizendo... Só que quem tem que ser demitido não é ele, sou eu porque fui eu que mandei dar. Fui eu que perguntei e o repórter me disse que sim e eu confiei nele e o fato de ele não ter falado a verdade para mim não significa que ele deva ser demitido”. E eu nunca tive menor dúvida de demitir gente que se comporta mal dentro de Redação. Mas aquela vez eu achei que não e ele revogou. “Então tá (sic) bem, se tu acha (sic) que não.” E ele sabia...*

9) Entrevistadora: Mas foi uma informação errada que ele recebeu?

Valduga: *Alguém deu para ele, digamos que o líder da oposição na época, era época do regime militar. Era um troço terrível, em plena ditadura. O cara disse para ele e ele acreditou e é normal que um repórter, um estagiário, alguém começando acredite. Ele não se dá conta. Ainda mais na Política que a nuvem hoje tem uma cor e uma hora depois já tem outra, um formato, uma hora depois tem outro formato. Eu acho que o velho Breno foi uma espécie... Tu conhece (sic) o Cidadão Kane? Ele foi uma espécie de Cidadão Kane aqui no Rio Grande do Sul. Mas muito mais, como eu te disse, pela identificação dele com as causas que interessavam ao Rio Grande do Sul do que por qualquer outro motivo. Claro, outros motivos valeram, era um homem rico, proprietário de terras, mas foi a identificação dele.*

10) Entrevistadora: O senhor teve algum convite para trabalhar depois, na reabertura do jornal, em 1986?

Valduga: *A minha saída de lá foi muito rumorosa. Fui demitido em 83 porque eu violei uma regra que eu conhecia. Conhecia e tinha inclusive aplicado. Quando eu comecei a escrever sobre Política, ele me chamou e disse: “Tu vai (sic) me dar teus textos, a coluna, tu vai (sic) me mostrar a coluna todos os dias antes de eu ir embora”. Ele saía por volta de 8 e meia da Redação porque ele ia para o Lami. Eu pegava ele no corredor indo embora, claro que ele*

não ficava me esperando. Aí ele encostado num canto e lia: “Tá (sic) bom”. Uma vez houve um problema com o ministro da Justiça da época que se chamava Mem de Sá. Era amigo do velho Breno, era senador. E eu entrevistei o Mem de Sá e ele foi de uma ironia comigo a toda prova. Eu digo ah, é. Voltei para a Redação e tentei colocar, sem agredir, o que o Mem de Sá tinha me dito, mas cheio de maldade, né. Aí quando eu dei para ele ler ele leu e disse: “Tu acha (sic) que o Mem merece isso aqui?”. Eu digo: “Olha, Dr. Breno, foi a pior entrevista que eu fiz até agora com alguém, respondeu o que quis o que não quis não respondeu”. “Tu acha (sic) que ele merece isso aqui? Se tu quer (sic) publicar, publica, mas eu acho que ele não merece.” Quando eu estava voltando para a Redação: “O velho tem razão”. De fato, não merecia. Era o repórter irritado.

11) Entrevistadora: Era o homem, né, a pessoa.

Valduga: Claro. Então ele... foi o melhor editor que eu tinha. Quando ele me demitiu...

12) Entrevistadora: Ele leu a coluna?

Valduga: Ele lia a coluna e aí um ano depois ele: “Não precisa mais me mostrar”. Não, me passou para o diretor do jornal, que se chamava Edilberto Degrazzia. Um advogado que lia e com quem eu aprendi muito. Um dos melhores textos que eu já li eram desse advogado, o Edilberto Degrazzia. Aprendi muito com ele e ele me ensinou uma série de coisas que eu não percebi e que eu comecei a perceber com ele. Depois, nem para ele eu precisava mostrar. Bom, quando eu não precisa mais mostrar para ninguém. Claro que eu tinha todos os dias problemas com conceitos: boto, não boto, entro, não entro, tal. O João Leitão de Abreu, que foi ministro da Casa Civil do Geisel. Não, foi ministro da Casa Civil do Médici, amigo do velho Breno, amigo do Edilberto Degrazzia, aliás, eles, advogados, tinham escritório juntos. Eu escrevi, saiu o João Leitão de Abreu e entrou o general Golbery do Couto e Silva na chefia da Casa Civil. Aí eu fiz um texto dizendo, avaliando o novo chefe da Casa Civil e disse que um civil com alma de militar tinha sido substituído por um militar com alma de civil. O Golbery era um político muito bom, era general, mas era um político muito bom. Não deu outra. No dia seguinte, de manhã, o Dr. Breno mandou me demitir. Bati na porta, perguntei: “Dr. Breno, o que houve?”. “O João, olha como tu trataste o João.” O João Leitão de Abreu. “O Dr. João, oh como trataste”. Eu digo: “Dr. Breno, o senhor acha que não tenho razão na minha figura?”. “Tu até pode (sic) ter, mas o dono do jornal sou eu. E quem tu acha (sic) que tem razão nesse caso: tu ou eu?” E eu: “É o senhor”.

13) Entrevistadora: O Degrazzia leu?

Valduga: *Eles não liam mais. Não liam mais e eu cheguei a ter, pergunta pro Marques (Leonam Borges da Cunha), ou pergunta pro...*

14) Entrevistadora: Schuch?

Valduga: *Pro Schuch, ou pergunta para outro professor de vocês lá, o sobrinho do... O Tibério, o Tibério Vargas Ramos. Eu tinha uma coluna, que não era grande, que eu dizia coisas que ninguém dizia. E não era processado. O que até agora acontece, na comparação com meu site, minha newsletter. Eu não tenho nenhum processo. E algumas coisas que eu digo ninguém disse. Por quê? Porque não é o que a gente põe. É a forma como a gente põe. Por isso que eu insisto tanto. Eu tenho um filho que é jornalista, trabalha no Terra, o Gonçalo, estuda lá na PUCRS. Eu insisto com ele, primeiro a gente lê para aprender, depois a gente lê para entender. É fundamental o domínio da língua para que, numa frase bem construída, com as palavras certas, tu pode (sic) ofender muito mais as pessoas, usando as palavras certas, tá, do que sendo agressivo ou leviano, seja lá o que tu chamares. É a única coisa que ninguém pode tirar da gente, Ana Paula. Pode te roubar o anel, te arrancar os cabelos. Ninguém vai te tirar o que está dentro de ti. Tem duas coisas que são fundamentais: o que está dentro da tua cabeça e a agenda da gente, com os telefones das fontes. Isso aí é fundamental.*

15) Entrevistadora: Como o senhor pode comparar, mesmo tendo se afastado do Correio... Como o senhor compara esse Cidadão Kane do empresário Renato Ribeiro?

Valduga: *Como é que eu comparo os dois? O Renato é... Vou te dar, talvez o que tu já saiba (sic). Ele era barbeiro, como comerciante que ele era, começou com uma cadeira e já estava com sete ou oito cadeiras. Aí ele casou com a filha do velho Merlin. Se desentendeu (sic) com o velho seis meses depois porque deve ter dado bons palpites pro velho Merlin e o velho Merlin como gringo velho enlouquecido: “O que esse cara tá (sic) pensando? Minha filha casa com um barbeiro e ainda vem me dizer como eu tenho que tocar meu negócio da soja”. Tá? Resultado: o Renato Ribeiro, na briga com o velho, resolveu entrar no negócio da soja. Pegou o dinheiro que ele tinha, começou a investir na bolsa, o dinheiro começou a sair. Ele é talentosíssimo como comerciante. Não gosta de Jornalismo, não gosta de nós, jornalistas, tá. E começou a ganhar dinheiro. Comprou a Incobrasa, que Josezinho da Palmeira, o José Amaral de Souza, e os cunhados tinham deixado falar propositalmente, porque tava (sic) cheia de dívida. Para não ter que pagar a dívida, eles deixaram falir a empresa. O Renato*

Ribeiro comprou. Talento, diariamente ligado na Bolsa de Chicago na época, pouco escrupuloso. Um deputado federal tava numa missão oficial na Suíça. Não me lembro qual a cidade suíça onde tinha um encontro comercial. Esse deputado federal, chegaram dois senhores: “O senhor é o tal deputado tal? O senhor é deputado do Rio Grande do Sul?”, falando em espanhol com ele. “Sim.” “O senhor sabe se o Renato Ribeiro continua misturando areia na soja?” Ele exportava pelo porto de Rio Grande a soja em bruto. Eles varriam o chão e aquela sujeira da varrida que dava 5 a 8% ele tocava dentro dos troços na hora. Na balança dava mais peso e os caras colocaram ele na Justiça por causa disso.

16) Entrevistadora: Isso década de 80?

Valduga: Década de 80. Então o Renato Ribeiro comprou porque foi um bom negócio pra ele. E foi realmente um bom negócio que o Luiz Fernando Cirne Lima propôs pra ele. É, o Luiz Fernando, que era muito amigo do velho Breno, precisava de um comprador para a Caldas Júnior falida. O Renato de cara fez um bom negócio. Comprou aquele prédio daquela esquina ali. No dia seguinte ele já tinha praticamente pago o que tinha gasto, né. Depois a fazenda.

17) Entrevistadora: O senhor diz o Edifício Hudson?

Valduga: O edifício ali na esquina. Só ali já ganhou o que ele pagou e a valorização imobiliária ao natural. Não foi nem no tempo. Foi de um dia para outro. Agora o Renato Ribeiro não... Uma vez eu fui jantar com ele. Jantar não. Comer um churrasco lá na Incobrasa quando ele tinha a Incobrasa lá em Gravataí. Uma mesa comprida que nem essa aqui. Todo mundo sentado. Quatro, cinco pessoas aqui, quatro, cinco pessoas ali. E do lado dele estava o Selvino Ziliotto, que era um dos diretores dele, que inclusive controlou a TV. Selvino Mariano Ziliotto. E o Renato Ribeiro comendo. Comia que nem um porco. Dali a pouco ele olhou o Selvino do lado: “Me (sic) traz batata frita”. O Selvino levantou, pegou a batata frita e trouxe para ele. E eu do lado da mesa pensando: “Se ele me pede para trazer batata frita pra ele com esse tom de voz...”. É, para mim foi uma amostra. Foi logo no início, quando ele já tinha comprado a coisa... Foi uma amostra de como ele iria tratar as pessoas. Depois outras vezes eu jantei com ele lá na casa dele na Dom Pedro e eu sempre fiquei pensando quando ele ia vender. Ele teria que vender. Não gostava daquilo ali. Foi um negócio para ele. Agora, ele é um sujeito muito inteligente. Muito inteligente. Inclusive é de um raciocínio muito lógico, mas não é jornalista. Não é e não vai ser nunca.

18) Entrevistadora: Como o senhor vê esse modelo que foi ideia dele?

Valduga: *Ideia dele. Ele pegou o USA Today. Ele tinha.... Pra poder se inscrever como importador de soja e beneficiador de soja nos Estados Unidos ele precisou comprar uma propriedade, se não me engano, em Utawa ou Aidaho. Ele comprou uma propriedade e passava algum tempo lá nos Estados Unidos. Ele tinha um escritório em Nova Iorque e ele, obviamente, que não era um leitor do New York Times nem do Wall Street Journal. É um leitor do USA Today. Aqui, seguramente, ele não leria o Correio do Povo e leria o Diário Gaúcho. Sem o menor demérito. Não, mas era o estilo dele. Informação rápida, coisa assim porque o resto ele, o resto ele sacava. E invariavelmente sacava direito, entende? Não estou dizendo isso como demérito, mas como é o jeito dele. Eu acho que a sacada foi muito boa. Mas ela partiu não da intenção de dar alguma coisa, mas de dar-se alguma coisa pela redução do custo que, pela lógica que representava no processo industrial, entende? Ele fez o jornal daquele tamanho, correto. Usou a resma, correto. Imprime em Porto Alegre, São Sepé e Carazinho, correto. Reduziu custo de produção. Agora, possivelmente, ele tenha percebido. Eu não falo com ele faz oito anos. É possível que tenha percebido um tempo de vacas magras. É possível que tenha percebido antes do que os outros e, inteligente como ele é, percebeu muitas coisas antes do que os outros na atividade dele. Então ele saiu do negócio na hora certa. Deixou uma marca. Não é a mesma marca do velho Breno. É de uma outra forma, mas, de qualquer forma, alguém que eu não sei se o Correio do Povo estaria vivo até agora, a rádio, a TV, se não fosse o Renato Ribeiro porque, a partir do momento em que ele comprou, tinha tesão suficiente. “Agora vou fazer esta merda andar.” E fez. E ele tinha dinheiro para isso.*

19) Entrevistadora: Como o senhor vê a cobertura jornalística de temas bem polêmicos como a CRT, a Ford?

Valduga: *A CRT foi um pequeno... O que que aconteceu? O Renato Ribeiro quis se associar com um grupo sem entrar com dinheiro. Ele não botava dinheiro no negócio, mas queria um terço do negócio sem botar dinheiro. O governo do Estado não topou. O governo do Estado teria que gestionar a parte dele no BNDES. E o governo do Estado não quis fazer isso.*

20) Entrevistadora: O governo Britto.

Valduga: *O governo Britto. O Britto não quis fazer, que um foi jornalista talentoso. Não quis fazer. O Renato então passou o governo inteiro se vingando dele. O que o velho Breno não teria feito. Cortaria o cumprimento ao Britto, não daria foto na capa do Britto. Agora, nunca*

teria cortado fatos porque não gostava do cara. O Renato fez. Um jeito distinto de perceber o que o serviço que é o Jornalismo. O Jornalismo não depende da vontade do cara. Não depende da vontade da gente o fato. Eu sou o responsável por relatar fatos pois relato fatos. Não é preciso relatar fatos? Ah, bom, então não precisa de jornal. As pessoas precisam se comunicar? O Jornalismo facilita a comunicação? É um canal. Sob certo aspecto o jornal é parecido com um partido político, só que o jornal funciona e os partidos políticos não funcionam. São canais de comunicação que eu acho que são insubstituíveis. Mas eles têm os dois – os partidos políticos também – têm que ser feitos com caráter e com ética, o que os evangélicos não sei se estão fazendo direito. Eu acho que são negociantes também. Estão mais para Renato Ribeiro do que para Breno Caldas. Posso até estar cometendo uma injustiça, mas eles estão mais pra Renato Ribeiro do que pra Breno Caldas. Até porque quando tu olha (sic) na TV aquela gente, aqueles troços rezando ali. Eu sou católico praticante, mas naquele troço ali eu não acredito naquelas histórias. É um programa de sugestionamento. Tudo bem, cada um tem a religião que quer, mas tu teres um monte de dinheiro que tem a Igreja Universal. Depois aquele aviãozinho voltando do Nordeste há uns quatro anos. O Mensalão foi em 2005. É, quatro ou cinco anos. Dinheiro não contabilizado da Igreja. Mas mesmo assim é melhor ter do que não ter. E eu tenho a impressão de que alguns dos profissionais que trabalham lá no Correio do Povo são mais criteriosos do que alguns dos que trabalham na Zero Hora. A média me parece mais criteriosa no Correio do Povo do que na Zero Hora. Lá não se faz coisas que se faz aqui.

21) Entrevistadora: Exemplo?

Valduga: *O comportamento das pessoas. Primeiro, a compreensão de que o Jornalismo é uma atividade pública. E ela não deve ser usada. Aqui na esquina da José de Alencar tinha uma padaria. Um amigo meu, o Geraldo Canali tinha um jornal chamado Oi, que agora é do Hélio Gama... do filho do Hélio, o Hélio passou para o filho dele. E tinha anúncio da padaria no Oi, um jornal do Menino Deus. A Zero Hora foi lá: “Oh, o senhor anuncia. Quem sabe o senhor bota um anúncio na Zero Hora?”. Ele disse: “Não. Estou satisfeito com o Oi. É o anúncio do bairro. As pessoas moram aqui na volta e vêm comprar meu pão. A Zero Hora não me adianta. O cara não vai vim lá do Passo da Areia ou da Tristeza comprar meu pão”. Sabe o que o cara disse pra ele? Aí tu me diz (sic): “Bom, mas vai ver foi o agenciador, o cara que agencia anúncio”. Aí eu descobri posteriormente que isso era orientação que saía do Departamento Comercial da Zero Hora. “O senhor vê que, se por acaso o seu padeiro está fazendo pão e cai um prego... Alguém encontra isso. Se o senhor é nosso anunciante, nós*

vamos dar de outra forma a matéria.” Como eu tenho mais 50 exemplos parecidos em outras áreas, eu posso te dizer que eu prefiro a ética do Correio do Povo do que a ética da Zero Hora. Sem falar que eu acho aquela gente muito arrogante.

22) Entrevistadora: O número 1, né?

Valduga: *Igual o número 1 não quer dizer nada. O número 1 não quer dizer nada. Como é que tu chega (sic) a número 1?*

APÊNDICE E - Transcrição de entrevista com Carlos Ribeiro, em 30/07/2009

1) Entrevistadora: Sobre a compra do jornal, até que ponto o senhor estava envolvido naquela época?

Carlos Ribeiro: *Na realidade eu de formação sou arquiteto e nunca tinha trabalhado nessa área de comunicações em geral, né. Mas quando meu irmão comprou as empresas do Dr. Breno Caldas – e isso foi em maio de 86, mais precisamente no dia 3 de maio de 86 – foi assinado lá o contrato de compra e venda. Ele, como não tinha tempo disponível pra assumir e administrar mais um negócio, além das outras atividades que ele já exercia, então me convidou. Diz: “Olha, vai pra lá que vai ter muito trabalho lá”. Bem, então eu fui pra lá. Eu assumi lá nas empresas, logo no dia 5 de maio. Foi comprado dia 3. No dia 5 de maio nós assumimos lá as empresas que estavam na iminência... – principalmente o Correio do Povo – a Rádio Guaíba e a TV Guaíba tavam (sic) funcionando precariamente, mas estavam funcionando. Não tinham o problema grave como era o do Correio do Povo, da Caldas Júnior, que estava para ser leiloada naquela semana. Então, já fomos para lá e eu assumi com essa missão que nós tínhamos todos que abraçar, que era retomar a publicação do Correio do Povo, uma vez que estava interrompida a circulação desde junho de 84. Então, imediatamente se começou a trabalhar nesse assunto. Tínhamos também o problema do título do jornal, que quando a circulação fica interrompida por mais de dois anos o título fica disponível para domínio público. Então nós tivemos que providenciar uma ou duas edições do Correio do Povo, ainda que muito muito simples, né, simplesmente tinha que circular. E fizemos isso, o que nos assegurou a manutenção do título. A partir daí, então, começamos efetivamente a montar o quadro de funcionários. A partir duma base dos antigos funcionários da empresa, que foram chamados para manifestar o seu interesse em retomar – voltar ou não, né. Então no dia 31 de setembro foi impressa a primeira edição do jornal. A primeira desconsiderando aquelas duas anteriores que eram apenas uma formalidade. Então foi uma edição dominical no dia 31 de setembro de 86. A partir daí então foi retomada a publicação diária do jornal, mas até chegar nessa primeira publicação demandou a remontagem de todo o equipamento e reposição de uma série de equipamentos, botar tudo, botar o que tinha sobrado a funcionar porque em sucessivos leilões foram sendo vendidas partes de equipamentos e coisas que faziam falta para o jornal. Mas um grupo de funcionários que tinha ficado trabalhando para a massa falida felizmente preservou tudo o que pôde, o que nos*

deu condições de rapidamente recuperar algumas coisas e completar outras pra retomar essa circulação.

2) Entrevistadora: Voltando um pouquinho atrás, o que o senhor tomou conhecimento sobre o episódio da venda mesmo, né. Foi uma surpresa para o senhor o fato de seu irmão ter esse interesse?

Carlos Ribeiro: *Pra mim não chegou a ser surpresa, mas, realmente, para o... vamos dizer. Pra mim também em certos aspectos foi uma surpresa, mas para a comunidade que já não esperava mais o retorno do jornal, já dava o caso por encerrado, uma vez que historicamente, até depois eu fiquei sabendo, historicamente, um jornal quando para de circular, principalmente num período tão longo não não não retoma mais a circulação, mas no caso ali foi possível devido, em primeiríssimo lugar, à tradição que o Correio do Povo tinha junto à comunidade gaúcha, uma tradição de muita credibilidade e que fez com que, assim que o jornal retornasse à circulação, as pessoas voltassem a prestigiar e a fazer suas assinaturas. É bem verdade que quando o jornal encerrou a circulação milhares de assinantes ficaram com exemplares a receber, uma vez que tinham pago a assinatura por períodos mais longos. Então, a nossa primeira providência foi assegurar que todos os assinantes que tinham exemplares a receber, períodos de assinatura em aberto fossem ressarcidos, ou seja, entregamos aqueles exemplares que a empresa tinha ficado devendo, vamos dizer assim. Além do que, foram pagas todas as dívidas que a empresa tinha, principalmente as dívidas em relação a créditos trabalhistas de funcionários que trabalhavam na empresa quando ela faliu, quando ela... Isso tudo foi quitado imediatamente e, então, nos deu de novo uma base importante de assinantes, que sempre foi o forte do Correio do Povo. A partir daí começamos a circular sendo que o número de assinaturas aumentou bastante. Mesmo as pessoas que tinham assinaturas a receber fizeram novas assinaturas seguramente no intuito de colaborar, de demonstrar que apoiavam a ideia do retorno à circulação do Correio do Povo.*

3) Entrevistadora: Em seguida, aí houve aquela ideia que teria partido do próprio Dr. Renato de fazer um jornal-síntese, né?

Carlos Ribeiro: *Exatamente, foi o meu irmão, que, em função de dificuldades que os leitores apresentavam, preferências em relação ao formato tabloide lançado na década de 30 pela própria empresa Caldas Júnior quando fez a Folha da Tarde, depois teve outras publicações*

em formato tabloide. Isso fez com que a preferência dos assinantes em relação ao formato, ao tamanho do jornal, estivesse mais voltada para o formato tabloide.

4) Entrevistadora: Foi feita uma pesquisa?

Carlos Ribeiro: Não foi feita nenhuma pesquisa com metodologia científica. Não. Eram opiniões e pedidos que chegavam verbalmente, ou por carta, ou por telefone. As pessoas se manifestando: “Olha, se fosse tabloide seria mais cômodo pra ler, e tal”. O pessoal já tinha se acostumado com o formato tabloide, a comunidade já tinha se acostumado e também em termos de fazer alguma inovação que trouxesse alguma revitalização pro jornal, né, porque na época o meu irmão considerou que tinha que criar um produto novo. Sem abrir mão da filosofia editorial da empresa, criar um produto novo, até para renovação de de faixa etária, de leitores, tal e pensando muito, em primeiro lugar, nos custos de publicação porque o papel sempre foi um componente importantíssimo no custo do jornal. O papel e a mão de obra são os dois grandes custos do jornal e o papel era muito significativo. Então, com esse projeto que ele imaginou nós, a partir de 25 de maio de 87, 25 de maio de 1987, circulou então o Correio do Povo no formato tabloide ainda um tabloide um pouco menor do que o normal, chamava-se tablete. Era um pouquinho, três, quatro centímetros menor na altura... A partir daí se começou a publicar neste outro jornal e nós fizemos o que se chama em publicidade... Proporcionamos uma degustação. Durante cinco meses, em Porto Alegre, nós fizemos assinaturas gratuitas. Bastava que o interessado pedisse a assinatura, ou seja, nós não mandamos o jornal para quem não pediu, que era para não colocar jornal fora. Quem pedisse, evidentemente, tinha interesse em receber. Mas isso foi feito só em Porto Alegre. Todo o interior do Estado continuou recebendo o jornal, mas de forma paga, não era gratuito, até porque tinha mais esse custo de distribuição porque nós sempre distribuímos o jornal para os assinantes com a nossa estrutura de transportes, própria, até hoje isso é feito assim. Bem, fizemos isso no período de cinco meses e a aceitação foi extraordinária, a aceitação foi extraordinária e nos deu um crescimento de circulação, alavancou a circulação, chegamos a quase 200 mil exemplares que eram distribuídos naquele período. A partir desse quinto mês, então, quem quisesse continuar recebendo, precisaria então começar a fazer o seus pagamentos e também isso também foi imaginado pelo meu irmão numa sistemática que era inédita, inédita, não havia nenhum jornal, que fosse do nosso conhecimento, na América do Sul, pelo menos, no Brasil certamente não tinha nenhum, que fizesse um sistema de assinatura, que foi imaginado por ele, que era uma assinatura mensal por período indeterminado. Então, era distribuído um carnê para os assinantes onde a cada

mês, fim do mês, ele tinha que fazer o pagamento do jornal e nós fazemos (sic) o seguinte: o jornal que ele já tinha recebido, não se tratava de antecipar o pagamento. O pagamento era no fim do mês dos exemplares daquele mês. E isto era a cada seis meses dava outro carnê e o assinante, junto com outras contas que o assinante geralmente tem de água, de luz, de telefone, ele incluía mais esse carnezinho. Era um valor muito pequeno em relação à assinatura de jornais, era um valor bem bem convidativo, né, atraente, então nós passamos a ter uma circulação... Ah, outro aspecto era o seguinte: que uma vez o assinante tendo pedido a sua assinatura ela só seria interrompida de duas maneiras: ou se ele manifestasse especificamente “não quero mais” ou se ele parasse de pagar o carnê. Depois de um período lá, dois, três meses, se suspendia a a entrega daquela assinatura. Então isso alavancou de uma maneira espetacular a nossa circulação a partir daí. É interessante para exemplificar como funcionava bem esse sistema de assinatura, que houve épocas, em função da inflação muito alta, que a gente mandava o carnê sem o valor que o assinante tinha que pagar. A cada mês mudava esse valor, então... Claro, na capa do jornal constava, no jornal constava o valor daquele mês, mas no carnê não tinha. Então se ele por acaso não via ali na capa do jornal, se ele fosse pagar no banco, o caixa atualizava o valor, o valor do mês. E isso funcionava tranquilo, as pessoas não não achavam nada de...

5) Entrevistadora: Já tinha aquela cultura de inflação, né.

Carlos Ribeiro: *É, já era a cultura de que a inflação tinha que ser paga, o salário mudava também...*

6) Entrevistadora: Esse sistema durou por bastante tempo?

Carlos Ribeiro: *Durou durante aquela época toda. Depois com o Plano Real, aquelas coisas, durou, mas nunca. A economia*

7) Entrevistadora: O sistema de carnê?

Carlos Ribeiro: *Até hoje funciona esse sistema de carnê. Inclusive quando a gente priorizou o sistema de assinatura e mensal, assinatura mensal, foi contrariando a teoria de todas as outras empresas, que sempre privilegiaram a venda em banca. A venda avulsa. E nós sempre priorizamos o contrário, o assinante. Hoje, todos têm assinatura mensal e todos priorizam o assinante. Então, nesse aspecto, o Correio do Povo também foi inovador, também foi inovador.*

8) Entrevistadora: E quanto à parte editorial, tem uma inspiração clara do USA Today?

Carlos Ribeiro: *Não, nós na época o projeto este levava em conta que tínhamos que fazer um jornal que cobrisse todos os setores, mas um noticiário selecionado e resumido, sintético e objetivo, sintético e objetivo. As empresas jornalísticas e o próprio Correio do Povo sempre teve uma filosofia editorial de grandes matérias, de grandes fotografias e nós tivemos que compactar isso tudo. O próprio USA Today até hoje ele tem bastante notícia curta, mas também tem longas matérias, com fotos. Então, eu diria que as notícias eram sintéticas e objetivas e o próprio jornal era sintético e objetivo. Nós começamos esse projeto, o tabloide, com 16 páginas, com 16 páginas, das quais eram destinadas no máximo cinco para publicidade. Isso foi assim por bastante tempo. Quando o jornal começou a ter mais publicidade, nós fomos aumentando o número de páginas para que as editorias não ficassem prejudicadas e que mantivesse uma proporcionalidade entre publicidade e noticiário, mas o projeto em si, digamos a ideia básica do projeto, era que fosse um jornal sintético e objetivo. Então não não... Realmente isso foi uma... Foi inventado e criado pelo meu irmão.*

9) Entrevistadora: E assim...

Carlos Ribeiro: *E contrariando toda a expectativa de de 100% do meio jornalístico, publicitário, empresarial.*

10) Entrevistadora: Houve até reações na época, ne?

Carlos Ribeiro: *É, teve gente que não aceitava de jeito... Que seria o fim do jornal, que seria... Que iria liquidar a empresa, tal, tal... Contra todas essas opiniões aí, a ideia vingou. A ideia deu certo. A ideia deu certo. Nós chegamos a ter até um máximo de circulação, comprovada pelo IVC, na época, lá no final dos anos 90, início de 2000, de quase 240 mil jornais, de circulação paga, não era... Porque muita gente dizia: “Não, tem bastante circulação porque é de graça”. Não. Volto a te afirmar, de graça só foi distribuído em Porto Alegre durante cinco meses, a partir do lançamento do jornal tabloide, tablete, no caso. Nunca mais foi nada de graça. Então, a ideia realmente foi um sucesso.*

11) Entrevistadora: E havia, assim, áreas prioritárias na cobertura?

Carlos Ribeiro: *Não, nós tínhamos um esquema que mais ou menos ele está até hoje no jornal. Nós tínhamos, nós tínhamos uma série de editorias, né. Então, além da editoria Geral, nós tínhamos a editoria de Política, nós tínhamos a editoria de... chamada página 4 ali, opinião, os artigos, charge, aquela coisa, tínhamos o noticiário Nacional e Internacional,*

tínhamos o noticiário de Economia, a editoria de Economia, tínhamos a editoria de Rural, que isso foi uma outra inovação que ninguém compreendia e depois todo mundo compreendeu, tínhamos a editoria, noticiário do interior do Estado, porque a circulação do Correio do Povo sempre foi muito importante no interior do Estado e tinha 20 e tantos correspondentes em cidades-polo, vamos chamar assim, né, regionalmente cobriam, como até hoje tem. Tínhamos a chamada editoria de Variedades, que compreende a parte de artes e espetáculos, a editoria de Esportes, que sempre foi uma importante editoria do jornal, que fica até hoje com a contracapa, e tínhamos o noticiário de Polícia, que também fazia parte em que se dividiu a redação, vamos dizer assim, o jornalismo. Sendo que eu falei na editoria de Rural porque era muito tradicional no Correio do Povo esse tipo de cobertura. Ocorre que o Correio do Povo tinha uma publicação, um caderno, que era o Correio do Povo Rural, que circula uma vez por semana, que, se não me engano, era nas sextas-feiras. Era às sextas-feiras. Bem, o que que acontece. Isso como eu tô (sic) te dizendo era tradicional e era histórico, mas vinha de dezenas de anos e quando nós assumimos lá as comunicações tinham evoluído muito, então, o noticiário, para ficar guardado e ser publicado uma vez por semana, ele se desatualizava rapidamente. Então, passamos a ter um acompanhamento diário do noticiário do setor e isso nos deu uma atualidade muito grande em relação a isso aí e reforçou muito o conceito do jornal, principalmente no interior do Estado, essa editoria Rural e a editoria Interior, como se chamava na época, hoje se chama Cidades, né, elas sustentaram a circulação no interior do Estado do jornal, que era até maior do que da Capital, que era até maior do que a circulação da Capital. Então, foi uma outra inovação importante, foi esse acompanhamento diário.

12) Entrevistadora: E a opção foi para manter essa história do jornal e também tem a ver com a ligação do Dr. Renato a esse meio?

Carlos Ribeiro: É mais pela ligação história, mais pela ligação histórica, porque em relação à atividade, atividade empresarial, não é tão tão relevante em função do jornal, não tinha muita... Mas, claro, como a gente estava nesse meio, também ouvia pedidos e opiniões de pessoas da área que pediam coisas, sugeriam coisas: “Olha, seria interessante cobrir tal evento, tal”. Além do que os próprios profissionais, jornalistas também que acompanhavam o setor definiam como sendo relevantes para o noticiário, né. Claro, esse relacionamento com o setor ajudou, mais no caso, vamos dizer, de de manter a circulação e aumentar a circulação porque a cobertura passou a ser muito boa, até hoje a cobertura do setor primário

do Estado, a do Correio do Povo é longe melhor do que qualquer outra. Em função dessa tradição de 113 anos agora, vai fazer 114, então deu muita sustentação.

13) Entrevistadora: Nesse período de 21 anos, quais são os fatos que o senhor lembra, alguns que o senhor queira destacar.

Carlos Ribeiro: *A modernização do parque gráfico é um deles, talvez o... Porque a modernização tecnológica sempre ela tem que existir sempre, né, mas, no nosso caso lá, nós tínhamos uma grande dificuldade que era com as cores. Nós não tínhamos condições, pelo equipamento de impressão do jornal, de fazer um jornal bonito, em policromia, e isso nos dava uma desvantagem, mas a empresa então comprou comprou uma uma... um equipamento que era o mais moderno na ocasião e que mais se adequava para o que a gente queria e instalou então um parque. Na verdade instalamos três parques gráficos. Isso aí foi uma outra inovação que também era inédita. Então nós no momento em que compramos o equipamento para fazer um jornal com melhor qualidade de impressão principalmente na área de policromia nós estabelecemos três parques gráficos: um aqui em Porto Alegre e tem um em Carazinho e outro em São Sepé. Esses três parques gráficos foram localizados em função de facilitar a circulação do jornal porque eles estão localizados geograficamente junto às estradas mais importantes e que possibilitam que mais rapidamente o jornal chegue na casa do assinante. Pra gente ter uma ideia, nós imprimimos na Praça da Alfândega, ali na sede do Correio, um jornal que levava 11 horas para chegar em São Borja, vamos dizer assim, né, que é um dos pontos mais distantes aqui de Porto Alegre. A partir da implantação destes parques gráficos, o jornal passou a chegar em São Borja às sete, às sete da manhã, né. Então, nós ganhamos... Outra coisa, e o fechamento do noticiário passou a ser feito bem mais tarde também. Então, nós fechávamos a edição completamente à meia-noite, meia-noite e 30 e às 7h, 7h30min estava em São Borja, que é o lugar mais longe. Em outras cidades muito antes disso, o que nos deu uma possibilidade de atualizar o jornal até a meia-noite, ou seja, tu pega (sic) hoje um jogo de futebol que termina onze e meia, quinze para meia-noite, a gente tinha. Pra todo Estado ia a cobertura, o resultado. Grandes assuntos que movimentem lá Brasília, Câmara dos Deputados, Senado, aquela... muitas vezes acontece (sic) de noite e os jornais pro outro dia não tinham condições. Hoje, esse sistema é aceito e também as máquinas, equipamentos hoje têm mais velocidade, têm mais recursos, então isso aí facilitou um pouco. Mas durante uns cinco anos nós levávamos uma vantagem bárbara em relação a outros jornais porque nós chegávamos mais cedo e mais atualizados. Mais cedo e mais*

atualizados. Isso que eu estou te dizendo a maior parte tu já sabe (sic) porque tu trabalha (sic) lá há quantos anos? Não sei bem, mas há uns dez ou mais?

14) Entrevistadora: Ah... Sete. É sete anos.

Carlos Ribeiro: *Então, isso que eu estou te dizendo é anterior à tua, à tua experiência lá como jornalista. Mas na época isso foi muito importante, a descentralização dos parques gráficos.*

15) Entrevistadora: Esses exemplos que o senhor tá (sic) dando mostram muito a visão do empresário, né, a pessoa que vislumbra. Isso foi a marca, o senhor acredita, desses anos da gestão da família?

Carlos Ribeiro: *Foi, foi, foi o retorno à circulação, foi a mudança do jornal foi um marco, também o seguinte, além da mudança do jornal ter nos diminuído despesa, nos possibilitou vender assinatura por um valor muito pequeno comparado a outras publicações, inclusive comparado com o nosso próprio jornal de antes da mudança. Então na época até se fez uma campanha que era em cima de, do... O mote da campanha era a democratização da informação. Por quê? Porque com aquele custou baixo ficava acessível a quase toda a população. Ninguém podia, ninguém não digo, mas não não podia ser usado um argumento de que o jornal era caro. “Não, não posso comprar porque é caro.” Era muito barato porque nós passamos a custear a nossa despesa com a mídia, com a publicidade. Então, o jornal para o assinante era muito barato, mas a publicidade não era barata porque a publicidade, o valor da publicidade é vinculado com o com o tamanho da circulação, com o volume da circulação. Então, isso deu condição de vender a publicidade por valores expressivos e o jornal para o assinante, o leitor ele custava muito pouco. Então a gente também fez uma campanha que era “A melhor informação pelo menor preço”. E, realmente, o preço era muito acessível e a informação era excelente porque a equipe que produzia o jornal sempre foi muito competente. Sempre foi muito competente. E outra coisa importante: o fato do (sic) jornal ser pequeno, sintético e objetivo não significa, e tu sabe (sic) melhor do que eu isso aí, que seja mais fácil de fazer; pelo contrário, é mais difícil, é mais difícil você sintetizar uma notícia, mantendo todos os elementos importantes em menos espaço, em poucas linhas. Então a técnica que foi desenvolvida e aprimorada pelos jornalistas lá do Correio do Povo ao longo de um tempo até que se adaptaram e conseguiam fazer, em vez dos longos textos descritivos e tal, fazer justamente, apresentar o cerne da informação, coisa que vocês estão exercitando lá até hoje. E não para nunca, sempre tem que estar se atualizando. Agora, realmente, o quadro*

lá de jornalistas, editores, diagramadores, fotógrafos sempre foi muito competente, muito qualificado.

16) Entrevistadora: Queria que o senhor falasse agora da cobertura de temas polêmicos, né, como a Ford, que deu muito o que falar no governo Olívio, e a CRT, no governo Britto.

Carlos Ribeiro: *O caso da CRT, o caso da CRT, nós tivemos uma divergência com o governo do Estado em função de que a CRT teve o seu edital, ah, teve o seu edital de venda, é... produzido de de maneira que nós não concordávamos uma vez de que, na nossa opinião, aquilo limitava muito o número de possíveis interessados. Além disso, se considerava na época que a CRT era um patrimônio do Estado, era um patrimônio portanto do povo e que o Estado ia ficar sem ela e não ia resolver nada. Parece que hoje isso tá (sic) comprovado. Aquele dinheiro entrou e saiu e desapareceu e o Estado ficou sem a CRT. É bem verdade que as comunicações se desenvolveram muito, mas não há nada que garante que, se continuasse do Estado, não ia desenvolver. Era uma questão de competência. A CRT tinha também um corpo de funcionários, precisava (sic) investimentos, o Estado teria que fazer, aí então é aquela história: mas não pode fazer, não tem para fazer, privatiza, não privatiza. Bom, esta foi a... foi o cerne da questão, foi a filosofia, digamos, de que o Estado não poderia ter um serviço de telefonia, nós achávamos de que poderia, desde que gerido como uma empresa é... bem administrada e que visasse se desenvolver e não uma empresa que não não tivesse uma atuação. Ela precisava (sic) investimento. Tinha que fazer investimento. Bom, e a outra era a questão do edital, que nós discutimos.*

17) Entrevistadora: O Dr. Renato queria participar da da...

Carlos Ribeiro: *Não.*

Entrevistadora: ... do leilão?

Carlos Ribeiro: *Não, se quisesse, teria participado. Não não havia restrições... ah... que não... que... Não havia restrições, mas havia condições que limitavam muito. Poderia ter participado ah... consorciado com outras empresas, né.*

18) Entrevistadora: Sim.

Carlos Ribeiro: *Não sozinho, mas a formação desses consórcios era muito difícil. Inclusive, quem participou hoje seguramente se arrepende. Bem, o outro assunto que nós falamos...*

19) Entrevistadora: Sobre a Ford. Também que foi um tema que até hoje se fala bastante. A desistência de instalar a montadora.

Carlos Ribeiro: *Bom, mas esse assunto da Ford nós nunca tivemos posição contrária à instalação da Ford. Isso é debatido no jornal e no noticiário sem sem... A GM já tava (sic) aí. A GM também nunca nos posicionamos contra a vinda... Pelo contrário, sempre fomos empresários e e e e somos a favor da livre iniciativa, sem nenhuma, mas, eventualmente, pode ter saído alguma coisa... Mas acho que não. Em relação à Ford, não.*

20) Entrevistadora: Porque o governo Olívio, o PT foi execrado, digamos, pela sociedade, por tudo...

Carlos Ribeiro: *É, até hoje.*

21) Entrevistadora:por aqueles episódios de não ter segurado a empresa.

Carlos Ribeiro: *É, exatamente. Não ter segurado não é bem... Não mantiveram a negociação feita, né. Foi uma perda. Claro que a perda da Ford é importante para o Estado, sem dúvida. É só examinar o que aconteceu com a GM ali, né, que já tá (sic) na sua terceira ampliação. Mas isso não. Na história do jornal isso não é relevante, nem CRT, nem Ford, nem...*

22) Entrevistadora: A CRT porque essa divergência com o governo Britto foi bem forte, né?

Carlos Ribeiro: *Essa foi.*

23) **Entrevistadora**: E transpareceu também nas notícias jornalísticas, né, o senhor concorda?

Carlos Ribeiro: *Não, não é transpareceu, a gente colocava editoriais.*

Entrevistadora: Ah rã.

Carlos Ribeiro: *Não é uma questão de de. Não só transpareceu como foi... foi explicitada muitas vezes em editoriais de capa do jornal. Tá (sic) lá a coleção pra tu pesquisar (sic). Mas foi, digamos, no nosso período lá todo a única situação realmente que, na polêmica que houve, a gente tomou essa essa posição. Não, teve uma outra situação também, que foi também no governo Britto e também por se tratar de de, se tratar de assunto polêmico, que nós tivemos um posicionamento muito forte. Foi no caso da inspeção veicular. O governo inclusive... Nós, nós éramos contra a criação dessa inspeção veicular, da maneira que estava proposta, e anunciamos em editoriais a nossa divergência e colocamos o seguinte: iríamos participar da licitação que estava sendo feita pra demonstrar que aquilo não era bom. O*

resultado da história é que foi feita a licitação, a nossa empresa participou da licitação e o resultado nunca saiu e até foi cancelada a licitação.

24) Entrevistadora: Foi tipo um teste, digamos.

Carlos Ribeiro: *É porque aí a empresa participou da licitação com valores tão baixos que não pôde, não pôde ser julgado... é... outros que deveriam ganhar não conseguiram ganhar. Outros que deveriam ganhar, teoricamente, não conseguiriam ganhar. E também porque o edital era um edital complicado. Resultado que isso aí nunca chegou ao final o julgamento das propostas e terminou cancelada a licitação. Foi um outro momento em que... Mas as nossas posições sempre foram é... transparentes. Ia editorial para a capa do jornal.*

25) Entrevistadora: E isso também impactava a a questão das notícias, a parte jornalística da cobertura em relação ao governo, a ações do governo em geral?

Carlos Ribeiro: *Não, não, evidentemente que, no caso, o governador, que era o Britto, evidentemente, que ele não tinha a nossa simpatia, em função dessas atitudes dele. Mas o noticiário em si não chegava a ser. Claro, é normal que não haja a mesma boa vontade, digamos, mas se falava menos dele, se falava pouco, às vezes não falava, mas isso é normal, nada de especial. Nada de especial.*

26) Entrevistadora: Queria que o senhor falasse agora sobre a... sempre essa... a tentativa de resgatar sempre a tradição do jornal, por ser um jornal centenário mesmo, né, na cobertura, na...

Carlos Ribeiro: *Isso foi a sempre... desde que nós fomos pra lá nós tivemos o objetivo de manter a linha histórica do jornal, que era quase centenário na época, que era uma linha de de defesa dos princípios, democracia, valores da família, é, livre iniciativa, pluralidade de ideias, todas as facções e correntes de pensamento tiveram espaço lá. Pode ser considerado por por todos, digamos, os interessados, né. Acho que não se encontraria ninguém que que diga ou ache que foi barrado, que não teve condições de... Claro, pessoas com representatividade, né, no caso, partidos políticos, nós sempre tivemos a abertura, articulistas de todas as as filosofias sempre tiveram espaço lá. Mas isso sempre foi um princípio do jornal, não foi uma inovação nossa. O que se cuidou foi de manter a tradição, como eu digo, deu ao Correio do Povo a condição de formar um conceito junto à comunidade que possibilitou que ele voltasse a circular. Que possibilitou que ele voltasse a circular.*

27) Entrevistadora: E a questão assim da (sic) família não ser dessa área da comunicação pesou de que forma?

Carlos Ribeiro: *Isso apenas fez com que a gente procurasse se cercar de bons profissionais, que pudessem trazer o conhecimento deles pra colaborar com a empresa. Claro, a partir de um certo momento tu começa (sic) a aprender alguma coisa, mas a o a empresa sempre teve um corpo de profissionais, como eu já te disse, coloquei em outras vezes, um corpo de profissionais altamente qualificados em todas as áreas, não só na área jornalística, na área técnica, na área de impressão, na área de computação. O Correio do Povo tinha sido o primeiro jornal a usar o sistema computadorizado, antes da nossa ida pra lá. Não me lembro em que ano tinha sido implantado o sistema de terminais na redação lá, computadorizado, o primeiro a fazer isso foi o Correio do Povo no Brasil inteiro. Então, os profissionais que trabalhavam lá tinham muita... Tinham e têm muita qualificação. O fato da (sic) gente não ser do setor... Nós éramos, principalmente o meu irmão, empresário. Não não quer dizer que um empresário só só consiga administrar uma área fixa, uma área.*

28) Entrevistadora: Como é que o senhor vê, o senhor viu com surpresa, assim como a compra, a venda, em 2007? Como se encaminhou para isso, a venda para o Grupo Record?

Carlos Ribeiro: *É, a verdade é que o tempo vai passando e ali era uma encruzilhada: ou você tinha que fazer é... uma série de investimentos novos, tomar uma série de outras providências, né. E também era o momento de decidir: ou tocar pra frente ou sair fora. E aí dentro de uma análise que o meu irmão fez lá ele achou mais interessante passar o negócio, passar para uma empresa que tivesse condições de alavancar, que não fosse comprometer o futuro do do jornal, né. Então, uma série de outros negócios também já estavam em andamento e ele considerou que o futuro dele, a passagem dele nesse nesse ramo tava (sic), tinha sido completada, além do que, a grande tarefa, que era de não deixar morrer o Correio do Povo tava (sic) cumprida, né. Porque, quando ele comprou, faltavam dias para ser desmantelado o parque gráfico, o que inviabilizaria qualquer retomada. Então, isso foi feito, durante 21 anos lá, os assinantes receberam o jornal, um grupo de jornalistas teve teve a sua atividade realizada, todos os setores, entregadores, então está bem, o período de quase uma geração. A empresa tava (sic) em boas condições, foi transferida para um grupo, como eu digo, que tem condições de fazer, fazer a alavancagem de crescimento, né. Também tinha junto à rádio, à televisão. Enfim, o conjunto todo ficou preservado, ficou em mãos competentes e que estão investindo nessa área. Acho que para a população foi muito bom, foi melhor do que concentrar o o setor, né. Abriu mais o setor, abriu perspectivas. Foi bem.*

Negócios às vezes a gente tem, às vezes não tem, uma área, outra área. Empresário geralmente é inquieto, né, sempre buscando novos horizontes, né.