

A editoria de interior do Estado como elemento de reivindicação e promoção dos municípios interioranos gaúchos: análise do correio do povo na década de 1950¹

The editorial staff of interior of the State as an element of claim and promotion of the inland municipalities of Rio Grande do Sul: an analysis of the correio do povo in the 1950

DOI:10.34117/bjdv8n5-064

Recebimento dos originais: 21/03/2022

Aceitação para publicação: 29/04/2022

Beatriz Corrêa Pires Dornelles

Pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Fernando
Instituição: Escola de Comunicação, Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS/Brasil
Endereço: Avenida Ipiranga, 6681, Prédio 7, Partenon, Porto Alegre/RS, Brasil
CEP: 90619-900
E-mail: biacpd@puccrs.br

Cândida Schaedler

Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola
de Comunicação, Artes e Design, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do
Sul
Instituição: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Endereço: Avenida Ipiranga, 6681, Prédio 7, Partenon, Porto Alegre/RS, Brasil
CEP: 90619-900
E-mail: candidaschaedler@gmail.com

RESUMO

Nesta pesquisa, objetivamos compreender como os correspondentes do Correio do Povo, no interior do Rio Grande do Sul, utilizavam as páginas do jornal para reivindicar melhorias e promoverem seus municípios, na década de 1950. Na referida década, o Correio do Povo também era um dos principais jornais do Brasil. Buscamos perceber de que modo os jornalistas construam a imagem das cidades afastadas de Porto Alegre, quais os valores-notícia priorizados, bem como entender quem eram os correspondentes no interior e a linguagem com que redigiam as notícias, que diferia, sobremaneira, do restante do jornal. Notamos que as manchetes da editoria eram guiadas, sobretudo, pelos valores-notícia de relevância, notabilidade, progresso e conflito ou controvérsia.

Palavras-chave: correio do povo, história do jornalismo, interior, noticiabilidade.

ABSTRACT

In this research, we aim to understand how Correspondents from Correio do Povo, in the interior of Rio Grande do Sul, used the pages of the newspaper to claim improvements and promote their municipalities in the 1950s. In that decade, Correio do Povo also was

¹ Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo, no XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

one of the main newspapers in Brazil. We sought to understand how journalists built the image of cities far from Porto Alegre, which news values were prioritized, as well as to understand who the correspondents in the interior were and the language with which they wrote the news, which differed greatly from the rest of the newspaper. We noticed that the editorial headlines were guided, above all, by the news values of relevance, notability, progress and conflict or controversy.

Keywords: correio do povo, history of journalism, interior, newsworthiness.

1 INTRODUÇÃO

As cidades que se localizam no interior de um Estado quase não viram notícia em jornais de referência. Quando aparecem nas páginas dos veículos, o acontecimento deve ser carregado de valores-notícia – a não ser que, como no caso do Correio do Povo, exista uma editoria específica destinada a essas cidades. Nesse caso, o que virava notícia, na editoria Interior, no Correio do Povo, na década de 1950? A referida década foi escolhida, porque se sagrou, no discurso dos jornalistas e dos pesquisadores da área, como de transformação no jornalismo brasileiro.

A presente pesquisa também se mostra importante a nós, pois faz parte do contexto de dissertação de mestrado, em andamento. Por meio do estudo da editoria Interior, no Correio do Povo, pudemos entender, de maneira mais abrangente, a função dos jornalistas interioranos, em 1950. Como nossa dissertação de mestrado foca na transformação da notícia, em dois jornais interioranos do Rio Grande do Sul – o Diário Popular, de Pelotas, e a Gazeta de Alegrete, de Alegrete, os dois mais antigos ainda em circulação no Estado gaúcho –, descobrimos que o gerente e repórter do Diário Popular era também o correspondente do Correio, bem como particularidades na redação das notícias, nos valores-notícia e na linguagem.

O resultado que a pesquisa nos indica é que o fato de o Correio, principal jornal do Rio Grande do Sul e também um dos mais conhecidos do país, na época, ter um número tão elevado de correspondentes mostra a importância que as cidades interioranas tinham para o Estado, e nos fornece vestígios de quem eram os jornalistas do interior, seus desejos, aspirações e relações com o poder.

Nosso arcabouço teórico é centrado nas Teorias do Jornalismo e da Notícia, observando os critérios de noticiabilidade e, especificamente, os valores-notícia envolvidos. Para tal, embasamo-nos em Wolf (2003), Traquina (2005) e Silva (2005). Também verificamos os assuntos que eram noticiados e, por fim, inferimos o que isso

pode acarretar nas cidades do interior – concluindo, portanto, que o espaço era um local de reivindicação de melhorias e de promoção da cultura do município.

A metodologia utilizada é a análise de conteúdo, proposta por Laurence Bardin (2009), por meio da qual buscamos ter uma representatividade nos jornais analisados. Seleccionamos, assim, os seguintes anos: 1950, 1952, 1954, 1956 e 1958, sempre pesquisando a notícia de maior destaque do dia, na editoria de Interior do Estado, em seis meses alternados a cada ano.

Organizamos o artigo de modo a abordar o jornalismo brasileiro, na década de 1950, contar a história do Correio do Povo e contextualizá-lo, na referida década, e falar dos critérios de noticiabilidade e dos valores-notícia. Por fim, passamos à parte empírica, na qual criamos as categorias de valores-notícia, linguagem e correspondentes, concluindo, finalmente, o que as escolhas operadas pelos correspondentes interioranos implicavam na imagem que se tinha das cidades interioranos e suas intenções com determinada manchete.

2 JORNALISMO BRASILEIRO NA DÉCADA DE 1950

A década de 1950 é descrita como de transformação no jornalismo brasileiro, na esteira dos processos de modernização, levados adiante no governo de Juscelino Kubitschek (BARBOSA, 2007). As mudanças ocorridas no jornalismo já haviam iniciado entre as décadas de 1900 e 1920, mas se consolidaram, a partir de então. O que houve, também, foi a consolidação do ideal de objetividade, do jornalismo como lugar de fala autorizado do real e como espelho da realidade, mesmo que a carga opinativa não tenha sido dispensada. Além do mais, há uma modernização gráfica dos jornais, estabelecendo outros protocolos de leitura (BARBOSA, 2007).

Os pesquisadores de História do Jornalismo afirmam que o lide e a pirâmide invertida², especificamente, foram introduzidos, em 1951, no Diário Carioca, do Rio de Janeiro, importados do jornalismo estadunidense. Nesse período, a redação do jornal era dirigida por Danton Jobim e o chefe de redação era Pompeu de Souza (BARBOSA, 2007; RIBEIRO, 2003; SODRÉ, 2011). Porém, discordamos com a afirmação, pois, ao folhearmos o Correio do Povo, na edição de janeiro de 1950 já podemos notar,

² O lead é o primeiro parágrafo de uma notícia e deve responder às seguintes questões: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê? A pirâmide invertida é uma forma de redigir o texto jornalístico, de modo que as informações sejam ordenadas das mais importantes para as menos fundamentais – uma vez que o editor, por questões de espaço, pode decidir cortar o texto do repórter, e deve começar fazendo isso pelo final.

nitidamente, o uso dessas técnicas, nas notícias da capa (que estampavam manchetes internacionais, oriundas de agências de notícias) e da contracapa (que traziam informações nacionais e locais).

Ana Paula Goulart Ribeiro (2002) lembra que não é possível falar de um campo jornalístico autonomizado do político, mesmo na década de 1950. Diferente do ideário norte-americano, os jornalistas do Brasil nunca puderam realizar sua função de *watchdogs*, porque sempre estiveram intimamente imbricados com a política. Os jornalistas dependiam do campo político em diversos sentidos, sobretudo em questões de anúncios e troca de favores (RIBEIRO, 2002). Em outro trabalho, a autora argumenta que, na referida década, o modelo empresarial foi substituído pelo político-literário, quando o jornalismo buscou autonomização do campo literário e se constituir como uma “comunidade discursiva própria” (RIBEIRO, 2003, p. 148).

Sodré (2011) registra que, na transição da imprensa artesanal para a imprensa industrial, o que se completou na segunda metade do século XX, houve o início da crise dos jornais, por diversos fatores – basicamente, uma combinação entre a crise do capitalismo global e particularidades intrínsecas à situação brasileira. Para o autor, o jornalismo brasileiro sempre esteve ligado à política e, na década de 1950, com o aumento do preço do papel, também se elevou a concentração da imprensa. Sodré (2011) afirma que os donos dos jornais reclamavam, constantemente, a liberdade de expressão, rechaçando qualquer tentativa de intervenção governamental sobre suas atividades – embora, devido à crescente concentração dos veículos, a diversidade de opiniões expressa nas páginas dos jornais seja uma falácia (SODRÉ, 2011).

Os jornais interioranos, por sua vez, não acompanham essas mudanças tão rapidamente. Em pesquisa que desenvolvemos em dissertação de mestrado, podemos verificar a questão mais claramente. Portanto, as mudanças que já ocorriam em grandes centros urbanos e nas capitais do país, acontecem com um espaço de tempo mais largo em outros territórios. A própria transição da imprensa artesanal à imprensa industrial se deu com outro ritmo, em alguns casos, nunca se completando totalmente.

3 CORREIO DO POVO: PRINCIPAL JORNAL GAÚCHO NA DÉCADA DE 1950

O Correio do Povo foi criado, em 1895, em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, por Francisco Antonio Vieiras Caldas Júnior, com a intenção de fundar um jornal neutro, livre do discurso político-partidário que era comum, na época (GALVANI, 1994). Na primeira edição, Caldar Júnior deixou registrado que o Correio “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 seus instintos às inspirações do bem público [...]”. Quando de seu lançamento, Porto Alegre contava com a circulação de mais sete jornais diários – portanto, o Correio buscou se diferenciar trazendo o discurso de neutralidade e de jornal informativo.

No decorrer das décadas, ele foi se consolidando como referência para o jornalismo gaúcho e nacional. Em 1921, firmou parceria com a agência de notícias estadunidense Associated Press. Então, já contava com a Havas, além de parcerias com jornais do Rio de Janeiro e de São Paulo. Portanto, desde o dia 19 de abril de 1921, o veículo estampava, na capa, sempre notícias internacionais ou, como Galvani (1994) define, a “cara do mundo”. Tal configuração permaneceu por mais de seis décadas (GALVANI, 1994).

Mesmo que se vendesse como jornal neutro e não declarasse, explicitamente, posições favoráveis a determinados partidos, é possível notar, no discurso noticioso e nos detalhes, as preferências do Correio. Em relação à cobertura da Revolução de 1930, por exemplo, Bellomo (1995) constatou que o jornal apenas transcrevia os editoriais dos veículos oposicionistas. Raramente publicava algo que pudesse soar favorável ao governo. Assim, buscava “manter a ficção de jornal neutro” (BELLOMO, 1995, p. 82). Quando o movimento iniciou, tomou posição favorável. Percebemos, assim, que o jornal tinha a intenção de ser imparcial, o que é - segundo a bibliografia da área da Comunicação - impossível de ser alcançado, pois os processos de seleção e de noticiabilidade não são neutros e pressupõem, sempre, a assunção de um ponto de vista.

Galvani (1994), embora mantenha, em seu livro, um tom muito literário e jornalístico, e, por vezes, também não prescinda de um olhar apaixonado³, lembra que, na década de 1950, trabalhar no Correio era atingir o topo da carreira – sonho de todo jornalista gaúcho, portanto. Na década de 1950, o veículo tinha bastante dinheiro para investir em coberturas e enviou, inclusive, um correspondente ao Rio de Janeiro, para acompanhar os jogos finais da Copa do Mundo. No período, o chefe de redação era Breno Caldas, com quem os políticos e jornalistas deveriam manter boas relações, sob pena de caírem no ostracismo e de serem difamados nas páginas do veículo.

Os homens que chegavam ao poder no Estado e no País aprenderam logo a prática lição de Ernesto Dorneles e Getúlio Vargas. Para estar bem com o Rio Grande, era preciso

³ Galvani (1994) foi ex-funcionário do *Correio do Povo*.

estar bem com o Correio do Povo. Para estar bem com o Correio, era preciso estar bem com Breno Caldas. Para estar bem com Breno Caldas, era preciso reverenciá-lo nas ocasiões apropriadas e, de preferência, nunca dizer-lhe [sic] não (GALVANI, 1994, p. 380).

Os políticos aspiravam a serem recebidos por Breno Caldas, na sede do Correio, e aparecerem nas páginas do jornal, apertando a mão dele.

O Correio estava acima dos partidos políticos, das facções religiosas [...], dos interesses pessoais, das rivalidades esportivas. Só não estava acima dos 'interesses regionais', porque se declarava oficialmente o 'defensor do Rio Grande' (GALVANI, 1994, p. 382).

Os políticos visitavam, inclusive, as sucursais do jornal em outros Estados, como nas cidades de Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo – o que também evidencia a influência e o poder do jornal, na época. De acordo com Galvani (1994), o principal concorrente do Correio era o Diário de Notícias, fundado por Assis Chateaubriand, no Rio de Janeiro. Quando o Diário foi empastelado, em 1954, por ocasião do suicídio de Vargas, o Correio, sob o comando de Breno Caldas, imprimiu o jornal carioca nas máquinas gaúchas, emprestando, inclusive, papel ao concorrente. Dado esse contexto histórico, explanamos, em seguida, os conceitos de noticiabilidade e de valores-notícia, que nos ajudarão a entender o que era publicado, na editoria de Interior do Estado.

4 NOTICIABILIDADE E VALORES-NOTÍCIA: INTERNALIZAÇÃO DE ROTINAS PROFISSIONAIS

Em sua rotina, os profissionais que lidam com a informação precisam de uma série de critérios estáveis e internalizados para realizarem a operação diária de seleção dos acontecimentos que serão alçados ao patamar de notícia. Esses critérios se chamam de noticiabilidade e integram toda a rotina diária da produção noticiosa, pois estão diluídos nos processos (TRAQUINA, 2005; WOLF, 2003).

Para Wolf (2003, p. 194), a noticiabilidade articula-se em dois binários, com os quais a teoria do newsmaking⁴ se ocupa: “a cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção”. A noticiabilidade é constituída

⁴ A *teoria do newsmaking* estuda os processos de construção e de produção da notícia. Por questões de espaço, não adentraremos muito as questões referentes a ela. Além do mais, a teoria pressupõe o uso de uma observação participante nas redações, a fim de observar e contestar o trabalho dos jornalistas *in loco*. Como estudamos História do Jornalismo, é inviável utilizar esta técnica. Portanto, apenas a citamos para contextualizar os critérios de noticiabilidade, na perspectiva de alguns autores utilizados.

pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirir a existência pública de notícia (WOLF, 2003).

Assim, a noticiabilidade está intrinsecamente ligada às rotinas de produção, que permitem ao profissional selecionar, diariamente, os acontecimentos que devem ser publicados. Os valores-notícia, por sua vez, são uma parte dos critérios de noticiabilidade, que agem na seleção primária dos acontecimentos (SILVA, 2005). A pesquisadora Gislene Silva (2005) distingue os conceitos de noticiabilidade, seleção de notícias e valores-notícia, afirmando que cada um possui uma especificidade conceitual e que, frequentemente, são confundidos.

Wolf (2003, p. 202) define os valores/notícia - que grafa com barras, na obra - como a resposta à seguinte pergunta: “quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias?”. Afirmo, ainda, que permeiam todo o processo de produção, embora em escala de importância diferentes. Traquina (2005) segue a mesma linha, criando uma lista de valores-notícia divididos em três categorias: seleção substantivos, seleção contextuais e de construção. Porém, Silva (2005) discorda com a definição de que estão difundidos durante todo o processo, por afirmar que valores-notícia agem apenas na seleção. Concordamos com a autora e utilizamos a lista dos valores-notícia de seleção substantivos, estabelecidos por Traquina (2005), como base para conduzirmos uma parte da análise posterior.

Outra questão que diz respeito ao período que estudamos é o fato de os valores-notícia não serem imutáveis. Integrando um processo internalizado pelos profissionais, eles apenas não haviam sido categorizados, anteriormente, por pesquisadores. Tanto Wolf (2003) quanto Traquina (2005) salientam, todavia, que eles mudam com o passar dos anos, embora os básicos tenham permanecido inalterados, como notoriedade, relevância, proximidade e raridade – questões pelas quais o jornalismo sempre se interessou.

Portanto, como embasamento na análise, utilizamos a lista de valores-notícia de seleção substantivos, elaborada por Traquina (2005), que contém os seguintes itens: morte; notoriedade (referência a pessoas e a nações de elite); proximidade (em termos geográficos e culturais); relevância (capacidade do acontecimento incidir sobre o cotidiano das pessoas); novidade; tempo (na forma de efemérides, de atualidade e de forma mais estendida, quando algo de impacto acontece em algum país ou lugar); notabilidade (aspectos manifestos e tangíveis de um acontecimento, bem como falhas,

número de pessoas envolvidas, excesso ou escassez); inesperado; conflito ou controvérsia; infração (crime, escândalo).

Acrescentamos, ainda, o valor-notícia de progresso (notícias de tudo o que se refere ao avanço de algo, seja científico ou de cotidiano). Desconsideramos o valor-notícia de novidade, por acreditarmos que o jornalismo se ocupa, basicamente, com tudo o que é novo ou, pelo menos, desconhecido do público.

Um ponto que merece ser salientado são as hipóteses de aditividade e de complementaridade, propostas por Galtung e Ruge (1999). A primeira diz que “quanto mais alta for a pontuação total de um acontecimento, maior será a probabilidade de se tornar notícia, e de se tornar manchete” (GALTUNG; RUGE, 1999, p. 72). Ou seja, quanto mais valores o acontecimento carregar, mais elevadas as chances de aparecer no jornal. A hipótese de complementaridade defende que um acontecimento pode ser baixo em um valor-notícia, mas compensar sendo elevado em outro.

5 AS CIDADES INTERIORANAS NAS PÁGINAS DO CORREIO DO POVO: PERCURSO METODOLÓGICO

A seguir, conduzimos a análise, embasada na metodologia de análise de conteúdo, proposta por Laurence Bardin (2009). Estabelecemos as seguintes categorias: os correspondentes (indícios que encontramos e que podem nos auxiliar a encontrar informações sobre eles, quantos conseguimos contabilizar, até o momento etc.), valores-notícia (a fim de identificar uma parte dos critérios de noticiabilidade) e linguagem (com o intuito de observar como as notícias eram narradas pelos repórteres, o uso de adjetivos, lide etc.).

Com o objetivo de alcançar a representatividade da amostra, analisamos os anos de 1950, 1952, 1954, 1956 e 1958, e retiramos a manchete de seis meses alternados em cada – ora de todos os ímpares, ora todos os pares –, totalizando uma amostra de 30 manchetes.

Para saber quem eram os correspondentes interioranos, lemos a seção Gazetilha, na mesma editoria, pois os jornalistas do Correio noticiavam quando um correspondente ou concessionário do interior visitava a redação, em Porto Alegre. Colhemos muitas informações nas edições do mês de janeiro de cada ano analisado, pois era quando o Correio agradecia os desejos de boas festas, recebidas do interior, e citava o nome e o cargo do respectivo correspondente e/ou concessionário.

Por meio da análise de algumas edições do jornal, sobretudo todas as do mês de

janeiro de cada ano escolhido para compor a amostra, notamos que os correspondentes do interior, no Correio do Povo, eram pessoas com boa circulação na cidade e que exerciam outras funções, além de jornalistas (o que era comum, na década de 1950).

Na edição do dia 5 de janeiro de 1954, há uma nota em que o Correio agradece o correspondente de Pelotas, Maximiano Cirne, que é também jornalista do Diário Popular - segundo jornal mais antigo ainda em circulação, no Rio Grande do Sul. Em 18 de junho de 1958, volta a citá-lo, dizendo que ele é advogado, vice-cônsul de Portugal e vereador na cidade. Não é citado, em momento algum, sua relação com o jornal local.

Contabilizamos, em poucas edições, mais de 20 correspondentes citados. Não ficou claro, porém, como eles eram remunerados. Sabemos, por meio de nota, publicada em 1 de janeiro de 1958, que eles enviavam as notícias por correio, e inferimos que elas eram publicadas, de maneira inalterada – justamente pelo modo como eram redigidas, ideia que desenvolveremos melhor no item de linguagem.

O perfil que podemos traçar, então, é de correspondentes e concessionários que viviam e interagiam, diariamente, no município que reportavam. Eles tinham, portanto, boa penetração e relacionamento, junto à sociedade local, condição indispensável a jornalistas que atuam no interior. Como era comum na época, também exerciam cargos políticos – como já citado, no caso de Maximiano Cirne, em Pelotas, e como pudemos verificar no caso do correspondente de Arroio Grande, que era prefeito da cidade.

6 VALORES-NOTÍCIA: PREDOMÍNIO DE RELEVÂNCIA E PROGRESSO

Em nossa análise, verificamos que os valores-notícia privilegiados, na escolha da manchete da página e da notícia que puxa as demais notas sobre determinado município, eram relevância (ou seja, o que era capaz de exercer efeito sobre a comunidade local ou sobre o Estado do Rio Grande do Sul), notabilidade (no sentido de escassez ou de excesso) e progresso (melhorias que eram realizadas na cidade). No quadro abaixo, reproduzimos o número de ocorrências de cada valor-notícia, na manchete da editoria. Os demais valores-notícia de seleção “substantivos” não foram percebidos nas manchetes, mas apenas nas notas posteriores à notícia principal, que ainda se referiam ao município.

Quadro 1 – Valores-notícia observados nas manchetes da editoria Interior do Estado

Valor-notícia	Número de aparições
Relevância	26
Progresso	15

Notabilidade	9
Conflito ou controvérsia	7
Tempo (efeméride)	2

Fonte: As autoras

Encontramos a ocorrência de tempo apenas em questões de efemérides. Partindo do pressuposto de que a atualidade é uma característica intrínseca do jornalismo – como apontado por Groth (2011)⁵ - não consideramos o valor-notícia de tempo no sentido de atualidade, mas apenas no de efeméride.

O valor-notícia predominante é relevância, com 26 ocorrências, porque os jornalistas interioranos tinham preferência por assuntos que impactavam, diretamente, a população de seu município. A notabilidade está associada às informações de falta de água ou de problemas no abastecimento da população, bem como na escassez de energia elétrica. O valor de progresso foi visível, sobretudo, nas notícias que envolvem a abertura de estradas, o repasse de verbas para a ampliação ou construção de aeroporto municipal (o que impacta no Estado todo), na elevação da arrecadação municipal etc. O conflito ou controvérsia apareciam em informações referentes a reclamações de aumento de impostos ou de restrições a crédito e dificuldades financeiras – como, em 2 de fevereiro de 1950, a manchete “Provoca grande celeuma em Santa Cruz, presumindo-se que os contribuintes recorrerão ao poder competente, o reajustamento dos impostos municipais” ou “Clamam as classes populares contra as restrições do crédito bancário”, em 11 de maio de 1952, referente a Novo Hamburgo.

O valor de proximidade não foi computado, aqui, embora aparecesse em todas as notícias, porque acreditamos ser condição indispensável à noticiabilidade, no *Correio do Povo*, sobretudo porque o correspondente deve reportar acontecimentos do município - ou região - pela qual é responsável. A proximidade cultural também é fundamental, porque os assuntos que aparecem na editoria devem dizer respeito à população local. Se fazia sentido a quem lia, da capital, não pudemos inferir, neste estudo. Acreditamos, porém, que no sentido de reivindicação e promoção local, as notícias cumpriam seu papel e carregavam, sempre, o valor-notícia de proximidade.

Nas outras notas sobre a cidade, que vêm abaixo do texto da manchete, verificamos os valores de notoriedade, morte e infração, sobretudo quando tratavam de

⁵ Para Groth (2011), neste livro considerado o fundador do Jornalismo como ciência, há quatro características da profissão: periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade.

falecimentos e do cotidiano das cidades, como ocorrências de crimes ou festas municipais, por exemplo. Por não serem o foco deste artigo, ignoramos a computação desses valores-notícia no quadro elaborado acima.

Também acreditamos ser relevante tecer comentários sobre as cidades que mais apareceram, na amostra que selecionamos, aleatoriamente. No período analisado, destacaram-se Santa Cruz do Sul, com três manchetes; Pelotas, Itaqui, Uruguaiana, Novo Hamburgo e Caxias do Sul tiveram, cada uma, duas. As demais foram contabilizadas apenas uma vez, nas edições que analisamos. É possível notar que as maiores cidades, como Santa Cruz, Pelotas, Novo Hamburgo, Caxias do Sul e Uruguaiana aparecem com maior frequência, pois possuem mais habitantes e tem expressão regional mais elevada, em termos econômicos. Acreditamos, portanto, que estes fatores também eram levados em conta, pela redação do Correio, quando selecionavam qual notícia seria alçada à manchete.

7 LINGUAGEM: ADJETIVOS E REIVINDICAÇÕES

A linguagem utilizada pelos correspondentes é muito adjetivada. Em pesquisa que conduzimos no momento da escrita deste artigo, entramos em contato com as notícias em dois jornais interioranos – Diário Popular e Gazeta de Alegrete – e notamos que a maneira de redigir dos correspondentes é similar ao dos jornais que utilizamos como objeto, na dissertação de mestrado. Isso se dá por dois motivos: o primeiro, porque os jornalistas, na capital, têm acesso facilitado a estudo e aprimoramento; e o segundo, pois os correspondentes não trabalhavam, *in loco*, na redação do Correio, perdendo a socialização e o aprendizado das técnicas de redação que os repórteres do veículo utilizavam.

A manchete “Renova-se o clamor de Pelotas contra a deficiência dos transportes marítimos”, de janeiro de 1952, exemplifica bem o espaço como reivindicação de melhorias - e do uso de adjetivos, inclusive, na manchete. O primeiro parágrafo da notícia era o seguinte:

O problema do escoamento da produção de Pelotas, através do transporte marítimo, agrava-se cada vez mais, de ano para ano, sem esperanças de uma solução, muito embora seja bem apreciável o volume de nossa exportação. Ainda agora, a Comissão de Marinha Mercante resolveu suspender as escalas em nosso porto, dos navios [...]. Essa medida é verdadeiramente prejudicial, e necessário se torna uma orientação em contrário. Por isso mesmo, a Associação Comercial enviou ao Presidente da República o seguinte telegrama:

Em 8 de outubro de 1954, a manchete “Reclamam em Jaguari a imediata execução de reparos na estrada de rodagem para S. Maria” é acompanhada de informações que exemplificam o tom de reivindicação: “A reportagem esteve em contato com diversas pessoas que viajam pela rodovia Jaguari-Santa Maria. Demonstrem essas pessoas aborrecimento pelas constantes interrupções a que está sujeita aquela importante rodovia. [...] Urge, como se vê, sejam tomadas pelas autoridades competentes as medidas que o caso está a exigir”.

Outro exemplo é visível em 15 de abril do mesmo ano: “Amarga desilusão em Taquara quanto às promessas de construção da estação ferroviária e do asfaltamento da rodovia para P. Alegre”. Como o título já mostra, o texto é bastante adjetivado e enumera as decepções que os moradores da cidade enfrentaram, quanto ao asfaltamento do trecho supracitado.

Em 18 junho de 1958, outro exemplo: “Geral contentamento em Crissiumal pelo início das obras do serviço de abastecimento de água”. Em 19 de dezembro do mesmo ano: “Calamitosa a situação dos tricultores em Caçapava com o fracasso da colheita deste ano”. As informações que vinham abaixo sempre mantinham o tom reivindicatório.

Listamos apenas alguns exemplos para mostrar a inexistência de lide – que já era visível, no restante da edição de janeiro de 1950, no *Correio do Povo*. Embora a bibliografia brasileira aponte que o lide e a pirâmide invertida foram introduzidos, em 1951, no *Diário Carioca*, as edições que lemos, do *Correio*, mostram que o jornal porto-alegrense já utilizava essas técnicas de redação. A editoria Interior do Estado era exceção, por conta da formação dos correspondentes e do contexto interiorano que reportavam.

8 CONSIDERAÇÕES

O *Correio do Povo*, na década de 1950, era um dos principais jornais brasileiros em quantidade de exemplares e em qualidade, tendo altíssima credibilidade por parte dos leitores. Lido por políticos, pessoas notórias que tinham o poder de interferir nos processos decisórios da época, os correspondentes do jornal, no interior do Rio Grande do Sul e de algumas cidades de Santa Catarina, tinham consciência da questão e utilizavam suas páginas para reivindicar melhorias e promover o progresso do município que representavam. Como estavam muito inseridos na sociedade local, os correspondentes incluíam notas sociais, abaixo da manchete, que combinavam, sobretudo, os valores- notícia de notoriedade, morte e o inóspito – o que se encontrava, também, no mesmo período, nas páginas internas dos jornais interioranos.

No estudo do que era manchete ou das notícias enviadas pelos correspondentes interioranos ao *Correio*, não podemos desconsiderar o próprio envolvimento político

desses correspondentes, em suas cidades de origem. Como mostramos na análise, encontramos informações de alguns que eram vereadores e até prefeito de municípios. Portanto, a seleção da notícia e os valores-notícia não podem ser autonomizados desse contexto.

A importância concedida pelo jornal às cidades do interior também indica a relevância que os municípios interioranos tinham, na economia e no próprio imaginário da época. Além do mais, por pesquisarmos dois jornais interioranos e a transformação da notícia, no mesmo período, compreender o *Correio* é fundamental, porque o jornal era o modelo seguido pelos jornalistas, nas demais cidades - com algumas limitações e diferenças, já explanadas na análise.

Por fim, esta pesquisa se constitui em uma contribuição essencial para quem estuda Jornalismo do Interior e História do Jornalismo, no geral, porque contextualiza a atuação do *Correio do Povo*, na década de 1950, mostrando a quantidade de correspondentes e o valor de cidades afastadas da capital.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa**: Brasil – 1900-2000. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BELLOMO, Harry Rodrigues. A revolução de 1930: eclosão. In: FLORES, Hilda A. Hübner. **Correio do Povo – 100 anos**. Porto Alegre: Nova Dimensão/Círculo de Pesquisas Literárias, 1994.
- GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. A estrutura do noticiário estrangeiro: a apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 61-73.
- GALVANI, Walter. **Um século de poder**: os bastidores da Caldas Júnior. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1994.
- GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da ciência dos jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.
- RIBEIRO, Ana Paulo Goulart. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 31, 2003, p. 147-160. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2186>. Acesso em: 1 maio 2017.
- RIBEIRO, Ana Paulo Goulart. Clientelismo, corrupção e publicidade: como sobreviviam as empresas jornalísticas no Rio de Janeiro dos anos 1950? *Ciberlegenda*, Niterói, n. 8, 2002, p. 1-15. Disponível em: <http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/336/217>. Acesso em: 1 fev. 2022.
- SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 2, n. 1, jan./jun. 2005, p. 95-107. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830>. Acesso em: 27 mar. 2022.
- SODRÉ, Nelson Werneck. História da imprensa no Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011. TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. v. 2. Florianópolis: Insular, 2005.
- WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. Martins Fontes: São Paulo, 2003.