

UNIVERSIDADE FEDERAL MATOGROSSO DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

SIDNEI CARLOS SANTOS BONFIM FERREIRA

OS IMPRESSOS DE TRÊS LAGOAS NO 'BOOM' INDUSTRIAL

CAMPO GRANDE
2013

SIDNEI CARLOS SANTOS BONFIM FERREIRA

OS IMPRESSOS DE TRÊS LAGOAS NO 'BOOM' INDUSTRIAL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação como requisito para obter o título de Mestre em Comunicação apresentado à Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

Orientador: Prof. Dr. Mário Luiz Fernandes

CAMPO GRANDE
2013

SIDNEI CARLOS SANTOS BONFIM FERREIRA

OS IMPRESSOS DE TRÊS LAGOAS NO 'BOOM' INDUSTRIAL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação como requisito para obter o título de Mestre em Comunicação apresentado à Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

BANCA EXAMINADORA

_____/____/____
Prof. Dr. Mário Luis Fernandes
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – UFMS

_____/____/____
Profª. Drª. Daniela Ota
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - UFMS

_____/____/____
Prof. Dr. Bruno Augusto Amador Barreto
Centro Universitário da Grande Dourados – UNIGRAN

DEDICATÓRIA

A minha mulher Paula, meus filhos amados Ana Laura (em memória) e Pedro Paulo. Também ao meu irmão Luiz Roberto Ferreira que nos deixou repentinamente em meio a conclusão dessa pesquisa.

AGRADECIMENTOS

AO CRIADOR SUPREMO, Nosso Senhor e bom Deus pela oportunidade que me concedeu de dar mais um importante passo em minha formação acadêmica, sem deixar brotar a falta de féem mim. Tudo só é possível pela graça, bondade e permissão Dele.

A MINHA FAMÍLIA em especial minha amada mulher Paula Luques Bonfim Ferreira, que juntamente com meu filho Pedro Paulo Bonfim Ferreira souberam compreender minhas contentes ausências e não me deixaram desanimar. Aos meus irmãos Paulo, Karina, Carlinhos e Luzia.

MEUsPAIs: Manoel Cardoso/adotivo(em memória) e Edvaldo Rocha/biológico, MINHAsMÃEs: Maria Aparecida/adotiva e Cida/biológica

A MINHA MADRINHA MÃE: Maria Luiza ASSUNTA Curti por me acompanhar desde os meus 10 anos de idade, abrindo portas e oportunidades a mim. Por ter chorado em minhas derrotas e vibrado em minhas vitórias.

AO MEU ORIENTADOR: Professor dr. Mário Luiz Fernandes que me mostrou os melhores caminhos a serem trilhados nesse mestrado, agradeço de coração por sua bondade, paciência e competência no que faz.

AOS DEMAIS PROFESSORESdo programa de Mestrado em Comunicação da UFMS (Daniela Ota, Marcos Paulo, Dercy, Márcia e Mário Ramires/em memória) com quem eu pude ter o prazer de aprofundar ainda mais meus conhecimentos acadêmicos de pesquisador. Em especial a professora Greicy Mara França por permitir usar a sala de seu núcleo para prática de boa parte de minha pesquisa.

AOS AMIGOS do mestrado que junto comigo tiveram a oportunidade de serem os pioneiros do Programa no estado de Mato Grosso do Sul: Michele, Janaina, Cleidson, Júlia, Lucas, Bárbara, Fabrício, Sirlei e em especial a Eduardo Romero por ter aberto as portas de sua casa, tornando-a uma extensão da minha.

A AEMS, Faculdades Integradas AEMS de Três Lagoas pelas oportunidades que me concedeu de exercitar meu potencial docente acadêmico desde 2008.

A INDEPENDÊNCIA FMe demais ouvintes por compreenderem minhas ausências nesse período para que eu pudesse me dedicar o máximo, visando meu aperfeiçoamento em prol de uma boa comunicação.

AOS EMPRESÁRIOS donos de jornais de Três Lagoas e demais jornalistas que me receberam, muitas vezes em seus ambientes de trabalho, mas que tiveram toda paciência em responder aos meus questionamentos. Sem a contribuição deles dificilmente seria possível a realização da pesquisa.

ENFIM, aos demais amigos e amigas que de uma forma ou de outra torceram pelo meu sucesso e hoje celebram junto comigo essa festa da vitória.

O jornalismo é, antes de tudo e sobretudo, a prática diária da inteligência e o exercício cotidiano do caráter. (Cláudio Abramo)

RESUMO

O desenvolvimento industrial da cidade de Três Lagoas-MS nos últimos 15 anos possibilitou grandes mudanças na economia do município beneficiando os mais diversos segmentos empresariais. Entre esses, as empresas de comunicação. Dos cinco jornais impressos sediados na cidade: *Jornal do Povo*, *Hoje Mais*, *Correio de Três Lagoas*, *Acontece* e *Dia-a-Dia*, apenas um surgiu no período anterior ao chamado *boom* industrial. Partindo da hipótese de que o desenvolvimento econômico influenciou no surgimento de outros veículos e redações jornalísticas em Três Lagoas, essa pesquisa tem como objetivo identificar as mudanças ocorridas nesses periódicos, bem como identificar os profissionais atuantes nesse setor. A presença de outras mídias, como rádio, TV e sites também são citados como forma de mostrar esse crescimento. Como metodologia, foi adotada uma combinação de análise empírica e métodos quantitativos aplicados a dois grupos de amostras: os proprietários dos jornais impressos e os jornalistas. Para obtenção dos dados optou-se pela utilização de um roteiro de perguntas abertas e fechadas para entrevistas em profundidade. A pesquisa constatou que os jornais ficaram modernos, coloridos, com novos formatos. Porém, as redações são enxutas e os jornalistas recebem baixos salários e muitos desenvolvem atividades paralelas para complementar a renda.

Palavras-chave: Desenvolvimento econômico. Imprensa de Três Lagoas. Jornais Impressos. Jornalistas.

ABSTRACT

Industrial development of the city of Três Lagoas-MS for the past 15 years has enabled major changes in the city's economy benefiting various business segments. Among these, there are the media companies. Of the five newspapers based in the city: People's Journal, Today Plus, Mail Three Ponds, Turn and Day-to-Day, only one appeared in the period prior to the call boom industry. Assuming that economic development had a direct influence on the structures of journalistic essays in Três Lagoas, this research aims to identify the changes in these journals, as well as identify the professionals working in this sector. The methodology used was a combination of empirical analysis and quantitative methods applied to two groups of samples: the owners of newspapers, and journalists. To obtain data we chose to use a script open and closed questions for interviews. The survey noted that newspapers were modern, colorful, with new formats. However, lean newsrooms and journalists working in precarious situations, with low wages and many seeking to develop parallel activities to supplement income.

Keywords: Economic development. Três Lagoas Press. Newspapers. journalists

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Diários com abrangência nacional produzidos no RJ e em SP.....	23
Tabela 2: Caracterização quanto às fontes de renda -1900-1908	25
Tabela 3: Tiragem dos matutinos cariocas (em mil exemplares)	25
Tabela 4: Relatório apresentado em reunião da quantidade de eucaliptos plantados no distrito florestal de Três Lagoas.....	31
Tabela 5: Indústrias instaladas em Três Lagoas entre 1997 e 2004.....	37
Tabela 6: Número de empresas instaladas em Três Lagoas entre 2005 e 2013.....	37
Tabela 7: OS 5 MAIORES PIB DE MATO GROSSO DO SUL	39
Tabela 8: PIB E PIB PER CAPITA DE TRÊS LAGOAS – 2000/2010	39
Tabela 9: Estatística Cadastro Central de Empresas.....	40
Tabela 10: Jornais de Três Lagoas em circulação na atual fase do período boom industrial	69

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Idade do jornalista	71
Gráfico 2- Tempo de formação	72
Gráfico 3- Vida profissional	75
Gráfico 4- Jornal mais lido de Três Lagoas pelos jornalistas.....	76
Gráfico 5 - Revista de notícia mais lida	77
Gráfico 6 - Precarização do trabalho	78
Gráfico 7- Futuro estagnação	79

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1 JORNALISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.....	11
1.1 A Imprensa no Brasil	13
1.2 Regionalização das comunicações.....	17
1.3 A vocação desenvolvimentista de Três Lagoas	19
2 A IMPRENSA DE TRÊS LAGOAS	30
2.2 Emissoras de televisão em sinal aberto (Educativa e Privada).....	33
2.3 Os sites de notícias	34
2.4 Imprensa escrita.....	35
2.4.1 O Barrageiro	36
2.1.2 <i>Jornal do Povo</i>	38
2.1.3 <i>Jornal Dia a Dia</i>	45
2.1.4 <i>Jornal Hoje MS</i>	46
2.1.5 <i>Jornal Correio de Três Lagoas</i>	49
2.1.6 <i>Jornal Acontece</i>	50
2.2A <i>Imprensa e seus contrastes</i>	51
3 O JORNALISTA DE TRÊS LAGOAS	53
3.1 Perfil profissional.....	54
3.1.1 <i>Características socioeconômicas</i>	54
3.1.2 <i>Perfil profissional</i>	57
3.1.3 <i>As mudanças e perspectivas no mundo do trabalho dos jornalistas profissionais</i>	59
3.1.4 <i>Os meios de comunicação</i>	60
3.1.5 <i>Função, relação com empresa e subordinação</i>	63

INTRODUÇÃO

Três Lagoas tem atualmente uma população estimada em 105 mil habitantes (IBGE 2012). Com 98 anos de emancipação político-administrativa, a cidade se tornou uma das mais importantes do estado de Mato Grosso do Sul na última década, principalmente no que tange a economia. Localizada na divisa com o estado de São Paulo, atraiu dezenas de indústrias de grande porte, entre elas as duas maiores do mundo no ramo de papel e celulose: Fibria e a Eldorado Brasil.

Em quase cem anos de história, três grandes fatores causaram um forte impacto no desenvolvimento e promoveram significativas mudanças nas rotinas da cidade. O primeiro foi a chegada da estrada de ferro antes mesmo da emancipação administrativa. O primeiro terminal ferroviário foi inaugurado em novembro de 1910 no bairro Jupia e a partir dele o crescimento urbano ganha força com a vinda de novos habitantes. Cinco décadas depois, em 1960, a construção da usina hidrelétrica Souza Dias se tornou, literalmente, um divisor de águas em Três Lagoas. Uma explosão populacional contribuiu para provocar o êxodo das pessoas da zona rural à cidade. Por último, em 1997, com a chegada da fábrica de biscoito Mabel, a cidade se abre, de uma vez por todas, para a industrialização. Com os mais variados segmentos – elétricos, siderúrgicos, papel, celulose, fertilizantes e outros – essa nova fase eleva Três Lagoas ao patamar de terceira maior cidade de Mato Grosso do Sul.

Diferente das indústrias recém-chegadas à cidade, a presença de veículos de imprensa em Três Lagoas remonta à história do próprio município. O jornal pioneiro, *Gazeta de Três Lagoas*, é datado de 19 de dezembro de 1915, mesmo ano de fundação da cidade. Depois desse, surgiram vários outros que desapareceram ao longo dos anos. As dificuldades da época, sobretudo financeira, tornavam as impressões quase inviáveis devido aos altos custos. Muitos destes veículos de comunicação foram lançados com objetivos políticos para servir como porta-vozes de seus respectivos partidos. O *Jornal do Povo* é o mais antigo ainda em circulação e o segundo mais antigo do estado de Mato Grosso do Sul. Foi fundado em 1949 por filiados ao PSD (Partido Social Democrático). Com o passar dos anos, mudou a linha editorial. Deixou de ser um jornal partidário, para se transformar em veículo comercial. Exceto este, os demais jornais impressos editados hoje na cidade surgiram no período de industrialização, após 1997.

Baseado nesse breve diagnóstico sobre o desenvolvimento industrial, esta pesquisa investiga se o mesmo teve influência no fortalecimento e no desenvolvimento da imprensa escrita local. Em torno dessa questão central, são investigados, entre outros aspectos, quais e quantos são os jornais impressos de Três Lagoas; quantos deles surgiram a partir do desenvolvimento industrial da cidade; qual a estrutura destas empresas; qual o perfil dos jornalistas que atuam nestes jornais e qual a nova realidade do mercado de trabalho local.

Parte-se da hipótese de que a expansão industrial possibilitou não só o aumento de empresas jornalísticas como a qualidade do produto jornal. Tanto os proprietários dos jornais como os jornalistas foram beneficiados com esse *boom* industrial. Os empresários viram aumentar gradativamente as receitas publicitárias, anúncios e assinantes e os jornalistas passaram a ter salários compatíveis com o mercado e melhores condições de trabalho.

Após delineamento do tema, conforme propõe Kerlinger (1980)¹, foi iniciada a pesquisa descritiva dos veículos de comunicação de Três Lagoas para conhecer e interpretar a realidade, sem nela interferir para modificá-la. Nesta fase, conforme explica Rudio (1986, p.55-57), “o pesquisador está interessado em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los, com o objetivo de conhecer a natureza do fenômeno, sua composição, processos que o constituem ou nele se realizam”.

Esta dissertação está dividida em três capítulos. O primeiro traz o embasamento histórico. O enfoque foi dado ao desenvolvimento da imprensa: dos tipos móveis de Gutenberg ao desenvolvimento da imprensa no Brasil; analisada a regionalização da comunicação e traçado o perfil econômico e industrial de Três Lagoas.

O segundo capítulo traz o mapeamento da imprensa de Três Lagoas, com breve histórico sobre os meios de comunicação instalados na cidade: rádios, emissoras de TV, sites de notícias e principalmente os jornais impressos. A inclusão de todos esses veículos tem como objetivo demonstrar a dimensão do desenvolvimento da mídia na cidade.

Os jornalistas e os proprietários de jornais impressos são o foco do terceiro capítulo. Foi aplicado questionário para constatar se, de fato, os jornalistas se beneficiaram do *boom* industrial. Já a pesquisa com os empresários foi fundamental para compreender as mudanças ocorridas nas estruturas: empresarial, gráfica, tecnológica, de redação, circulação e comercial de cada empresa.

¹ Para Kerlinger (1980, p.94), “a palavra delineamento focaliza a maneira pela qual um problema de pesquisa é concebido e colocado em uma estrutura que se torna um guia para a experimentação, coleta de dados e análise”.

1 JORNALISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

A chamada *Era da Imprensa*, conforme DeFleur (1993), foi deflagrada em 1455 quando o alemão Johannes Gutenberg criou os tipos móveis e imprimiu a Bíblia de 42 linhas, o primeiro livro impresso pelo homem. Essa *Era* procede a outras três de inter-relação comunicativa do ser humano: *Era dos Símbolos e Sinais*, *Idade da Fala e da Linguagem* e *Era da Escrita*. Por outro lado, a Idade da Imprensa precede a Era da Comunicação de Massa.

A rápida reprodução de textos com tipos móveis acelerou a difusão das ideias do Humanismo, da Renascença e também, depois de 1500, do Protestantismo, levando a termos o sombrio período da Idade Média e o monopólio cultural da Igreja Católica. Cerca de 50 anos após a morte de Gutenberg existiam tipografias em 270 cidades europeias e já haviam sido impressos mais de 40 mil títulos com mais de 10 milhões de exemplares.

O desenvolvimento da tipografia também correspondia a um viés econômico e a informação tornou-se negócio e mercadoria ao mesmo tempo.

A vontade de alguns negociantes, muitos deles proprietários de tipografias, que começaram a ver nas notícias uma mercadoria capaz de gerar lucro; A necessidade de informações econômicas que alimentassem os negócios numa sociedade capitalista em expansão; O aumento dos fluxos de informação, em nível nacional e internacional, que retroalimenta o processo (as publicações aceleram os fluxos de informação e estes, por sua vez, estimulam o aparecimento de novas publicações). (PEUCER, 2004, p. 33)

A indústria tipográfica torna-se lucrativa. Para estar atualizado com o mundo dos negócios era preciso se informar e interagir socialmente. O capitalismo inicia o rompimento do sistema feudal por meio da curiosidade do empreendedor burguês. Período que estava em ascensão a construção de embarcações, comércio de ouro, escravos e outras especiarias. O comerciante moderno sentia necessidade de atualização para ter garantia de lucro em seus negócios. Relatos de notícias preparavam os comerciantes a antecipar acontecimentos, e quanto mais preparados estivessem, mais dinheiro tinham possibilidade de faturar.

A imprensa primitiva do século XV trazia não só notícias com acontecimentos de grande repercussão como o acesso de um rei ao trono, passagem de cometas, campanhas militares, descobrimentos marítimos, mas também informações mercantis.

Melo (2003) destaca que o desenvolvimento da imprensa não pode ser avaliado apenas sob o prisma de sua significação sociocultural, mas também econômica, pois constituía uma atividade rentável ao mesmo tempo que exigia investimentos para a sua instalação. Os primeiros jornais com periodicidade regular surgiram na Europa no início do século XVII em

decorrência, principalmente, das demandas geradas pelo processo de mercantilização do Velho Continente.

Segundo Marshall (2003), o jornal surgiu como uma fonte indispensável de notícias rápidas e regulares no momento em que o trem, o barco a vapor, a hélice, o casco de metal, o telégrafo ótico e depois elétrico, estavam fazendo sua aparição em um processo que, virtualmente, significou uma aceleração da história. A industrialização se fez cada vez mais importante nesse período e os trabalhadores agrícolas emigraram para as cidades.

O período serviu, por um lado, para orquestrar as aspirações da burguesia ascendente e, por outro lado, teve um papel vital como voz organizadora para o proletário urbano desenraizado e pobre, de modo que muitas de suas esperanças residiam na direção que iria tomar no desenvolvimento da educação, o progresso científico e, pelo menos na França, as urnas. (WILLIAMS *Apud* MARSHALL, 2003, p.73)

Marcondes Filho (2002) divide o desenvolvimento do jornalismo em quatro etapas: *Primeiro Jornalismo* (1789 a 1830), de caráter político e ideológico que, entre outros feitos, ajudaram a fomentar a Revolução Francesa de 1789. O *Segundo Jornalismo* (1830 a 1900) marcado como o da grande empresa capitalista em razão das inovações tecnológicas como as linotipo e rotativas, das grandes tiragens e do custeio dos jornais pela publicidade. O *terceiro Jornalismo* (1900-1960) é caracterizado pelo crescimento das empresas jornalísticas que abrem mão das ideologias e se instituem definitivamente como negócio. O *quarto jornalismo* inicia a partir de 1970 e se encontra na era tecnológica (hoje). Há o fortalecimento das estratégias de comunicação e persuasão. Surge a assessoria de imprensa, e o jornalista não precisa mais correr atrás da notícia, ela vem até ele – atitude que o autor satiriza pelo próprio nome do livro –. O profissional tem apenas o trabalho de “simplificar, sintetizar, condensar e escolher”.

Com a explosão jornalística, a informação deixa de ser ‘capital’ e passa a ser ‘mercadoria’. Diferente do capital que pode ser guardado para um momento oportuno e de grande rentabilidade, a informação enquanto mercadoria passa a ser perecível para os jornalistas e por isso eles não podiam guardá-la por muito tempo. Nesse caso, a informação precisa ser consumida rápida e integralmente.

1.1 A Imprensa no Brasil

É no limiar do século XIX, quando os jornais já vivem a fase das grandes tiragens e são empresas sólidas na Europa e nos Estados Unidos, que a imprensa chega ao Brasil através do *Correio Braziliense* e da *Gazeta do Rio de Janeiro*, ambos em 1808.

A chegada da Família Real ao Brasil em 1808 promoveu o desenvolvimento político, econômico e populacional da cidade do Rio de Janeiro. Entre 1803 e 1820 a população da capitania do Rio de Janeiro não chegava a 250 mil habitantes (249.883). Mas em 1860 já contava com 274.972 moradores.

Esse desenvolvimento estimulou também o avanço da imprensa brasileira. Além do *Correio* e da *Gazeta*, em 1828 o jornal *Aurora Fluminense* apontava que no país já havia 32 jornais. Desses, a maioria servia como porta-voz de partidos políticos. Apenas três ou quatro deles ocupavam suas páginas com notícias comerciais e ou anúncios (VITORINO, 2000). Em 1835, o mesmo periódico informava que eram 56 jornais. “Das províncias do Brasil, não havia jornais no Pará, Piauí, Goiás e Mato Grosso” (Ibidem, p.37).

Em 1846, Francisco Souza Martins² publicou na revista IHGB³ o artigo *Progressos do Jornalismo no Brasil* dando ênfase à modernidade da infraestrutura gráfica instalada no país. Ele fez um balanço da imprensa periódica brasileira, que na época já contava com 86 jornais em todo Império, quantia que na visão dele não estava em desproporção com os periódicos publicados na França. Juntos, os jornais somavam uma tiragem de oito milhões de folhas.

Otimista, Martins visualizava uma imprensa ainda mais promissora nos próximos 20 anos. Porém, Melo (2012) considera que o artigo perdeu credibilidade pelo excesso de ufanismo especulativo do autor, bem como pela carência de fontes documentais. Entretanto, Melo reconhece que o texto estava fartamente ilustrado por dados quantitativos.

Infelizmente seu vaticínio deixou de ser confirmado, o que reforça a natureza nada científica do artigo, fundamentada mais no seu desejo do que em palpável realidade. Basta conferir quais são os índices de leitura vigentes hoje em nosso país para perceber quanto otimista era o autor. (MELO, 2012, p.31).

Por volta de 1860, a imprensa noticiosa, mais voltada à informação, já havia se consolidado com oficinas tipográficas próprias e tendo sua renda quase que exclusivamente das vendas de anúncios ou vendas avulsas. Um exemplo dessa fase de transição foi o *Correio*

²Piauiense de Oeiras, Souza Martins estudou direito na Faculdade do Recife, ingressando no judiciário, mas fez carreira na política, como deputado e governador provincial. Admitido no IHGB, em 1939, publicou apenas dois trabalhos, entre eles controverso artigo de 1846. (MELO, 2012, p.30).

³ Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (MELO, 2012).

Paulistano. Suas primeiras impressões eram feitas em prelo de madeira e depois em prelo manual. No final da década de 60, já utilizava uma impressora Alauzet a vapor. O jornal foi um dos primeiros a utilizar-se desse suporte tecnológico.

Novos maquinários possibilitaram a impressão de grandes tiragens. Em 1875, o jornal *Gazeta de Notícias* era considerado o de maior circulação no Império com uma tiragem inicial de 6 mil exemplares. Esse número praticamente dobrou após as ações do periódico ter sido vendidas para os consorciados Ferreira de Araújo e Elysio Mendes. Sob nova direção, a tiragem aumentou gradativamente.

Depois que o Sr. Dr. Ferreira de Araújo assumiu a direção da redação, a tiragem da folha foi se elevando sucessivamente de 3.500 a 18.000, a 20.000 e atualmente (1884) a 24.000 exemplares, número sempre excedido, principalmente aos domingos que é de 26 a 28.000. (VITORINO apud ROCHA, 2000, p.41)

No Rio de Janeiro, o *Jornal do Brasil*, fundado em 1891, contava com uma rotativa Marinoni e em 1900 atinge a maior circulação na América Latina com tiragem de 50 mil exemplares. Nesse mesmo período, o jornal *O Estado de São Paulo*, que nasceu em janeiro de 1875, com o nome de *Província de S. Paulo*, também adquire uma Marinoni e já na virada do século imprimia diariamente cerca de 10 mil exemplares.

Pouco mais de um século da presença da Imprensa no Brasil, a mesma passa a ser entendida como processo sócio-político-econômico. Sobrinho (1923) descreve a transformação do jornalismo em atividade mercantil. Ele procura desvendar a natureza do jornalismo enquanto mercadoria, assinalando o fim de um jornalismo ao mesmo tempo engajado e artesanal.

O estado de São Paulo, impulsionado pelo crescimento da economia cafeeira, já despontava também como o maior centro gráfico do país e, conseqüentemente, criava condições para dinamizar a imprensa, conforme constata Vitorino (2000, p. 143). “O centro da atração da economia brasileira já iniciara o seu deslocamento para São Paulo, com o aumento crescente das exportações do café”.

Max Fleiuss⁴(2000) indica que em 1889 circulavam, só em São Paulo, 128 periódicos e outros 66 no Rio de Janeiro. Em 1904, eram 11 diários com abrangência nacional.

⁴Max Fleiuss, op. Cit.p.562. Em 1904, Manoel Viotti organizou o Album da imprensa paulista, que se constituiu em um catálogo informativo sobre os periódicos publicados em São Paulo. (Informação extraída do livro de Vitorino -2000)

Tabela 1: Diários com abrangência nacional produzidos no Rio de Janeiro e em São Paulo em 1904

Rio de Janeiro	São Paulo
Jornal do Commercio (1.827)	O Correio Paulistano (1.854)
Gazeta de Notícias (1.875)	O Estado de São Paulo (1.875)
O Paiz (1.884)	O Diário Popular (1.884)
Jornal do Brazil (1.891)	Platêa (1.887)
Correio da Manhã (1.901)	Comércio de São Paulo (1.893)
Commercio do Brazil (1.904)	

Fonte: Max Fleiuss, op. Cit.p.562

Esse período foi considerado a febre da modernização dos periódicos, diz Barbosa (2010, p. 117). Os jornais mais importantes introduzem uma série de melhoramento em suas estruturas físicas. Aliado a esse processo, o aperfeiçoamento do transporte no país, por meio do desenvolvimento da linha férrea, ajudou a escoar as tiragens diárias dos jornais impressos. Agora era possível manter o sistema de assinaturas dos periódicos, pois eles chegavam aos lugares mais distantes.

Conforme Cruz (2000), nas últimas duas décadas do século XIX surgem mais de seiscentas publicações só em São Paulo, o que representa o quádruplo das quatro décadas anteriores. No Rio de Janeiro esses números são ainda mais expressivos, considera Barbosa.

Num único ano, 1.881, aparecem 95 novos periódicos e, no ano seguinte, mais 64. Até o final da década esses números permanecem nos mesmos patamares: em 1883, aparecem mais 56 novos periódicos e no ano seguinte, mais 37. Em 1888, há outra explosão, contando-se 45 novos jornais e revistas e, um ano depois mais 29 outros títulos.(BARBOSA, 2010, p.118).

Muitos periódicos surgem no eixo Rio-São Paulo no início do século XX por meio de sociedades anônimas. Os interessados nesse ramo, visando à expansão dos negócios, viam na imprensa um potencial viés econômico e a união entre eles era a alternativa para baratear os custos e diversificar a produção.

Essa modernização também era perceptível na transformação social e econômica da própria infraestrutura do Rio de Janeiro, a capital do país na época. Os jornais e revistas que circulavam por quase todo o território nacional ecoavam o discurso da modernização. “Modernizar é a palavra de ordem do Rio de Janeiro para se igualar aos europeus. Buscando um ideal de civilização, novas avenidas e novos prédios são construídos e derruba-se, em contrapartida, tudo o que lembra o atraso colonial”, (BARBOSA, 2010).

Quando a cafeicultura deixa de ser a principal economia do Rio de Janeiro, a província aposta no núcleo comercial e industrial. Esse novo potencial econômico também vai refletir

diretamente na imprensa. Com a maior população da época, 600 mil habitantes segundo Barbosa, e a maior rede ferroviária nacional, a província tinha todas as características para moldar uma imprensa empresarial. Como citado anteriormente, o *Jornal do Commercio* importa suas primeiras linotipos. As três máquinas Marinoni podem imprimir até 16 páginas de uma única vez e tiragem de até 10 mil exemplares/hora.

Essa modernização tem poder de influência até mesmo na linha editorial dos periódicos. Os textos passam a informar com isenção, neutralidade, imparcialidade e veracidade, sobre a realidade. A grande imprensa passa a ter papel de poder influenciador e ganha um novo sentido: o de ordenar a sociedade. Conforme Barbosa (2010, p. 121), os jornais do Rio de Janeiro somavam cerca de 150 mil exemplares em 1900 e “se constituem como empresas visando o lucro, vivendo fundamentalmente das benesses do poder público, da venda de espaço publicitário e de assinaturas e vendas avulsas”.

Para atrair mais leitores/assinantes, os periódicos introduzem a fotografia. As editorias policiais ganham mais destaques e manchetes de capa. Charges e notas sobre escândalos sensacionais são outros atrativos dessa nova imprensa. Quanto mais notícias de cunho popular, mais chances de ampliar o número de leitores. Os cinco principais jornais do Rio de Janeiro tinham o mesmo preço em banca, mas as assinaturas variavam: O *Paiz* e *Jornal do Commercio* eram os mais caros 60\$000 mil réis anual (equivalente a R\$ 218,40 nos dias atuais). Enquanto o mais barato era o *Correio da Manhã* que custava 25\$000 (R\$91,00).

Tabela 2: Caracterização quanto às fontes de renda -1900-1908

JORNAL	VENDA AVULSA (Valor atual)	ASSINATURA ANUAL (Valor atual)	TIRAGEM DIÁRIA (Valor atual)	PEQUENOS ANUNCIOS (Valor atual)
Correio da Manhã	100\$ (R\$ 3,64)	25\$000 (R\$ 91,00)	30 mil	200\$ (R\$ 7,28)
Jornal do Brasil	100\$ (R\$ 3,64)	30\$000 (R\$ 109,20)	60 mil	200\$ (R\$ 7,28)
Jornal do Commercio	-	60\$000 (R\$ 218,40)	20 mil	-
Gazeta de Notícias	100\$ (R\$ 3,64)	30\$000 R\$ 109,20)	35 a 40 mil	120\$ a linha (R\$ 4,36)
O Paiz	100\$ (R\$ 3,64)	60\$000 (R\$ 218,40)	15 mil	150\$ a linha (R\$ 5,45)

Fonte: Barbosa, 2010,p.124

Algumas décadas depois esse cenário muda. Em 1950, o Rio de Janeiro tinha 18 jornais com circulação diária, 13 deles matutinos e cinco vespertinos. No quadro abaixo, a evolução dos oito matutinos cariocas entre 1951 e 1960.

Tabela 3: Tiragem dos matutinos cariocas (em mil exemplares)

JORNAIS/ANO	1951	1952	1953	1954	1955	1958	1960
Diário Carioca	45	35	40	40	40	17	17
Jornal do Brasil	60	70	45	40	40	57	59
Correio da Manhã	56	70	70	72	72	57	53
O Dia	-	60	90	90	115	240	230
Jornal do Commercio	33	60	20	32	32	-	-
O Jornal	70	60	60	60	60	-	27
Diário de Notícias	64	55	63	-	54	47	47
Luta Democrática	-	-	-	20	30	117	130

Fonte: Anuário Brasileiro de Imprensa (1950-57) e Anuário de Imprensa, Rádio e Televisão (1958-60).Apud: Ribeiro, 200:43.

Se em 1908 os cinco principais periódicos somavam uma tiragem de 150 mil exemplares, agora somam 1.245.335 de exemplares. Jornais mais antigos perdem espaço para os novos que surgem a partir de 1930. Apesar de continuarem em circulação, há um declínio no número de tiragem. O *Jornal do Brasil* e *Correio da Manhã* que contavam com tiragem de 70 mil exemplares, em 1952, chegam ao final da década com tiragem de 59 e 53 mil exemplares, respectivamente. Na rota contrária, o jornal *O Dia* inicia suas atividades em 1952 com 60 mil exemplares e em 1960 atinge uma tiragem de 230 mil.

1.2 Regionalização das comunicações

A ideia de região como um espaço natural talvez tenha surgido a partir de sua utilização pela Geografia. É interessante localizar a cidade de Três Lagoas, enquanto município, dentro de um Estado (Mato Grosso do Sul) que por sua vez pertence a uma macrorregião: Centro-Oeste do Brasil. De que maneira a comunicação se dá nesse espaço físico e como ela é influenciada por fatores demográficos é o que buscaremos saber.

Milton Santos, um dos mais influentes geógrafos brasileiros, teve grande contribuição para o subcampo da geografia da comunicação. A importância desses estudos foi reforçada por Marques de Melo (2010, p.82-99), ao fazer um levantamento em escala mundial e nacional desse tema. A regionalização passa primeiramente pela metáfora da aldeia global de Marshall McLuhan(1962) iniciada a partir de 1920 com os efeitos causados pelo surgimento do rádio. No Brasil essa compreensão ocorre um pouco tardia.

Isso explica a defasagem que marcou o agendamento da questão no âmbito nacional. Ela só foi reconhecida institucionalmente em 1991, durante o congresso “O Novo Mapa do Mundo”, promovido pelo Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo, sob a liderança dos geógrafos Milton Santos e Maria Adélia de Souza. Ocupando, naquela conjuntura, a direção da principal unidade universitária de

Comunicação do país (ECA-USP), sede da Associação Latino-americana de Ciências da Comunicação (ALAIC), fui por eles convidados a participar dos debates. Apresentei um estudo sobre a presença do Brasil no mapa audiovisuallatino-americano (Scarlato, Santos e Sousa,1993). Contudo, existem vestígios de incursões bem anteriores nesse território-fronteira, configurando uma espécie de geografia precoce da comunicação brasileira (MELO,2007)

Observar os sistemas de mídia e de telecomunicações é determinante para “a análise de várias camadas de contextos – geográficos, midiático cultural, econômico, político, identitário - que compõem o processo contemporâneo da comunicação” (MOREIRA, p.21). Para Ana Maria Fadull(2006), conhecer a mídia regional pode ser uma forma de se aproximar das regiões e suas identidades. Em 1969, o Brasil foi dividido em cinco macrorregiões estabelecidas pelo IBGE (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul). É a partir dessas macrorregiões que ela faz um mapeamento para identificar suas características, comparando os indicadores geográficos, demográficos, econômicos e educacionais com os diferentes sistemas de mídias regionais.

Uma breve análise do que mapeou a pesquisadora nos leva a entender que não é o tamanho do território que determinará a influência de expansão e consumo dos meios de comunicação. Por exemplo: as maiores regiões territoriais brasileiras são Norte e Centro-Oeste - a qual está inserida a cidade de Três Lagoas. Porém, elas concentram apenas 14,9% da população do país. O número de domicílios nessas duas regiões é de 13,9%. Em contrapartida, região como Sudeste possui 45,4% de domicílios (FADUL, 2006, p.25).

Maior número de domicílios pode possibilitar sim maior número de pessoas e potenciais consumidores de mídia. Mas ainda assim, há outro indicador importante a ser analisado: o analfabetismo. Embora o Nordeste seja a região com a segunda maior porcentagem de domicílios (25,4%), concentra alta taxa de analfabetismo do país: 23,2%. O Centro-Oeste tem 9,5% de analfabetos. Ou seja, para compreender mais profundamente o sistema midiático é preciso usar como indicadores a economia, a educação e o desenvolvimento humano, tal como traçou Fadul (2006).

Pode-se dizer que o consumo de mídia impressa está relacionado diretamente ao nível educacional. Como exemplo, são os três jornais diários do Rio Grande do Sul (*Zero Hora*, *Correio do Povo* e *Diário Gaúcho*) que aparecem entre os dez de maior tiragem do país. Não por acaso, a região Sul tem a menor taxa de analfabetismo do Brasil: 6,4%. A soma desse conjunto de fatores, tal como “a ocupação territorial e o nível intelectual da população estão intrínsecos ao número de jornais e revistas da região” (BARRETO, 2011 p.126).

O maior desafio da regionalização midiática é atrair para as mídias regionais os anunciantes, que segundo Fadul(2006), estão concentrados no eixo Rio-São Paulo. É onde estão também os outros sete jornais⁵ de maior circulação no Brasil. Desde 1999, quando ocorreu a desvalorização cambial no país, a mídia impressa – bem como as outras – passaram a ter mais dificuldades financeiras. É como se fosse um efeito dominó, atingindo a todos os setores. Com menor investimento publicitário, reduz o número de contratações, diminui a tiragem, bem como o número de assinantes. Ainda assim, a pesquisadora observa que os jornais regionais não estão perdendo leitores, pois há um amadurecimento do mercado e regionalização dos investimentos.

As mudanças ocorridas na mídia regional brasileira, nas duas últimas décadas, estão relacionadas com o processo de desconcentração industrial de São Paulo e o deslocamento de indústrias importantes, como a automobilísticas, instaladas em vários estados brasileiros, com o desenvolvimento agrícola das regiões Centro-Oeste e Norte, e por fim com o desenvolvimento do setor de serviços voltado para o turismo, que tem beneficiado as regiões do Nordeste e também do Centro-Oeste e Norte (FADUL, p.23).

A descentralização das indústrias beneficiou o Centro-Oeste e, conseqüentemente, Três Lagoas que se tornou, na última década, importante pólo industrial.

1.3 A vocação desenvolvimentista de Três Lagoas

Em dois meses, a cidade de Três Lagoas (MS) vai abandonar definitivamente a alcunha de capital do gado e adotar um novo sobrenome: a da capital mundial de celulose. Com a inauguração da fábrica da Eldorado Brasil, em novembro, o município atingirá uma capacidade para produzir três milhões de toneladas de celulose por ano. (FOLHA DE SÃO PAULO - 16/09/2012).

Antes habitada pela tribo indígena *Ofaié*, a região de Três Lagoas recebeu várias expedições de bandeirantes paulistas a partir de 1829, até iniciar sua colonização na década de 1880. Em 1887 chegaram à região, Protázio Garcia Leal e Antônio Trajano dos Santos. Protázio instalou-se na região de Piaba e Antônio naquela que chamou de Fazenda das Alagoas, em razão das lagoas que ali existiam. Em 1909, um grupo de engenheiros instalou um acampamento à margem da Lagoa Maior. Em 1911, o acampamento, motivou a edificação de inúmeras moradias, alicerçando um novo povoado. Em 12 de junho de 1914 o povoado foi elevado a distrito e em 15 de junho de 1915 a município.

⁵Folha de São Paulo(SP), O Globo (RJ),Extra(RJ), O Estado de São Paulo/Estadão (SP), O Dia (RJ), Lance!(RJ) e Agora São Paulo (SP).

De acordo com Levorato (1999), Três Lagoas é marcada, historicamente, por quatro grandes momentos em sua ocupação, transformação e emancipação política e econômica: a) construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil; b) construção da usina Hidrelétrica do Jupia; c) incentivos fiscais voltados aos projetos que visavam o plantio do Eucalipto; e d) impulso ao processo industrial.

O povoamento desse pequeno Vilarejo inicia com a chegada das primeiras famílias de operários que trabalhavam na construção da Estrada de Ferro. Antes desse período, o território treslagoense pertencia aos posseiros e também servia de caminho para a peonagem, cujas tropas eram procedentes em sua maioria; do interior dos estados do Mato Grosso, São Paulo, Minas Gerais e Goiás. (LEVORATO, 1999, p.127).

A construção da rede ferroviária no século XX deu grande impulso a todo o Estado, principalmente à agricultura e à pecuária. Além de proliferar vilas pela região, marcou a primeira fase de desenvolvimento de Três Lagoas. O terminal ferroviário da cidade foi inaugurado em 04 de novembro de 1910 no bairro Jupia, marcando ali o início do crescimento urbano de Três Lagoas. Um mês depois houve a inauguração de uma nova estação no centro da cidade, próxima à antiga Praça da Bandeira, hoje denominada Praça Senador Ramez Tebet. É por meio da estação ferroviária e da mobilização de pessoas oriundas de várias partes do Brasil e de outros países que a cidade começou a receber grande parte de seus moradores. Entre estes estão famílias que se instalaram na região e fomentaram vários setores com atividades econômicas e sociais. Até 1937, o município possuía oito distritos: Água Clara, Alto Sucuriú, Garcias, Cisalpina, Arapuá, Véstia, Pontal do Faia e Xavantina.

A segunda fase é marcada pela construção da barragem no Salto de Urubupungá, nos anos 60, a atual usina hidrelétrica Souza Dias (engenheiro Francisco Lima de Souza Dias Filho). Conforme Oliveira, esse crescimento apresentou várias implicações.

Com a forte explosão populacional; bem como o êxodo das pessoas da zona rural para a cidade, o município de Três Lagoas cresceu desordenadamente: loteamentos afastados do centro, sem estrutura como luz, água, esgoto, asfalto, etc; percebe-se que a zona urbana teve expansão, porém o desenvolvimento deixou a desejar. (OLIVEIRA, 2009, p 35).

De acordo com Mercantes (1986), a obra gerou sérios impactos ambientais e sociais, como: alagamento de extensas áreas para formação do lago-reservatório, mudança no microclima, alagamento de áreas agrícolas, remoção de populações ribeirinhas, e outros. O autor (idem, p. 37) assinala que “houve aumento vertiginoso da população com a vinda de migrantes de vários estados. Por isso a cidade teve que se estruturar em termos de equipamentos e serviços para abrigar os novos habitantes”. Essa foi a primeira grande obra no setor energético no Brasil e por muitos anos ostentou o título de maior hidrelétrica do mundo.

A construção da Usina do Jupιά, como citado anteriormente iniciou-se na primeira metade da década de 1960 e finalizou-se no ano de 1970. Como projeto desenvolvido durante a ditadura militar, período marcado por obras faraônicas, a Usina Hidrelétrica de Jupιά é eficaz em termos de geração de energia, apesar da destruição ambiental causada pela grande área alagada. Entre as três maiores usinas hidrelétricas do Brasil, perde somente para a Usina hidrelétrica de Itaipu.

Jupιά era a primeira etapa do Complexo Hidrelétrico Urubupungá que contava ainda com a construção da usina de Ilha Solteira (iniciada em 1969) e de Três Irmãos (iniciada no final da década de 1980). O projeto previu a construção de vilas e cidades para alojar os trabalhadores. Assim nasceu a Vila Piloto, em Três lagoas; a Vila dos Operadores, em Castilho/SP; a construção planejada da cidade de Ilha Solteira/SP.

Esses projetos foram impactantes na vida das pessoas da região. Em Três Lagoas, os barrageiros passaram a constituir um tipo de trabalhador qualitativamente diferenciado do restante, sobretudo se comparados aos ferroviários, outra categoria numerosa na cidade.

As diferenças foram acentuadas em vista das características dos núcleos urbanos da Vila Piloto e da Vila dos Operadores: o primeiro, com cerca de 14 mil habitantes, fora implantado distante do centro urbano de Três Lagoas, contando com hospital, escola e outras estruturas que o tornava independente da relação com a comunidade treslagoense, levando a uma segregação espacial e também administrativa em vista de ser controlado pela própria empresa construtora da Usina de Jupιά e pelo fato de seus moradores serem “tutelados” pela administração; o segundo núcleo fora construído em forma de condomínio rural para servir aos operadores da Usina de Jupιά, aos engenheiros e aos técnicos especializados, com padrão salarial muito acima da média dos trabalhadores da região.

A terceira fase ocorreu na década de 70 e início de 80 com a formação do distrito florestal de Mato Grosso do Sul. Oliveira (1997) afirma que a base econômica de Três Lagoas até a década de 80 era a pecuária extensiva para corte e exploração da produção de eucalipto produzindo carvão e lenha. De acordo com o *Jornal do Povo*, edição nº 1230, de 13 de fevereiro de 1974, a primeira reunião entre políticos, empresários e reflorestadores para implantar a fábrica de Celulose e Papel na cidade ocorreu naquela época, como fez constar na capa jornalística daquela edição.

“É coisa decidida em caráter irrevogável: Três Lagoas terá sua fábrica de celulose e papel implantada pela pelo grupo PARC, do qual faz parte como diretor, o Dr. Múcio Bandeira de Mello. Essa decisão surgiu no último sábado (09 de fevereiro), entre industriais, representantes daquele Grupo, reflorestadores, autoridades do Município e do Estado, que após longas ponderações, chegaram à conclusão de que

nossa área é privilegiada para essa instalação, tendo além do mais, a matéria prima necessária em grande abundância” (Jornal do Povo, 13 de fevereiro de 1974 – capa)

De fato, naquele período muitas empresas reflorestadoras já contavam com dezenas de milhões de unidades de eucaliptos plantadas. Elas se aproveitaram dos incentivos fiscais do governo voltados aos projetos que visavam o plantio do Eucalipto. Nessa mesma reunião entre os industriais com a diretoria do grupo PARC foi apresentado um balanço do que já havia sido plantado e a quantia total projetada.

Tabela 4: Relatório apresentado em reunião da quantidade de eucaliptos plantados no distrito florestal de Três Lagoas:

EMPRESA	INÍCIO	ÁRVORES JÁ PLANTADAS	PLANO TOTAL
UNIFLORA	Ago/1971	23,5 milhões	140 milhões
WOOD	Dez/1973	-----	75,26 milhões
AGROPEVA	Dez/1973	4,5 milhões	50 milhões
RAMIRES	Out/1973	9 milhões	74,75 milhões
TRANSPARANÁ	Dez/1973	-----	70 milhões
CBR	Fev/1973	1,5 milhões	70 milhões
MAGID THOMÉ (particular)	-----	700 mil	
COM. GASTONE SARTORI (particular)	-----	-----	Mil hectares
EVANDRO LEME GALVÃO (particular)	-----	Iniciaria naquele ano	-----

FONTE: JORNAL DO POVO 13 de fevereiro de 1974

Em 1988, a empresa Champion Papel e Celulose adquiriu uma vasta área de propriedade de João Batista Bravo Caldeira, onde hoje se encontram as duas fábricas de papel e celulose, a IP (InternationalPaper) e Fibria.

“Encerrou-se assim com brilhantismos, a primeira etapa de uma árdua luta em prol de nossa querida Três Lagoas. Oxalá tenha continuidade e após essa fábrica de papel e celulose, que outras venham, para confirmar os sonhos de Euclides da Cunha e Rosário Congro, que sempre acreditaram em nosso futuro desenvolvimentista graças à prognosticada instalação das Usinas de Jupiá e Ilha Solteira.” (Jornal do Povo, 13 de fevereiro de 1974 – capa).

A quarta fase dessa Três Lagoas impulsionada para o desenvolvimento industrial pode ser entendida a partir dos Parques Industriais instalados na cidade. Ao todo são três: Distrito Industrial I, localizado na avenida Ponta Porã, com 22 empresas, sendo 11 ligadas à construção civil, três metalúrgicas, uma química, uma de plástico e uma carvoeira. No Distrito Industrial II, na Avenida Mabel, concentram-se 27 empresas. O Distrito Industrial III situa-se fora do núcleo urbano, na BR 158, e se destina às indústrias de grande porte: fábricas de papel e celulose – consórcio Fibria/Internacional Paper – e uma de fertilizantes da Petrobrás.

Conforme pesquisa levantada pela acadêmica Renata Oliveira Pereira, com a professora do departamento de Geografia da UFMS, campus de Três Lagoas, Conceição Gomes, a presença desses empreendimentos em Três Lagoas promoveu nova dinâmica territorial.

[...] criando novos sentidos e funções, impondo novos valores e cultura, inclusive os estilos de moradia, pois a expansão da periferia da cidade agora, não dá lugar somente aos conjuntos habitacionais populares, mas também aos luxuosos condomínios horizontais fechados; além do aumento da oferta e da procura de moradias em condomínios verticais. (PEREIRA; GOMES. 2005, p.55)

O Distrito Industrial de Jupiá (DI-I) foi criado pelo decreto nº 19 de 08.01.1975 e foi apenas parcialmente ocupado em razão de ser área baixa, de muita várzea, o que dificulta a infraestrutura dos empreendimentos. Por este motivo, foi transformado em um Cinturão Verde, atendendo pedido de moradores para evitar a mão-de-obra ociosa. Os lotes foram cedidos na forma de comodato para serem usados como pequenas propriedades rurais com criação de gado, galinha, porcos e ainda plantações de mandioca, milho, feijão e hortaliças.

Em 11 de outubro de 1977, o presidente Ernesto Geisel assinou a Lei Complementar 31, que criou o novo Estado, em área desmembrada do estado de Mato Grosso. Já em 1º de janeiro de 1979, tomaram posse os deputados eleitos, em 15 de novembro de 1978, para a Assembleia Legislativa e Constituinte de Mato Grosso do Sul. O primeiro governador, o engenheiro gaúcho Harry Amorim Costa, servidor público do Departamento Nacional de Obras de Saneamento (DNOS), autarquia federal hoje extinta, foi nomeado pelo presidente Geisel, de acordo com a mesma Lei Complementar.

O estado foi dividido em 11 regiões e Três Lagoas ficou constituída na sétima região que abrange: Água Clara, Brasilândia, Ribas do Rio Pardo, Santa Rita do Pardo e Três Lagoas, denominado de Bolsão Sul-mato-grossense.

A prefeitura recebeu, sob forma de doação da CESP (Companhia Energética do Estado de São Paulo), uma área de 394 ha, que possibilitou a criação do DI-II. Bem localizada, a área encontra-se na saída para São Paulo, com terrenos planos, facilitando a infraestrutura para a instalação das indústrias.

Devido à proximidade com a hidrovía Tietê-Paraná, dá condições de se criar um projeto de um terminal intermodal para escoamento de produtos e recebimento de matéria-prima. Dessa forma, prioriza-se primeiramente o adensamento do DI-II, que ainda carece de alguma infraestrutura, como por exemplo, asfaltamento. O terreno é cedido à empresa interessada, na forma de comodato pelo prazo de 1 a 3 anos; e a partir do momento em que a empresa tiver terminado o que propôs a realizar, recebe a escritura do terreno.

Dentre as características de Três Lagoas, a mais destacada é a sua localização, pois está interligada a variados sistemas de transporte.

Contudo, a criação de Distritos Industriais e a política de atração, com incentivos fiscais e doações de áreas para instalação, foram fatores determinantes para a implantação das indústrias, o que confirma as palavras de Manzagol (1985), quando afirma que toda indústria que se instala em uma cidade, independente de sua natureza desfrutará de infraestruturas. A indústria aproveita ao máximo das vantagens enquanto socializa as desvantagens. (PEREIRA, GOMES. 2005, p, 60)

Já na década de 70, a ascensão econômica de Três Lagoas era atribuída a quatro fatores importantes: a) criação de incentivos fiscais; b) vantagem logística do município; c) instalação de indústrias de grande porte; e d) potencial energético. Juntos, esses fatores impulsionaram a economia local e atraíram novos moradores de outras localidades e dezenas de investidores.

O impulso legal a ascensão econômica ocorre ainda em 29 de dezembro de 1971 com a aprovação da Lei Municipal, pelo então prefeito João Dantas Filgueiras, que entre outros artigos, determinava:

Artigo 1º - Fica o Executivo Municipal autorizado a criar condições para instalações de novas indústrias no município de Três Lagoas, concedendo vantagens e favores, inclusive de ordem fiscal, nos termos da presente Lei, às indústrias que vierem a se instalar.

Artigo 2º - As empresas que se instalarem no município de Três Lagoas, a partir da vigência desta lei, com indústria de reconhecido valor socioeconômico, gozarão de isenção total dos impostos municipais inclusive revertendo em favor das mesmas, a cota do Imposto de Circulação de Mercadorias – ICM – por elas recolhidas a favor do município...” (*Jornal do Povo*, 12, de dezembro de 1971)

O segundo fator econômico aliado à isenção fiscal está na localização geográfica do município, o que coloca a cidade na rota do desenvolvimento industrial. Três Lagoas faz divisa com o estado de São Paulo e logisticamente se beneficia com três alternativas para o escoamento de sua produção: rodovia, hidrovia e ferrovia.

A rodovia Marechal Rondon interliga Três Lagoas à capital paulista (667 quilômetros); Campo Grande está a 337 quilômetros; Minas Gerais a 260 até a divisa; e o Paraná a 350. Em outubro 2010, Três Lagoas foi beneficiada com a implantação da unidade do Serviço Social do Transporte e Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SEST/SENAT). Com investimento de R\$ 10 milhões, o Centro de Formação de 4 mil metros quadrados foi instalado em terreno de 22,5 mil metros quadrados para a realização de cursos e área de lazer aos filiados.

Outra alternativa para escoamento da produção é a Hidrovia Tiête-Paraná e do Mercosul. A Hidrovia permite a condução de cargas da capital paulista até Buenos Aires, na Argentina, no total de 2,8 mil Km integrada ainda com Minas Gerais e Goiás. Ela atravessa a Usina de Jupiá por uma eclusa, inaugurada em 1998, ligando o Rio Sucuriú ao Rio Paraná. Apesar da eclusa estar em Três Lagoas, nesse ponto a hidrovia não conta com um terminal portuário. Por enquanto, a via é utilizada para o transporte de grãos produzidos em Goiás.

Os trilhos da Ferrovia Novo-Oeste, hoje administrados pela ALL (América Latina Logística) interligam Três Lagoas a grandes centros. Essa malha liga Corumbá a Ponta Porã, no Mato Grosso do Sul; Corumbá a Bauru em São Paulo, um trecho de 1.621 km, o que corresponde a 5% da malha ferroviária brasileira. O principal porto atendido nesse trecho é o Porto Esperança, situado na margem esquerda do Rio Paraguai. A ferrovia é responsável pelo transporte de parte da produção das mineradoras localizadas do outro lado de Mato Grosso do Sul (na fronteira com a Bolívia), além de soja e óleo de soja, combustível, papel e celulose.

Quanto ao potencial energético, o quarto fator, assinala-se: o Complexo de Urubupungá com 4,6 milhões de kw de potência; o Terminal de Gás Centro de Distribuição City Gate, do Gasoduto Brasil Bolívia que cobre 11 municípios do Mato Grosso do Sul e a Usina Termoelétrica de Três Lagoas com potencial de 640 Mw total de geração de energia. O traçado do gasoduto Bolívia-Brasil é um fator que, por passar pelo município, contempla a instalação de indústrias, proporcionando perspectivas de utilização do gás natural.

Empresas pioneiras no município, como é o caso da Cerâmica MS Ltda, estudam a possibilidade de substituir a lenha pelo gás natural, como nova alternativa energética. Assim, o município contará com outro recurso energético além da hidrelétrica, a instalação da termelétrica, projetada para operar como uma usina de base, utilizando o gás natural fornecido pelo ramal do gasoduto Bolívia-Brasil.

Em meados da década de 90, inicia-se a discussão para atrair novas indústrias, tendo como atrativo incentivos fiscais oferecidos pelo Governo do Estado, como: isenção financeira de 67% do ICMS a pagar (prazo de 10 anos) e o Fundo Constitucional do Centro-Oeste, com intermédio do Banco do Brasil, que concede financiamento com juros de 8,75% a 14% sem indexador e descontos de 15% nos juros da parcela paga na adimplência, além de carência de até três anos na construção do prédio e de até nove anos para a compra de maquinário.

A partir de 1997, o município se deparou com uma “política de atração”, seguida do processo de descentralização de indústrias dos grandes centros. Foram oferecidos pelos governos Federal, Estadual e Municipal, isenções fiscais e infraestrutura para a instalação dessas empresas.

A instalação das grandes indústrias estimula o surgimento e crescimento de pequenas e médias empresas, assim como do trabalho autônomo, tanto na área de prestação de serviços quanto no comércio, gerando empregos diretos e indiretos, dinamizando a economia e acelerando o crescimento da cidade. Para impulsionar mais uma vez o processo de industrialização da cidade, foi aprovada a Lei de nº 1429, de 23 de dezembro 1997, dispondo sobre a concessão e incentivos para a instalação de indústrias.

Nos sete primeiros anos da fase inicial de industrialização, as instalações ocorreram de forma paulatina, mas a partir de 2005, os números são surpreendentes. De acordo com dados fornecidos pela JUCEMS (Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul), entre 2005 e 2013 foram registradas quase mil empresas que se instalaram em Três Lagoas. O ano de 2012 bateu recorde com 179 empresas instaladas.

**Tabela6: Número de empresas instaladas
em Três Lagoas entre 2005 e 2013.**

Ano	Número de empresas:
2005	52
2006	38
2007	74
2008	73
2009	83
2010	171
2011	166
2012	179
2013*	162

Fonte: JUCEMS (Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul)

*Até 31 de outubro

Em 1997, a cidade ganhou sua primeira indústria de grande porte, a fábrica de biscoitos Mabel. Foi em 18 de setembro de 1998, a inauguração da fábrica que se consagraria como a pioneira do novo processo de industrialização do município. Na época, a unidade fabril, destinada à produção de biscoitos anunciou investimento de R\$ 20 milhões e geração de 600 empregos até a plena instalação da planta, prevista para ser concluída no ano seguinte.

Na edição do *Jornal do Povo* daquele dia, além da inauguração da Mabel, foram destacados a inauguração da Três Lagoas Papel e Artefatos (Trepel), com investimento de R\$ 8,4 milhões e a geração de 140 novos empregos em dois anos, e a ampliação da Cargill, num investimento de R\$ 4,3 milhões, com a geração de 90 empregos diretos e 40 indiretos.

As mais recentes são as fábricas de papel InternationalPaper, e a de celulose Fibria (antiga VCP), inauguradas em 2008. Ambas já passaram pelo processo de ampliação. Outra recente inauguração foi da indústria do mesmo ramo, o de celulose, a Eldorado Brasil, considerada a maior fábrica do mundo nesse segmento.

Os reflexos dessa nova fase já resultam em bons números para a cidade que aparece no *top five* do PIB Municipal de Mato Grosso do Sul. É a quarta colocada.

Tabela 7: OS 5 MAIORES PIB DE MATO GROSSO DO SUL

POSIÇÃO	MUNICÍPIO	PIB (R\$ 1.000,00)
01	CAMPO GRANDE	43.514.207
02	DOURADOS	13.875.046
03	CORUMBÁ	3.543.858
04	TRÊS LAGOAS	3.248.681
05	PONTA PORÃ	2.821.909

Fonte: (IBGE, 2010 – lista apenas dos 5 primeiros municípios)

Próxima de completar seu primeiro centenário de emancipação político-administrativo, em 2012, Três Lagoas assumiu o posto de terceira maior cidade do Mato Grosso do Sul. A posição passou a ser ocupada depois da contagem anual do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE).

A estimativa populacional do IBGE (2012) aponta que Três Lagoas tem 105.224 habitantes, ultrapassando Corumbá, até então a terceira maior cidade do Estado, com 104.317 habitantes. Em 1998, início da sua industrialização, eram 74.797 habitantes (37.085 homens e 37.712 mulheres); 7.853 (10,4%) vivendo no meio rural e o restante no meio urbano.

Três Lagoas é o centro do chamado Bolsão Sul-mato-grossense, região com alto índice de arrecadação de impostos de Mato Grosso do Sul e cuja principal atividade econômica é a pecuária. Com a crise no setor, no entanto, a indústria e o turismo se consolidam como novas fontes de riqueza. Nos últimos dez anos, o PIB per capita local deu um salto de quatro vezes mais, passou de R\$ 5,5 mil no ano 2000 para R\$ 22,5 mil em 2010.

Tabela 8: PIB E PIB PER CAPITA DE TRÊS LAGOAS – 2000/2010

ANO	PIB (R\$)	PIB per capita (R\$)
1999	403.766.000,00	5.139,04
2000	444.703.000,00	5.575,45
2001	615.556.281,00	7.602,27
2002	596.610.000,00	7.259,00
2003	784.435.000,00	9.403,00
2004	983.145.000,00	11.614,00
2005	1.033.744.000,00	12.036,
2008	1.518.087.000,00	17.135,71
2010	2.014.697.385	22.512,00

Fonte: (IBGE, 2011)

Estes indicadores são gerados por 1.497 estabelecimentos comerciais e 55 indústrias estabelecidas no município, segundo dados da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico. O IBGE aponta que o PIB do setor industrial de Três Lagoas já ultrapassou o PIB do comércio/serviços, bem como o da agropecuária.

O potencial econômico possibilitou maior poder aquisitivo aos moradores treslagoenses, uma vez que a média salarial dos trabalhadores passou de 2,1 salários mínimos em 2006 para 2,7 salários mínimos em 2011. Houve um aumento do ganho real e do número assalariados. Se em 2006 eram 15.566 pessoas empregadas, em 2011 era quase o dobro, 29.954, conforme dados do IBGE, nos índices das Estatísticas de Cadastro Central de Empresas⁶.

Tabela 9: Estatística Cadastro Central de Empresas

Cadastro Central de Empresas/Ano	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Número de Unidades Locais	2.385	2.343	2.500	2.709	2.930	2.937
Pessoal ocupado assalariado	15.566	19.391	25.493	22.186	27.071	29.954
Salário médio mensal	2,1	1,9	2,7	2,7	2,5	2,7
Salário mínimo da época	R\$ 350,00	R\$ 380,00	R\$ 415,00	R\$ 465,00	R\$ 510,00	R\$ 545,00

Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2011. Rio de Janeiro: IBGE, 2013

Esse maior poder aquisitivo deu aos trabalhadores poder de compra e condições de consumirem a imprensa local, seja como assinantes ou anunciantes. Os jornais, por sua vez, aumentaram o faturamento publicitário vindo, não das grandes indústrias instaladas na cidade, mas principalmente das pequenas e microempresas que também se beneficiaram com esse novo fator econômico. Profissionais liberais como cabeleireiros, dentistas, advogados e outros passaram a ser potenciais consumidores da mídia.

⁶O IBGE apresenta esses índices somente do período de 2006 a 2011. Constam apenas as empresas constituídas juridicamente com CNPJ. Não entram nessas estatísticas as informais.

Parte do crescimento e desenvolvimento econômico da cidade se atribui a personalidades políticas de projeção no Estado e no País: os deputados estaduais Ramez Tebet PMDB (1979-1982), Akira Otsubo PMDB (1982 – 2010), Simone Tebet PMDB (2002 - 2004), Eduardo Rocha PMDB (2010-2014), e federal Rosário Congro Neto, PMDB (1985-1986). Ramez Tebet também foi governador e vice-governador de Mato Grosso do Sul, além de senador⁷ por quase 16 anos, eleito para dois mandatos consecutivos. A atual vice-governadora do Estado, Simone Tebet, também é de Três Lagoas e ex-prefeita da cidade.

O que se observa nos últimos anos é uma mudança radical na vocação econômica do município que, até a década de 90, abrigava um dos maiores rebanhos de gado do país, com um milhão de cabeças. O investimento de R\$ 6,2 bilhões do grupo da J&F⁸ nos últimos três anos se soma ao da concorrente Fibria.

Novos projetos invadiram a cidade a partir de 2004. A multinacional Cargill investiu R\$ 12 bilhões na sua fábrica de biodiesel inaugurada em agosto de 2012. A Votorantim inaugurou uma siderúrgica em novembro daquele ano. A Petrobrás constrói uma fábrica de fertilizantes que consumirá R\$ 4,25 bilhões e começa a operar em 2014.

Nas ruas do centro, o comércio cresce e se sofisticava para atender em torno de 15 mil novos habitantes. São trabalhadores das fábricas – somente na construção da unidade da Eldorado Brasil foram 13 mil – além de executivos trazidos para coordenar as operações fabris e profissionais de cidades vizinhas que buscam uma oportunidade.

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, através da Secretaria do Comércio Exterior (SECEX), apresentou os números da Balança Comercial Brasileira por Municípios entre Janeiro a Maio de 2010. O município de Três Lagoas aparece na 56ª posição entre os 2.147 municípios exportadores incluídos no relatório.

No ranking estadual de exportações, Três Lagoas é a primeira da lista, seguida por Corumbá e Campo Grande. O volume de exportações de Três Lagoas atingiu US\$ 263.161.927,00 até maio de 2012. Corumbá exportou US\$ 131.161.333,00 e Campo Grande US\$ 113.012.692,00 no mesmo período. O PIB Industrial atual do município é o segundo maior do Estado, totalizando R\$ 397,5 milhões, atrás apenas de Campo Grande, com R\$ 1,25 bilhão, segundo o Sistema FIEMS (Federação das Indústrias do Estado Mato Grosso do Sul).

⁷Ramez Tebet faleceu em 17 de novembro de 2006 quando ainda exercia o segundo mandato de senador. Seu corpo foi velado em Três Lagoas e atraiu até mesmo o presidente da república na época, Luiz Inácio Lula da Silva, bem como diversos deputados e senadores.

⁸A J&F pertence ao mesmo grupo controlador do frigorífico JBS-Friboi.

2 A IMPRENSA DE TRÊS LAGOAS

A imprensa do interior, assim sendo, apresenta-se como saída para os municípios darem vez e voz às suas comunidades, já que a “grande imprensa” interessa apenas em acontecimentos de grande repercussão, ou seja, aqueles que podem atrair olhares de todo o país ou até do exterior. (ASSIS, 2013, p.18)

A imprensa em Três Lagoas é tão antiga quanto à própria cidade. São quase cem anos de emancipação político-administrativa e que seus principais acontecimentos têm sido noticiados pelo jornal local. O primeiro impresso do município foi a *Gazeta de Três Lagoas*, ainda em 1915, hoje já extinto. Depois vieram muitos outros periódicos e também os novos meios como rádio, televisão e internet.

Os capítulos 2 e 3 são os focos centrais dessa pesquisa. Neste, é realizada a análise da estrutura da empresa jornalística e das características do produto jornal. O próximo tem como objeto de estudo o perfil dos jornalistas atuantes nos jornais impressos.

Para contextualizar o sistema de mídia de mídia do município, inicialmente é desenvolvido um breve diagnóstico das emissoras de rádio e de televisão locais, além dos sites de notícias. Na sequência, a pesquisa realizada com os jornais locais, que revela um perfil promissor. Segundo dados do Portal da Mídia⁹, Três Lagoas – que conta com cinco jornais impressos, sete emissoras de rádio e um canal de TV – acompanha o perfil midiático das outras duas maiores cidades do Estado: Corumbá¹⁰ e Dourados¹¹.

2.1 As emissoras de rádio

Em Três Lagoas são sete emissoras de rádio – quatro na frequência FM comercial (Cidade, Três Lagoas, Band e Cultura); uma comunitária (Pantanal); e duas AM (Difusora e Rádio Caçula). Todas transmitem também pela Internet. Para segurar o ouvinte, seja pelo aparelho de rádio ou via *on-line*, vale de tudo um pouco. A disputa fica acirrada através de promoções que vão de sorteio de ingressos para shows a prêmios como geladeira, televisão,

⁹O maior banco de dados sobre a imprensa de Mato Grosso do Sul é desenvolvido pelo grupo de pesquisa Mídia, Identidade e Regionalidade vinculado ao Mestrado em Comunicação da UFMS.

¹⁰Corumbá possui nove emissoras de rádio (*RádioBrás*, *Rádio Globo de Corumbá*, *EBC TV Brasil*, *FM Pantanal*, *Rádio Difusora MS*, *Nova Rádio Clube*, *Rádio Comunitária*, *Rádio Tamengo FM* e *Band FM*) e seis jornais impressos (*Sucesso Jornal do Pantanal*, *O Corumbaense*, *Correio de Corumbá*, *Folha de Corumbá*, *O Diário da Manhã* e *Diário Corumbaense*).

¹¹Dourados tem oito emissoras de rádio (*Rádio Clube de Dourados*, *Tupinambás*, *Rádio Alvorada*, *Rádio Caiuás*, *Rádio 94,7FM*, *Boa Nova FM*, *FM Gideões do Canaã*, e *FM Cidade 101*) e quatro jornais impressos (*Jornal Preliminar*, *Folha de Dourados*, *Diário MS* e *o Progresso*).

DVD e jogo de sofá. Obreve perfil a seguir está por ordem cronológica de instalação da emissora no município.

Rádio Difusora AM 1.250 kHz

Fundada em 1º de janeiro de 1957, a Rádio Difusora AM pertencia a um grupo de pelo menos 22 acionistas, entre eles José Lopes, o atual diretor/proprietário. Com o passar dos anos, Lopes – que foi o último prefeito nomeado de Três Lagoas – adquiriu as ações e tornou-se o único proprietário. A programação tem foco nas classes C, D e E. Sua maior audiência é das 10 às 13 horas, com o programa Francisco de Andrade.

A Difusora é a que dedica o segundo maior espaço na programação para o jornalismo, com cinco horas diárias, incluindo A Voz do Brasil. Também destina duas horas e quinze minutos em horários diversos de segunda a sexta-feira à igreja evangélica e quarenta minutos à igreja católica. Sua programação está *on-line* pelo site www.difusora1250.com.br.

Rádio Caçula AM 1.480 KHz

A Rádio Caçula AM foi fundada em 14 de novembro de 1959 por Romeu de Campos, que na época, aos 32 anos, atuava como radiotelegrafista dos Correios e era tenente do Exército Brasileiro. Em 1970, recebeu como sócio o seu filho Romeu de Campos Júnior e a emissora tinha o nome de A Voz da Caçula LTDA em razão de Três Lagoas ser uma das menores cidades do Mato Grosso.

A *Caçula* é a que destina maior parte da programação ao jornalismo. O programa de maior audiência é o de Toninha Campos, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 8 às 11 horas. Possui o site de notícias www.radiocacula.com.br.

Rádio Band FM 93,3 MHz

Inaugurada em julho de 1987, com o nome de Concórdia FM, em 1985 recebeu a denominação de Band e é a emissora de Frequência Modulada mais antiga de Três Lagoas. Ela integra o grupo RCN de Comunicação, da qual também fazem parte as emissoras: Cultura FM (Aparecida do Taboado), Cultura FM (Paranaíba), Concórdia AM (Campo Grande) e Cultura FM (Três Lagoas). O diretor proprietário, Rosário Congro Neto, possui ainda o *Jornal do Povo*, a emissora local televisiva TV Concórdia e Mídia Indoor.

Das emissoras locais, a Band FM é a que dedica o menor espaço para o jornalismo. Não fosse o horário obrigatório da Voz do Brasil, conforme lei de 1962, dificilmente cumpriria os 5% de jornalismo em sua grade. Durante todo o dia são apenas quatro boletins informativos de um a dois minutos cada, dois veiculados pela manhã e os outros dois à tarde. O restante da programação é com musicais.

Rádio Cidade FM 102,9 MHz

A segunda emissora mais antiga em Frequência Modulada, a Cidade FM foi homologada em agosto de 1988. Ela é a quarta emissora ligada ao Sistema Regional de Comunicação (SRC), um dos maiores grupos de comunicação do Estado de São Paulo. O SRC conta com 12 emissoras de rádios, a maioria localizada na Alta Noroeste Paulista, um jornal diário *O Liberal* e mais um canal de TV Educativa, em Andradina.

Bom Dia Alegria é o programa carro-chefe, conduzido por Marcelo Alencar, no ar de segunda a sábado das 8h às 11horas. Com antena de 25 mil watts, não só Três Lagoas, mas várias cidades da região podem sintonizar a emissora. Por estar geograficamente em área de divisa de Estados, o público atingido está nas duas margens do rio Paraná que corta São Paulo e Mato Grosso do Sul. Para ouvir a programação *on-line* basta acessar o endereço eletrônico <http://www.lr1.com.br/> onde há link para ouvir não somente essa, mas todos os outros emissores do grupo SRC.

Três Lagoas FM 101,7 MHz

A Três Lagoas FM faz parte da Rede MS Integração de Rádio e Televisão, criada em 2005 pelo empresário Ivan Paes Barbosa para integrar Mato Grosso do Sul através de um sistema de comunicação que abrangesse o maior número possível de municípios do estado.

A primeira emissora da rede foi a Rádio Cidade FM 97.9, de Campo Grande, que é hoje uma das campeãs de audiência na capital. Em fevereiro de 1987 foi inaugurada a TV MS, retransmissora da Rede Manchete, responsável por um dos programas que mais ajudou a divulgar o nome de Mato Grosso do Sul no restante do país, a novela Pantanal, no início dos anos 90. Com a extinção da Rede Manchete, a TV MS passou a retransmitir, em 1994, a programação da Record. A programação da emissora reserva apenas duas horas de jornalismo diário. Uma hora com o *Noticiedade* (Rede e local) e mais uma hora com a *Voz do Brasil*.

Rádio Cultura FM 106,5 MHz

Essa é a emissora mais recente implantada na cidade. A Cultura FM foi ao ar em 9 de maio de 2007 pela frequência: 106,5. A exemplo da Band FM, a Cultura também integra o grupo RCN de Comunicação. A programação dedica somente 1h20 ao jornalismo com produção local e mais uma hora da Voz do Brasil. O carro chefe da emissora é o *Casa Sertaneja*, apresentado das 8 às 12 horas.

Levar informação, educação, entretenimento, cultura, promover mobilização social e garantir a participação da comunidade, são as bandeiras da FM Cultura que se propõe a continuar norteando sua trajetória, acompanhando o progresso e desenvolvimento de Três Lagoas. Pelo site www.cultura106fm.com.br é possível acompanhar a programação *on-line*.

Rádio Pantanal FM 97,9 MHz (Comunitária)

Sob o nome fantasia Pantanal, a Associação Comunitária de Três Lagoas iniciou suas atividades radiofônicas em janeiro de 2002. As rádios comunitárias frequentemente enfrentam dificuldades, como a falta de recursos, de funcionários, e estrutura precária. A Pantanal FM, que é uma emissora comunitária, não foge à regra. Instalada no centro de Três Lagoas, há dez anos, possui um período de transmissão relativamente curto se comparado às rádios comerciais, devido à ausência de locutores. A programação ocorre apenas das 6 às 19 horas.

Os noticiários estão divididos ao longo do programa e a maioria mantém caráter de utilidade pública, isto é, busca de soluções para problemas da comunidade. Tal serviço é pouco explorado nas rádios que são conhecidas pelo público em geral. Outro fator diferenciado da Pantanal FM é a ausência de anúncios comerciais, como prevê a legislação da rádio comunitária no Brasil.

2.2 Emissoras de televisão em sinal aberto (Educativa e Privada)

Se o rádio demorou 30 anos para chegar a Três Lagoas após a primeira transmissão radiofônica no país, com a TV não seria diferente. Aliás, demorou um pouco mais. Quase 50 anos depois, em 1997, a cidade foi contemplada com o primeiro canal de televisão, a TV Concórdia, afiliada da TV Cultura. No Brasil, a TV Tupi foi ao ar em 1950.

O canal, apesar de ser local, usa mais de 90% da grade para retransmitir a programação em rede daTV Cultura, da Fundação Padre Anchieta¹². Com isso, apenas duas horas diárias, equivalentes a 8%, de conteúdos locais. Esse tempo é preenchido com o telejornalismo, exibido das 11às 12 horas e reprisado às 18 horas.

Há outras duas emissoras com participações ativas nos acontecimentos de Três Lagoas: TV Morena, afiliada da Rede Globo e TV Campo Grande, afiliada ao SBT. Porém, essas contam apenas com escritóriosna cidade e uma reduzida equipe de jornalismo. O material produzido é enviado para exibição em rede estadual.

Em comum, as três emissoras focam suas pautas nojornalismo regional. Demonstram preocupação constante em valorizar as coisas que acontecem na cidade, sejam como forma de denúncia, fatalidades do dia a dia, boas iniciativas, projetos culturais, prestação de serviço ou atos políticos ligados às ações da prefeitura ou Câmara de Vereadores.

2.3 Os sites de notícias

A migração de leitores de jornais para a mídia digital, que se intensificou nos países desenvolvidos nos últimos anos, é acompanhada com atenção pelas empresas jornalísticas. Tanto é que todos os jornais impressos de Três Lagoas migraram seus conteúdos para o meio virtual. Eles utilizam a nova plataforma midiática como uma extensão do impresso. Em algumas situações, matérias de relevância ganham chamadas na página da internet convidando o internauta a ler o conteúdo completo no dia seguinte pelo jornal impresso. Outras vezes, matérias já publicadas no impresso são reproduzidas pelos sites.

Além dos sites pertencentes aos próprios veículos impressos (*jptl.com.br*, *hojemais.com.br*, *acontece.com.br*, *correiodetreslagoas.com.br* e *jornaldiaadia.com.br*) há outros dois portais de notícias sem vínculos a grupos empresariais ou outra mídia: *minutoaminuto.com.br* e *eperfilnews.com.br*. Tem ainda o *siteradiocacula.com.br*, ligado à rádio Caçula AM.

As três emissoras de televisão e duas das sete emissoras de rádio iniciaram suas atividades em Três Lagoas a partir do início do auge industrial. Provavelmente se

¹²A Fundação Padre Anchieta - Centro Paulista de Rádio e TV Educativas, instituída pelo governo do Estado de São Paulo em 1967, é uma entidade de direito privado que goza de autonomia intelectual, política e administrativa. Por inspiração de seus fundadores, as emissoras de sinal aberto da Fundação Padre Anchieta não são nem entidades governamentais, nem comerciais. São emissoras públicas cujo principal objetivo é oferecer à sociedade brasileira uma informação de interesse público e promover o aprimoramento educativo e cultural de telespectadores e ouvintes, visando a transformação qualitativa da sociedade.

aproveitaram de considerada fatia do bolo publicitário dos potenciais anunciantes, levando em conta que os próprios anunciantes são estimulados pelo novo momento econômico da cidade.

2.4 Imprensa escrita

Segundo Mendonça (1963), o primeiro jornal local foi a *Gazeta do Comércio*, lançada a 4 de setembro de 1919 pelo poeta Elmano Soares. Porém, artigo citado de autoria do jornalista Noginel Pegado, reproduzido parcialmente no livro de Mendonça, aponta a *Gazeta de Três Lagoas* como o primeiro jornal do município e que circulou de 19 de dezembro de 1915 até 1920. O fato demonstra por si a potencialidade da imprensa local. Conforme Fernandes e Ferreira,

No território que compreendia o estado de Mato Grosso até 1977, Três Lagoas foi o sétimo município a ter jornal próprio. Lançado em Cuiabá, pelo então presidente da província, José Antônio Pimenta Bueno, em 14 de agosto de 1839, o semanário *Themis Mattogrossense* foi o primeiro jornal de Mato Grosso. Na sequência, conforme cronologia de Mendonça (1963), os primeiros jornais dos respectivos municípios foram os seguintes: Corumbá (*O Iniciador* –1877), Nioaque (*A Voz do Sul* –1894), Cáceres (*Progresso* –1894), Poconé (*Cidade de Poconé* –1912), Campo Grande (*O Estado de Mato Grosso* –1913), Bela Vista (*O Apa* –1914), Ponta Porã (*Ponta Porã* –1914), Três Lagoas (*Gazeta do Comércio* –1919). (FERNANDES; FERREIRA. 2013).

Nesses quase 100 anos de emancipação político-administrativa, Três Lagoas-MS registrou o maior desenvolvimento da imprensa do estado. Essa performance parece que acompanhou o potencial econômico que o município já começava a pronunciar no início do século XX. Dos primeiros jornais – todos estes já extintos, aos atuais que se mantêm em circulação, a cidade sempre teve sua história e desenvolvimento acompanhados de perto pela imprensa.

Prova disso é que um dos primeiros periódicos, *Gazeta do Comércio*, foi editado até meados dos anos 60. Do outro lado há o *Jornal do Povo*, o mais antigo em circulação, datado de 1949. Ou seja, pelas datas, ambos circularam simultaneamente na mesma época. As várias mudanças pela qual passou o país, sobre tudo o sistema de governo, tal qual o golpe de 64, o militarismo, a ditadura e outros não foram capazes de impedir a circulação da imprensa em Três Lagoas.

Os principais acontecimentos históricos do desenvolvimento econômico da cidade, como a Estrada de Ferro, a construção da Usina Hidrelétrica e agora o boom industrial contribuíram de uma maneira ou outra para que os jornais sobrevivessem.

Com exceção do *Jornal do Povo*, os demais veículos impressos que atuam hoje no município surgem a partir do denominado boom industrial citado nessa pesquisa, que acontece justamente a partir de da instalação da fábrica de biscoitos Mabel em 1997. Juntos, os jornais empregam hoje 15 jornalistas. Destaque para *Jornal do Povo* e *Hoje Mais* que juntos empregam 2/3 dos profissionais.

Tabela 10: Jornais de Três Lagoas em circulação

JORNAL	FUNDAÇÃO	PERIODICIDADE	EXEMPLARES	JORNALISTA
Jornal do Povo	1949	Diário	3 mil	5
Dia a Dia	1997	Semanário	3 mil	1
Correio de Três Lagoas	2003	Semanário	2mil	1
Hoje Mais	2005	Trisemanário	2 mil	4
Acontece	2011	Semanário	2 mil	1

Fonte: elaborado pelo próprio autor

Na tabela acima é possível verificar que em Três Lagoas há dias que a cidade conta com pelos menos 12 mil exemplares em circulação. Levando em conta que um jornal é lido ao menos por quatro pessoas. Esse total de jornais atinge em média 48 mil leitores, quase que 50% o número de habitantes.

Atualmente, são cinco periódicos impressos em circulação na cidade: um diário (*Jornal do Povo*) umtrisemanário (*Hoje MAIS*), e três semanários (*Acontece*, *Correio de Três Lagoas e Dia a Dia*). Em contato com os proprietários dos respectivos periódicos foi aplicado um questionário com 40 perguntas e distribuídas em seis tópicos: Empresarial, Gráfica, Editorial, Redação, Circulação e Comercial.

Mas antes de apresentar individualmente as estruturas de cada jornal, destacamos o extinto *O Barrageiro*, veículo que teve a maior tiragem e era voltado, a princípio, a operários e funcionários que atuavam na construção da usina Jupia.

2.4.1 O Barrageiro

De todos os jornais que já circularam em Três Lagoas, nenhum se compara ao *O Barrageiro* - ao menos em termos de tiragem. O periódico que nasceu com o nome de

S.E.U(Sociedade Esportiva Urubupungá),em 1960, era quinzenal e tiragem de dois mil exemplares. No auge, circulou com oito mil exemplares por edição. Era dirigido aos moradores da Vila Piloto. Com o formato tabloide, media 0,32cm x 0,22cm, e possuía oito páginas em média.

De acordo com projeto de pesquisa do Núcleo de Documentação Histórica “Honório de Souza Carneiro”, da UFMS, campus de Três Lagoas, o jornal S.E.U, principal conjunto documental do grupo Barrageiros, foi o primeiro jornal criado como instrumento informativo dos trabalhadores de Jupiá. O veículo era administrado pela sociedade esportiva, editado pelo setor de estudos e pesquisas da administração da Vila Piloto e impresso na gráfica Vitória em Andradina-SP.

OS.E.U existiu até no final de 1966, com o mesmo padrão jornalístico de entretenimento, ou seja, notícias escolares, esportivas, festas, anúncios referentes às obras de Jupiá e o crescimento da Vila Piloto. Já em 1967, passa a se chamar *O Barrageiro*, em referência à categoria operária da construção da barragem da Usina Hidrelétrica de Jupiá.

Com as obras da hidrelétrica a todo vapor,*O Barrageiro*, em meados de 1967, passa a quatro mil exemplares. No final de 1967 chega a cinco mil distribuídos aos moradores da Vila Piloto e parte da população de Três Lagoas.Em 1968, chegaa seis mil exemplares. No ano seguinte, é transferido para o núcleo urbano de Ilha Solteira, uma das primeiras cidades planejadas do Brasil, fundada em 1968 para abrigar os trabalhadores da Usina Hidrelétrica de Três Irmãos em São Paulo.

As notícias apresentadas pelo jornal apenas retratavam o cotidiano dos operários, festas e entretenimentos como a “Festa do bom Jesus em Três Lagoas” (*O Barrageiro*, 20/06/1968), mas não relatavam, por exemplo, os acidentes de trabalho, que eram muito frequentes durante a construção das usinas, bem como os descontentamentos dos trabalhadores, reivindicações, entre outros tipos de conflitos sociais.

Mas bem antes de surgir *O Barrageiro*, Três Lagoas teve ainda, outros jornais. Somente entre 1915 e 1949 surgiram 28 periódicos, todos já extintos, demonstrando uma certa instabilidade da imprensa da época, uma vez que a maioria defendia sem pudor suas bandeiras partidárias. O único que resistiu ao tempo e ao próprio partido foi o *Jornal do Povo*,lançado em 1949por um grupo de filiados ao Partido Social Democrático (PSD). Nasceusoborientação do senador Filinto Muller, como citou um dos cofundadores Marcolino Carlos de Souza, o Totó, em artigo publicado na edição comemorativa pelos 25 anos de fundação do *Jornal do Povo*.

2.4.2 *Jornal do Povo*

“O *Jornal do Povo* é um jornal que nasceu em Três Lagoas inspirado pela vontade do senador Filinto Muller. O meu pai Stênio Congro, que havia ocupado o cargo de Promotor de Justiça, nessa época se encontrava licenciado, recebeu a incumbência como secretário do partido (PSD) para administrar o jornal e assumiu, como sempre, um compromisso muito sério para ele próprio em honrar a palavra dada de que o *Jornal do Povo*, efetivamente, sob sua responsabilidade, haveria de circular” (CONGRO NETO¹³).

O relato do atual diretor do *Jornal do Povo* contextualiza os primeiros passos daquele que se tornaria o veículo de comunicação mais antigo em circulação de Três Lagoas e o segundo mais antigo do estado de Mato Grosso do Sul. Na mesma época, Filinto Muller havia orientado ao grupo do PSD que fundasse outros dois jornais, um em Cuiabá (MT) e outro em Campo Grande (MS), para dar base e sustentação à ideologia do Partido.

Estrutura Empresarial – O *Jornal do Povo*, que possui sede própria, emprega 22 funcionários, distribuídos entre os mais variados setores da empresa, tais como jornalistas, entregadores, telefonistas, Departamento de Recursos Humanos, Departamento de Vendas e Direção. De acordo com o diretor Rosário Congro Neto, o salário médio dos funcionários é de R\$ 1.500,00. A receita bruta mensal chega a R\$ 120 mil e a despesa bruta é de pelo menos R\$ 110 mil. Isso resulta em um lucro líquido de R\$ 10 mil por mês, o que garante ao jornal uma auto-sobrevivência. O jornal integra o grupo empresarial RCN de Comunicação. A sigla é alusiva às iniciais do nome do diretor proprietário Rosário Congro Neto. O grupo é composto também pela TV Concórdia, uma retransmissora da TV Cultura e que mantém um telejornalismo local e três emissoras de rádio FM (Band e Cultura, em Três Lagoas, e uma outra Cultura FM em Brasilândia).

Estrutura Gráfica – Embora seja o veículo mais antigo em circulação no município e com circulação diária e colorida, o *Jornal do Povo* não possui gráfica própria. O parque gráfico da empresa foi desativado há 15 anos, quando o diretor proprietário decidiu pela terceirização do serviço em 1998. Ele explicou o motivo.

Primeiro: eu precisava ter uma máquina rotativa. Na época não comportava o investimento de uma máquina rotativa para o tamanho da nossa cidade. Eu não tinha interesse de explorar o serviço gráfico. Então eu tinha uma dificuldade de impressor, mecânico, uma série de fatores. Daí pra você fazer o jornal ser impresso. Então resolvi terceirizar. Estabeleci um valor e hoje onde eu imprimo o jornal, eu imprimo um jornal com qualidade, mando o jornal pela internet por volta das 20h ou 21h e quando é 4h da manhã o jornal já está em Três Lagoas. Então, o dia que o jornal tiver uma tiragem de dez mil exemplares, aí a gente vai ter que ter máquina, sete mil exemplares vai ter que ter máquina. Certamente meus filhos vão comprar máquina moderna.

¹³As informações inseridas neste artigo prestadas pelo atual diretor-presidente do grupo RCN foram concedidas em entrevista realizada em 20/04/2013.

Desde então, o jornal é impresso na cidade de Araçatuba-SP, distante cerca de 150 km de Três Lagoas. O diretor não soube precisar o gasto mensal com as impressões no serviço terceirizado.

Estrutura Editorial—Em formato *standard*, circula normalmente com 12 páginas. Em edições especiais, como aniversário da cidade, Natal e ou outra data comemorativa, esse número dobra. São ao menos 12 editorias divididas nas seguintes categorias: Cidades, Cultura, Economia, Esporte, Estadual, Geral, Opinião, Política, Polícia, Saúde, Região e Variedades.

Estrutura de Redação – São cinco os jornalistas atuantes na redação e todos eles formados em Comunicação com habilitação em Jornalismo. Essa é uma das exigências da empresa na hora da contratação. Porém, estudantes também conseguem vagas de estágio e a maioria é efetivada após serem diplomados. A média salarial dos jornalistas acompanha a média geral da empresa: R\$ 1.500,00. Além dos cinco jornalistas contratados, há ainda oito colaboradores não remunerados que semanalmente escrevem artigos variados.

Estrutura de Circulação – São três mil exemplares por edição. Desse montante, dois mil são destinados aos assinantes e pelo menos 800 são vendidos em bancas. O restante é distribuído como cortesias e arquivado. Segundo o diretor/proprietário, o jornal abrange dez cidades da região e circula de terça a sábado.

Estrutura Comercial – Cada exemplar custa nas bancas R\$ 1,50. Na maioria das vezes as edições acabam esgotando. A cada edição há pelos menos 100 anunciantes, entre classificados, empresas e profissionais liberais. O custo de cada centímetro por coluna não foi divulgado. Pelo menos 75% do faturamento da empresa vem de empresas privadas. Os órgãos públicos, como governos Municipal, Estadual e Federal, representam 20% do faturamento mensal da empresa, enquanto que 5% são provenientes dos classificados de pessoas físicas.

Histórico – A história do jornal inicia em 1949 sob orientação do então senador Filinto Muller que desejava um veículo para servir de porta voz ao partido PSD. De acordo com uma publicação comemorativa do *Jornal do Povode* julho de 1980, a lista dos sócios fundadores do jornal era composta por Philadelphio Garcia, Albino Pereira da Rosa, Carlos Vandoni de Barros, Marcolino Carlos de Souza, Venina de Queiroz Neves, Elvio Mário Mancini, Eurydice Chagas Cruz, Evaristo Mariano Rodrigues e José Carlos de Souza, o Bitão.

Esta mesma edição(*JORNAL DO POVO* 11/07/1980), comemorativa dos 31 anos do jornal, assinala ainda que a empresa jornalística foi registrada na Secção Comercial em 1949.¹⁴

Ressalta Congro Neto que desde o início seu pai sempre arcou com as despesas do periódico. Nem mesmo Filinto Muller, o inspirador da proposta, era acionista do jornal. Ainda assim, após a morte do senador, a partir de 20 de junho de 1971 o Jornal passou a publicar em suas capas o nome de Filinto Muller como fundador. “Uma homenagem” resume.

Um dos primeiros diretores gráficos do *Jornal do Povo* foi Lélío de Almeida. Ele começou a trabalhar na empresa em 1951, quando tinha ainda 22 anos. Em 1953 assumiu a direção do parque gráfico, onde permaneceu Rosário Congro Neto¹⁵ por dez anos. Em edição comemorativa de 25 de agosto de 1971 são apresentados outros funcionários que atuavam na empresa na década de 60, como Natalino Potumati que teria sido montador e primeiro gerente. Na direção estava o capitão Oscar Ferreira Botelho e Acylino da Costa (este último, diretor responsável e que foi sucedido pelo professor Manoel Barcelos); como redatores, Manoel Garcia de Souza, Elviro Mancini. O juiz Carlos Garcia de Queiroz foi um dos colaboradores. Waldomiro Pimenta Queiroz, João Leocádio e José Rodriguez (impressor) também fizeram parte da equipe.

Durante o período em que assumiu a gerência comercial da empresa, Lélío Almeida¹⁶ teve como aprendiz Waldemar Cunha. Em 1963, Stênio Congro assume a direção geral do periódico.

Entre a década de 60 e 70 o jornal ainda era impresso pelo sistema tipográfico¹⁷. As mudanças sempre ocorreram de forma lenta. Demoraram pelo menos outros dez anos até que o *Jornal do Povo* investisse em maquinários mais modernos para a época, uma linotipo e sem

¹⁴ Conforme o *Jornal do Povo* (11/07/1980), o registro da empresa é datado de 14 de julho de 1949 sob o nº 105, folhas 28 e 29 do livro nº 5 da Secção Comercial, anexada à Coletoria Estadual de Três Lagoas.

¹⁵ As informações inseridas neste artigo prestadas pelo atual diretor-presidente do grupo RCN foram concedidas em entrevista realizada em 20/04/2013.

¹⁶ Após sua saída do jornal em 1963, Lélío Almeida “ergueu um quasi (sic) império no mundo gráfico da Região que abarca desde Araçatuba até Campo Grande, onde possui (sic) alguns poucos competidores. Suas atividades se estendem (sic) até a Ilha Solteira, pois, domina, em grande parte, os setores das maiores Empresas construtoras, antes, das obras de Jupiá e agora, daquela Ilha”. (*JORNAL DO POVO*, 25/08/1971). Esse “quase império” era a Lélío Gráfica, para a qual logo foi adquirida mais uma impressora Catu e em 1964 duas automáticas, financiadas pelo Banco do Brasil. Em 1971, a gráfica dispunha de quatro máquinas de porte, fora outras de menor porte. Havia adquirido a gráfica Vitória, de Andradina, e no início dos anos 70 havia construído sua sede própria em Três Lagoas, um prédio com 420 metros quadrados e próximo ao antigo Mercado Municipal, na rua João Carrato esquina com a avenida Olinto Mancini. No início dos anos 70 a gráfica empregava mais de 120 funcionários.

¹⁷ Impressão tipográfica - Os tipos, feitos de chumbo, eram dispostos, um a um, em um componedor, instrumento utilizado para formar as linhas, que depois eram transferidas para um suporte plano de metal, chamado bolandeira. Desse modo, era formada uma matriz, também conhecida como chapa. Esse material, então, era entintado e cada folha era impressa individualmente na prensa.

seguida a primeira Offset. Para o atual diretor, foi um período de muitas dificuldades e ao mesmo tempo de grandes transformações. A linotipo traria mais agilidade.

A maior dificuldade era quando precisavam usar fotografias no jornal, apesar de que poucas vezes se publicavam matérias com fotos. Nesse período o texto era bem mais explorado do que a imagem. Quando fosse o caso, por falta de uma clicheria, tinham que recorrer a um jornal de Andradina, o *Jornal da Região*, interior de São Paulo, distante a 50 km de Três Lagoas. “Enviávamos pra ele (*Isael Rodrigues Fernandes/dono do jornal*) o serviço de clicheria e ele nos devolvia ou de trem ou de ônibus”, conta.

As dificuldades em editar um jornal no interior obrigou a direção a interromper as atividades. No final de 1970, o *Jornal do Povo* deixou de circular e só retornaria seis meses depois. Foi no dia 15 de junho de 1971, quando Três Lagoas comemorava 56 anos de emancipação político-administrativo, que o *Jornal do Povo* ressurgiu como trissemanário e um novo slogan “Trissemanário de Grande Penetração em todo o Estado de Mato Grosso” incluindo uma nova cor: o vermelho. As edições eram distribuídas às terças, quintas e domingos. No expeditente constava a impressão de 3 mil exemplares e com “grande penetração em todo o Estado de Mato Grosso”. O parque gráfico funcionava na avenida Eloy Chaves esquina com a rua 2 de Julho. O preço do exemplar avulso era Cr\$ 0,30 e a assinatura Cr\$ 50,00.

Os destaques da capa, no retorno da circulação, eram apenas duas fotos, uma do governador José Fragelli e outra do senador Filinto Muller, além das chamadas da matéria sobre o novo corregedor do Ministério Público Estadual, Moacyr Perry, e sobre o industrial Miguel Tabox.

Nessa mesma edição, uma mensagem de felicitações pelo retorno do periódico relembra que o *Jornal do Povo* surgiu para cobrir uma carência de informação que havia devido à falta de jornal local.

O JORNAL DO POVO iniciou suas atividades há 25 anos, com o nobre objetivo de preencher uma grande lacuna, representada pela falta de imprensa em nossa cidade e região. A incúria ou a incapacidade de muitos tinham feito calar para sempre a imprensa treslagoense, com o desaparecimento da "Gazeta do Comércio", naquela época um dos melhores jornais do interior, tanto na sua parte técnica como na parte redatorial. Era preciso que alguém se levantasse. E levantamos nós com a coragem e com o idealismo e conseguimos fazer ainda a mão, hoje, transformado para trissemanário e dentro de mais um pouco em o primeiro diário de nossa Região. Cremos ser essa a primeira aventura na história da imprensa treslagoense e brasileira. Iremos fazer nós, com as mãos dos nossos abnegados tipógrafos. (JORNAL DO POVO, 15/06/1971)

Das 20 páginas da edição, 12 eram de publicidade, cinco delas com anunciantes de página inteira (Sesi, empresário Miguel Tabox, Posto Cinquentenário, Cooperativa Agropecuária Mista do Vale Paranaíba e Câmara de Vereadores). Cinco páginas apresentavam as obras e ações do então prefeito João Dantas Filgueiras. Notas sociais sobre baile com Agnaldo Rayol e show com Roberto Carlos marcavam a programação de aniversário do município que contava agora com 70 mil habitantes, contra os 32 mil registrados na década de 60.

Em artigo assinado, Aldo de Queiroz dá as boas-vindas ao retorno do jornal e critica jornais da época chamando-os de unicéfalos (Que difunde a ideia de um só indivíduo). Porém, argumenta sobre as dificuldades da pequena imprensa e justifica que “a subsistência de um jornal no interior, sem proteção de partido político, tornou-se muito mais difícil”.

Uma semana depois em nova edição é apresentado o recém-contratado redator-chefe e responsável pela área comercial, Fausto Pepe, “homem leal e franco; avançado na idade, mas, sempre jovem nas suas atitudes”.¹⁸ Mesmo retornando, após seis meses fora de circulação, as dificuldades e dependência financeira eram sempre expostas nos textos jornalísticos.

Muitos nos deveriam ter ajudado, na parte material e de colaboração, mas não o fizeram, outros nos ajudaram, em certa época materialmente com uma contribuição mensal como Eucário Freire, José Carlos de Souza e João Azambuja. Mais tarde, recebemos uma ajuda mensal do Governo Pedrossian, pelos seus órgãos superiores que nos tributavam Cr\$ 300,00 mensais e após, Cr\$ 500,00 que era(sic) entregues, religiosamente, nas mãos de Waldemar Cunha, o popular Serrinha e após durante poucos meses, até dezembro pp. aos dois rapazes responsáveis, na edição semanal, pagando-se, daí, ainda, os alugueres mensais. (*JORNAL DO POVO*, 20/06/1971).

A dependência política e financeira era uma gritante contradição àquilo que o próprio jornal destacava no alto da capa como “Órgão Independente e Noticioso”. Apesar de não mencionar nomes de opositores ou adversários, seja políticos ou de concorrentes, as edições tinham fortes características de um jornal oficial.

Nesse mesmo ano, no dia 25 de agosto, o jornal circula com edição especial comemorando a milésima edição. Os destaques na capa foram o senador Filinto Muller e o duque de Caxias, que comemora o Dia do Soldado. Mensagens do deputado Batista Ramos (presidente da Arena), do governador José Fragelli e do chefe da Casa Civil do Estado, João Arinos, completam a capa.

¹⁸ Conforme o *Jornal do Povo* (20/06/1971), Fausto Pepe já havia atuado como revisor da Imprensa Oficial do Estado; em 1928 atuou em Três Lagoas, na *Gazeta do Comércio*; entre 1929 e 1931, no jornal *A Ordem*, editado em Paranaíba, sob a administração do coronel Gustavo Rodrigues; também atuou nos jornais *O Arquivo e Correio do Sul*, este um semanário dirigido pelo coronel Antero Paes de Barros; e antes de retornar a Três Lagoas, estava no diário carioca *A Noite*.

O constante apoio que o jornal dava ao militarismo tinha uma explicação. Rosário Congro Neto relata que seu pai, quando jovem, teve formação militar na Escola Preparatória de Cadetes, em Porto Alegre. “Isso teve uma influência muito grande na vida dele”.

Stênio Congro trazia como herança familiar um forte lastro político. Seu pai, Rosário Congro, era filho de imigrantes italianos, nasceu na capital paulista em 1884, e passou a infância e adolescência em Sorocaba. Chegou a Corumbá (MS) em 1907, como caixeiro viajante. Casou-se com Judith Varejão, em Laguna (SC).¹⁹ Após retorno a Corumbá, iniciou sua carreira política como vereador em 1914. Foi deputado estadual por três legislaturas e intendente nomeado de Campo Grande de 09/1918 a 09/1919.

Mudou-se para Três Lagoas em 1921, onde inicialmente trabalhou como inspetor da Feira de Gado. Mais tarde, tornou-se advogado. Em 10 de julho de 1941, foi nomeado prefeito de Três Lagoas. Em outubro de 1945, com o fim do Estado Novo, Rosário Congro foi afastado da prefeitura e substituído por Júlio Mário Abbot de Castro Pinto. Em seguida retornou ao cargo, eleito pelo povo, mas logo o transferiu a Marcolino Carlos de Sousa, que governou de 1947 a 1951.

Foi literato²⁰ e o primeiro historiador²¹ de Campo Grande. Entre outros cargos públicos, foi ministro do Tribunal de Contas e presidiu o Tribunal de Contas de Mato Grosso. Faleceu em Três Lagoas, em 11 de outubro de 1963, aos 79 anos. Segundo Pereira (1919, p. 5), “Rosário Congro não acumulou bens materiais. Nos derradeiros anos de sua vida lhe faltou a visão física, o que limitou sua produção literária.”

Assim como o pai, Stênio teve uma trajetória política expressiva em Três Lagoas. Foi prefeito, vereador e deputado. Rosário também militou politicamente. Formado em direito, foi vereador por Três Lagoas e deputado constituinte.

Em 15 de novembro de 1971 um novo projeto gráfico com cores verdes nos tipos da capa. A partir de janeiro de 1972 o expediente assinala que o jornal foi fundado em 1946 e está registrado em cartório de títulos e documentos sob o número 54 às folhas 101 do livro A/1. Em maio, o jornal deixa de ser trissemanário e passa a circular as quartas e domingos e meses depois, passou a ser de quarta e sábados.

¹⁹O casal teve seis filhos: Jurema, Flávio, Eduardo, Judith, Stênio e Hélio.

²⁰Escreveu obras literárias em prosa e verso: Inaiá (1940), Torre de Marfim (1948), Sombras do Ocaso (1953), Antes de Raposo Tavares (1954), Colunas Partidas (1955), Outras Ruínas (1957), Últimos Caminhos (1963); e, como obras póstumas: Poesias - Coletânea (1984) e Prosa Coletânea (1984). Foi membro da Academia Mato-grossense de Letras e da Associação de Imprensa Mato-grossense, além de patrono da cadeira de número 16 da Academia Sul-mato-grossense de Letras. Segundo Eurípedes Barsanulfo Pereira (1919, p. 5), seu biógrafo, “pelo denodo com que fez jornalismo, fez-se um autor disputado pela sensibilidade de seus artigos”.

²¹Em 1919, publicou o primeiro relato histórico de Campo Grande, tornando-se o primeiro historiador do município. Posteriormente, foi membro efetivo do Instituto Histórico e Geográfico de Mato Grosso.

Na final da década de 70, a gráfica foi novamente equipada com uma linotipo, marca Alvisburg, de 1913. Uma impressora alemã que contava ainda com bancada de tipos, guilhotina e outros equipamentos. Em 1991 foi adquirida uma máquina Off Sett rotativa. Diz Congro Neto que essa foi a primeira máquina offsett de Três Lagoas. Como também se orgulha em dizer que o *Jornal do Povo* foi o primeiro informatizado do Mato Grosso do Sul.

A nova fase do *Jornal do Povo* se inicia em 1991 quando Rosário Congro Neto assume a direção. Stênio ainda permanece na empresa, mas com deveres mais limitados. Coube ao filho montar uma nova equipe.

“Meu pai veio e me disse assim, ‘meu filho até aqui eu encaminhei o *Jornal do Povo* e se você quiser você dá continuidade’ e eu resolvi dar continuidade a esse trabalho dele. Uma luta muito difícil de muita incompreensão. Porque as pessoas pensam que o jornal tem que tampar o sol com a peneira, esconder os fatos. O jornal não existe para incomodar, o jornalismo é um sacerdócio. O jornalismo tem que ser exercitado com extrema responsabilidade e dedicação”(CONGRO NETO).

O primeiro jornalista profissional veio de Campo Grande, Messias Queiroz. Era correspondente do *Correio do Estado* em Três Lagoas e segundo relata Congro Neto, o jornalista usava toda estrutura da redação do *Jornal do Povo* onde passou a atuar como editor-chefe e ao mesmo tempo escrevia ao *Correio*. Queiroz exerceu a função por sete anos. Completava a equipe uma diagramadora e um repórter de rua. Em 1998 o jornal passou por mais uma mudança de projeto gráfico, ganhando cores na capa e contracapa.

Uma das últimas mudanças do jornal ocorreu quase dez anos depois. Em novembro de 2007 tornou-se o primeiro jornal diário de Três Lagoas. Em pouco tempo, as páginas também ganham novo projeto gráfico, visando acompanhar as tendências do mercado. Em julho de 2012 uma publicação especial comemora 5 mil edições. Com publicação do editorial na capa, sob o título “Edição 5.000 do *Jornal do Povo*”, assim como na milésima edição, mais uma vez se repete as queixas de se editar jornal no interior.

Editar jornal no interior do Brasil, distante dos grandes centros, constitui uma missão de superação, pois os esforços físico, emocional e financeiro não podem e nem devem, nunca, vergarem-se a quaisquer desvios de conduta e nem se renderem à subserviência que corrói e compromete a credibilidade. (JORNAL DO POVO 31/07/2012)

A partir de 2012, o jornal passou a circular com caderno específico destinado às matérias de Selvíria, Brasilândia, Cassilândia, Paranaíba e Aparecida do Taboado, cidades onde passou a ser distribuído diariamente desde 2012.

O acervo com suas edições preserva exemplares de 41 anos de notícias sobre o

município, a região e o Estado. Apesar de o jornal ser de 1949, o acervo só registra exemplares de 1971 à presente data. O arquivo de pelo menos 22 anos de história, de 1949 a 1971, foi perdido. “Os jornais foram corroídos por traças e pela ação do tempo”, lamenta o diretor do jornal.

2.4.3 *Jornal Dia a Dia*

Datado de abril de 1997, esse é o primeiro jornal que surge em Três Lagoas na fase inicial da industrialização no município. Suas primeiras edições foram impressas em Brasilândia, onde residia o diretor proprietário Raimundo Pereira dos Santos, popular Ray Santos. Cinco anos depois a sede do jornal para Três Lagoas. Formado em Letras e funcionário público federal aposentado, ele sempre militou na área jornalística, antes mesmo de inaugurar o *Dia a Dia*. Em Três Lagoas, atuou como radialista desde 1970 nas emissoras AM: Rádio Caçula e Rádio Difusora. Também teve passagem por jornais impressos, como *Jornal do Povo*, *jornal O Tempo* e *O Momento*.

Estrutura Empresarial – O *Dia-a-Dia* não possui sede própria e funciona na casa do proprietário. Não há funcionários contratados, apenas Ray Santos e seu filho atuam no jornal. Ele não informou o montante bruto que o jornal recebe no mês, mas revelou que as despesas giram em torno de R\$ 1.500,00 e nem sempre são pagas com as próprias receitas.

Estrutura Gráfica – Para atender exigência dos clientes anunciantes, o *Dia a Dia* já nasceu parcialmente colorido. Por questões de custos, a impressão a cores é mista, somente a capa e a contracapa são coloridas e as páginas internas são impressas na versão preto e branco. O veículo também não possui parque gráfico e as impressões são todas terceirizadas, ora em Brasilândia-MS, ora em Araçatuba-SP.

Estrutura Editorial – O jornal tem formato *standard* e circula com oito páginas e um único caderno. As editorias não são fixas e se mesclam entre Geral, Política e Polícia.

Estrutura de Redação – Empresa de estrutura familiar não conta com funcionários. Trabalham apenas ele e o filho na elaboração de matérias, venda de publicidades, edição e distribuição do jornal. Porém, conta com pelo menos dez colaboradores que escrevem para o jornal de forma espontânea e sem remuneração.

Estrutura de Circulação – A tiragem média é de três mil exemplares, todos distribuídos aleatoriamente pelas ruas das cidades de Três Lagoas, Brasilândia-MS, Castilho-SP e Andradina-SP. A circulação ocorre sempre aos sábados.

Estrutura Comercial – Apesar de ser distribuído gratuitamente, o exemplar custa nas bancas R\$ 1,00. Para não ter a responsabilidade de imprimir regularmente o jornal todas as

semanas, o proprietário optou por não criar vínculo com assinantes, já que nem sempre dispõe de recursos para custear a impressão. Segundo ele, normalmente 50% da receita vem de órgãos governamentais e os outros 50% de empresas privadas. Conta com apenas dois anunciantes fixos, os demais são variáveis. Para o diretor do jornal *DiaaDia* o ‘boom industrial’ de Três Lagoas representou um crescimento populacional, gerou muitos empregos, mas não trouxe reflexos positivos para o seu veículo de comunicação. “Esse crescimento econômico é relativo. Não foi aquilo que a gente esperava. Para o jornal mesmo não mudou quase em nada”, finalizou.

2.4.4 *Jornal Hoje MS*

“91 ofertas de imóveis, 60 ofertas de veículos, 14 ofertas de empregos e ofertas em eletrônicos”. (TÁ NA MÃO 30/10/1999).

Foi com essa manchete que teve início o classificado “Tá na mão!” um jornal só de negócios, com classificados grátis e anúncios, uma publicação de oito páginas em preto e azul, no formato tablóide. Anos depois, esse veículo seria transformado no atual *HojeMais*, jornal impresso que mudou totalmente suas características.

Estrutura Empresarial – O potencial econômico da atual Três Lagoas possibilitou que o empresário Wesley Mendonça pudesse expandir seus negócios. O *Jornal Hoje Mais* integra o grupo empresarial *Agitta de Comunicação*²², que conta com 44 funcionários e a média salarial de dois salários mínimos, segundo ele.

Estrutura Gráfica – Com parque gráfico próprio, o jornal circula tres vezes por semana e totalmente colorido. Apesar do jornal se manter exclusivamente de sua receita, não foram informados os valores brutos e nem as despesas mensais com impressão.

Estrutura Editorial – Em formato Beliner, circula normalmente com 16 páginas. Suas editorias se dividem em dez categorias: Opinião, Política, Polícia, Geral, Esporte, Classificados, Passatempo, Cultural, Social e Variedades. Sempre nessa mesma ordem.

Estrutura de Redação – Dentro da redação Jornalística há quatro profissionais atuantes, sendo um deles formado e os outros três em formação. Além dos quatro jornalistas remunerados, a empresa conta com apoio de outros dois colaboradores não remunerados que escrevem ocasionalmente e sem vínculo empregatício. A remuneração salarial paga aos

²²**Agitta de Comunicação** – A empresa é composta, além do jornal, pelo site homônimo, uma revista bimestral *Rara Gente*, revista *MENSAL Rara Noivas e Festas*, rede de Outdoor, e um amplo parque gráfico para serviços próprios e de terceiros.

jornalistas dessa empresa é de R\$ 1.070,00 para uma carga horária de 5 horas ao dia. Com hora extra o salário chega a R\$ 1.300,00, conforme informou o dono do veículo.

Estrutura de Circulação – Dos dois mil exemplares impressos por edição, cerca de 980 são destinados aos assinantes. Outros 500 exemplares são vendidos de forma avulsa em bancas e padarias ao valor de R\$ 1,00. Outros 600 exemplares são distribuídos gratuitamente como cortesia. A circulação do periódico é restrita a quatro cidades do estado: Três Lagoas, Campo Grande, Água Clara e Brasilândia.

Estrutura Comercial – Nas bancas o jornal custa R\$ 1,00 o exemplar. Os valores dos espaços publicitários não foram divulgados, tal como o faturamento bruto da empresa jornalística. Porém, da receita publicitária, Mendonça acredita que entre 35% e 40% são provenientes de órgãos públicos e a outra parte da iniciativa privada, já que de pessoas físicas (Editais de Proclamas e Classificados) o montante arrecadado ao mês não chega a 1%. Para o empresário, a industrialização de Três Lagoas tem sido um marco na comunicação e formação de novos profissionais da área, possibilitando novas frentes de serviços, como o caso das assessorias de imprensa.

“Hoje as empresas tem conceito formado sobre a importância da assessoria de imprensa. A prefeitura e a Câmara de Vereadores reestruturaram suas comunicações, qualificaram a mão de obra. O curso de Comunicação que tem na faculdade local também contribuiu com a formação de novos profissionais. Vejo que o ‘boom’ industrial refletiu não só nas empresas de comunicação, como em todos os demais segmentos”.

Histórico – Wesley Mendonça foi sócio com o pai Eloy Mendonça na cidade de Mirandópolis-SP, onde tinham seis jornais em sistema de franquias pelas cidades vizinhas àquela região. Ao romper a sociedade com o pai, Wesley resolveu investir em projeto próprio e optou pelo setor gráfico devido a facilidade que o governo oferecia na época para aquisição de maquinários.

Em 1992 a Internet ainda era pouco difundida e o Brasil estava passando por um momento de mudança. O governo da época, Fernando Collor de Melo, facilitou a liberação de financiamentos para importação de máquinas offset e aos poucos foi facilitando também a informática e o processo gráfico.

Quando a cidade dava seus primeiros passos rumo ao chamado *boom* industrial, Wesley se mudou para Três Lagoas em 1997. Mas garante que, na época, não pensava em ter jornal. Montou a gráfica e mantinha muitos clientes localizados no estado de São Paulo.

Em 1998 imprimia jornais de terceiros, como o *Independente*, o *Dia a Dia* e o jornal de classificados *Tá Na Mão*. O dono desse jornal de classificados contraiu grande dívida em impressões e por não conseguir quitá-la passou o *Ta Na Mão* para o dono da gráfica.

Wesley assumiu o jornal e o transformou em um semanário colorido, ainda no formato tablóide, com outro nome, o “Acha Fácil Notícia e Negócio”. O novo projeto já incluía matérias em suas páginas, eram antes, notas curtas sobre entretenimento, diversão e cultura.

Em 2003, o jornal assume o nome de “Notícia e Negócio”, colocando as matérias em pé de igualdade com os classificados e passando pela primeira vez a utilizar o formato *standard*. Modelo este que se manteve por algum tempo sem alteração.

Mas a região estava em claro processo de crescimento. Os grandes negócios tornavam-se notícia e essas – as notícias – passaram a ser mais relevantes dentro da publicação. Em junho de 2005 transforma o *Notícia e Negócio* no jornal “*Hoje – Mato Grosso do Sul*”. A manchete principal destacava obras que seriam realizadas em Três Lagoas, “Anunciados R\$ 20 milhões em obras para o município”.

No dia 03 de março de 2007, o jornal mais uma vez passa por novas alterações. Agora é denominado *HojeMS* e ingressa na linguagem digital, virtual e *flex*, trazendo ao Estado uma tendência que é mundial. Em abril de 2009 o jornal chega às bancas com novo visual, mais moderno, ágil e com maior interação com o site. Nesse mês, passou a ser diário também e com circulação no bolsão sul-mato-grossense.

Em março de 2013, uma nova mudança gráfica e editorial. Voltou a circular às terças, quintas e sábados e em formato Beliner²³, com 16 páginas. O nome também mudou. Deixou de ser *Hoje MS* para se tornar o *Hoje Mais*. Essa mudança tem uma explicação objetiva, diz o proprietário do veículo. “O jornal abriu o sistema de franquias e com a nomenclatura *Hoje Mais* vou poder comercializá-lo em qualquer lugar do Brasil. Já o nome *HojeMS* limitava ao estado do Mato Grosso do Sul”. Além do jornal, o sistema de franquia também foi estendido ao site portal de notícias homônimo ao jornal. Três cidades já se interessaram e exploram hoje a franquia do site *Hoje Mais*, duas delas no estado de São Paulo, cidades de Andradina e Pereira Barreto. A outra é em Água Clara-MS. “Quem adquire a franquia do site, tem direito de explorar a do jornal impresso, desde que mantidos todos os padrões”, ressalta Mendonça.

²³BELINER: berlinense ou tabloide europeu é ligeiramente maior do que o formato tabloide surgido na Inglaterra. É o tamanho usado pelo jornal francês *Le Monde*, pelo italiano *La Repubblica*, e, desde 2005, pelo inglês *The Guardian*.

2.1.5 *Jornal Correio de Três Lagoas*

O *Correio de Três Lagoas* foi fundado em 2003 pelo jornalista Luiz Correia daSilveira Filho. A primeira edição é datada do dia 12 de julho de 2003. De acordo com o diretor do jornal, o periódico surge a partir de uma sugestão do ex-suplente de senador Antônio João Hugo Rodrigues, diretor proprietário do jornal *Correio do Estado*, de quem havia se tornado amigo na década de 80.

Estrutura Empresarial – O *Correio de Três Lagoas*, a exemplo do *Dia-a-Dia*, não possui sede própria. A redação do jornal ocupa um dos cômodos da residência do diretor/proprietário Luiz Correia. Além do diretor, o jornal tem apenas um funcionário (diagramador) que trabalha ocasionalmente nos dias de fechamento das edições.

Estrutura Gráfica – As impressões são terceirizadas. Para o diretor do veículo, é inviável manter uma gráfica para imprimir o jornal a cada 15 dias ou mesmo uma vez por semana. Os custos, segundo ele, não permite que uma empresa de estrutura familiar como a sua, se de o luxo de montar uma gráfica própria. “Pagar a impressão fica muito mais barato”, calcula. A despesa mensal com esses serviços terceirizados chega a R\$ 1.500,00.

Estrutura Editorial – Com formato *standard*, o *Correio de Três Lagoas* circula normalmente com oito páginas. Sendo capa, contracapa e as duas centrais coloridas. As demais em preto e branco. Suas editorias são variáveis e mesclam Política com Geral e Social. Não traz notícias policiais e muito pouco sobre Esportes.

Estrutura de Redação – Luiz Correia é o único que escreve para o próprio jornal. Não tem diploma superior em Jornalismo, mas afirma ter se formado como jornalista pelo Instituto Universal Brasileiro.

Estrutura de Circulação – Segundo o diretor/proprietário são dois mil exemplares por edição. Desse montante, 200 são vendidos em bancas e padarias e os outros 1.800 exemplares são distribuídos gratuitamente. De acordo com informações publicadas no expediente do jornal, localizado na página dois, o *Correio de Três Lagoas* circula em 11 cidades de Mato Grosso do Sul: Três Lagoas, Brasilândia, Água Clara, Bataguassu, Ribas do Rio Pardo, Inocência, Paranaíba, Cassilândia, Selvíria, Campo Grande e Aparecida do Tabuado.

Estrutura Comercial – Cada exemplar custa R\$ 2,00, o preço de banca. O jornal não conta com assinantes. Para pagar as despesas, a empresa depende quase que exclusivamente da receita provenientes de órgãos governamentais (70%) e a outra parte da receita publicitária vem de empresas privadas (28%). Apenas 2% provém de pessoas físicas.

Histórico –Antes de abrir o próprio jornal, Luiz Corrêa foi representante do Correio do Estado, na região do bolsão. Na época, ele morava em Inocência e notou que a cidade não dispunha de jornais e a única rádio tinha dificuldade para ser sintonizada. “Fui a Campo Grande falar com o dono do Correio do Estado com intenção de fazer com que o jornal circulasse aqui na região. Em Inocência não tinha jornal nenhum, não tinha televisão e rádio naquela época muito difícil pegar.” recorda Luiz Correa.

Em 1986,Luiz retornou a Três Lagoas com a esposa e os filhos. Abriu uma banca de revistas e implantou também em Três Lagoas o Correio do Estado. A partir dessas ações, Corrêa diz ter despertado para o jornalismo. Trabalhou em pelo menos dois jornais antes de montar o próprio veículo de comunicação: *Jornal o Tempo*, com o jornalista Vicente Leão, e *Jornal do Povo*, com Rosário Congro Neto.

Corrêa conta que em 2001, durante uma homenagem ao empresário Antonio João, no aniversário de Três Lagoas, surgiu a proposta de montar o jornal. “Ele falou para mim ‘Luizinho, porque que você não monta um jornal para você e eu imprimo um jornal colorido. Foi aí que eu comecei a ter coragem”. Mas essa coragem só foi concretizada dois anos depois. O periódico batizado de *Correio de Três Lagoas*, segundo o proprietário, foi uma forma de homenagear o empresário. Com pouco mais de dez anos de circulação, a exemplo dos outros jornais da cidade, o *Correio de Três Lagoas*, também migrou para a Internet e desde janeiro deste ano possui uma página eletrônica com atualizações frequentes. Mas a maior parte das notícias publicadas no site é reproduzida no jornal impresso.

2.4.6 Jornal Acontece

Dos jornais impressos de Três Lagoas, o *Acontece* é o mais recente. Fundado em 2011 pela empresária e jornalista SayuriBaez, foi vendido para o também jornalista Adriano Falheiros em 25 de fevereiro de 2012. Após oito anos atuando na assessoria de comunicação pela prefeitura de Três Lagoas, Falheiros aceitou o desafio de administrar o próprio negócio. Além da versão impressa, ele também adquiriu os direitos de explorar a versão *online*. Essa tem sido uma tendência dos veículos impressos de Três Lagoas, a migração para os sites de notícias, como uma complementação do que foi ou será publicado na versão impressa.

Estrutura Empresarial – O jornal *Acontece* funciona em prédio alugado onde também abriga um site de notícias homônimo e uma produtora de vídeo, a ComuniqX. A estrutura da empresa é pequena, conta com apenas quatro funcionários remunerados que recebem em média até dois salários mínimos, segundo informações do diretor.

Estrutura Gráfica – Por não ter gráfica própria, o jornal é impresso em Araçatuba-SP, há cerca de 150 km de Três Lagoas. A mesma gráfica que também presta serviços para o *Jornal do Povo*, e ocasionalmente para o *Dia-a-Dia*. Por mês o custo de impressão chega à casa dos R\$ 4 mil e compromete quase que 95% da receita bruta mensal do veículo.

Estrutura Editorial – O formato do periódico é *Beliner* e conta com 12 páginas divididas em dois cadernos. Um dos cadernos aborda editoriais Geral, Cidades e Política. O outro voltado para Esporte, Coluna Social, Polícia e Variedades.

Estrutura de Redação – Apesar de contar com quatro funcionários, Falheiros é o único jornalista da empresa. Há ainda pelo menos três colunistas que escrevem para o jornal a título de colaboração sem serem remunerados para a função.

Estrutura de Circulação – Com circulação aos sábados, o *Acontece* tem uma tiragem de dois mil exemplares, dos quais apenas 300 são de vendas avulsas em bancas e padarias. A outra parte, 1.700 jornais, é distribuída gratuitamente, já que a empresa não conta com sistema de assinantes.

Estrutura Comercial – Nas bancas cada exemplar custa apenas R\$ 1,00. A receita bruta mensal do veículo varia entre R\$ 5 mil e R\$ 6 mil. De acordo com, o diretor/proprietário, esse é um dos fatores que impossibilita o jornal de se manter apenas com as receitas próprias. Anunciantes fixos giram em torno de 10 a 12 por impressão. Segundo Falheiros, apenas 20% da receita são provenientes dos órgãos públicos, os demais 80% vêm da iniciativa privada. Parte da receita é complementada por outros veículos que integram o grupo empresarial

2.2A *Imprensa e seus contrastes*

Uma mesma cidade e vários contrastes no mercado da comunicação. Este é o perfil da imprensa de Três Lagoas. O *Jornal do Povo* (grupo RCN de Comunicação), mantém pouco mais de duas dezenas de funcionários e entre eles cinco jornalistas. Do outro lado, o *Correio de Três Lagoas* funciona na casa de seu proprietário Luiz Corrêa, que também exerce as funções de vendedor, entregador, jornalista e fotógrafo. É o ‘faz tudo’.

Mesmo sem um diploma do curso superior em Comunicação, Luiz se intitula jornalista, não apenas pela experiência de mercado, mas pelos cursos que fez a distancia, por meio do Instituto Universal Brasileiro. Ainda na adolescência, quando já sonhava em atuar na área da Comunicação, a maior dificuldade era a disponibilidade do curso fora dos grandes centros.

Eu era menino novo, devia ter uns 13 anos, e já queria ser jornalista. Mas não tinha escola naquela época. Isso era por volta da década de 60. Então, eu recebi uma vez aquela

revistinha que sempre distribuía pela cidade, do Instituto Universal Brasileiro que ofereciam cursos a distância por apostilas e lá tinha um curso para ser jornalista. Logo me interessei. Só que eram caras as apostilas. Eu engraxava sapato e ia guardando o dinheiro para pagar. Se fosse hoje, custariam em torno de R\$ 300,00. Eu ficava ansioso pela chegada das apostilas que vinham pela Maria Fumaça. O curso tinha duração de dois anos e depois eu tive que fazer uma prova, também à distância, e quando concluí, eles me enviaram o certificado.

No Brasil, a primeira escola de Jornalismo foi a Faculdade de Comunicação Social ‘Cásper Líbero’, fundada em 1947 em São Paulo. Mas em Três Lagoas, o curso de graduação em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, só chegou em 2002, pelas Faculdades Integradas AEMS (Associação de Ensino do Mato Grosso do Sul). A primeira turma se formou entre o final de 2005 e o início de 2006. Antes desse período, os interessados pelo diploma de jornalista eram obrigados a partir para Campo Grande-MS, capital do Estado ou Rio Preto-SP, distante cerca de 250 km. Nem mesmo em Araçatuba-SP, distante 150 Km, havia curso de Jornalismo, algo que só ocorreu um ano antes da AEMS.

Com o certificado em mãos, Luizinho – como é conhecido em sua área de atuação – teve livre acesso em muitas redações e trabalhou nos principais jornais de Três Lagoas, muitos deles já extintos, outros não, como o *Jornal do Povo*. A Constituição de 1988 passou a exigir que todos pretensos jornalistas frequentassem cursos de graduação em Jornalismo. Exceto aqueles que já atuavam anterior ao decreto de 88²⁴. Esses teriam direito ao registro do MTB²⁵ apenas pela comprovação do Tempo de Serviço. Luizinho tinha além do tempo, o certificado do Instituto Universal. Em 2009, o STF (Supremo Tribunal Federal) decidiu que o diploma de jornalismo não seria mais obrigatório para exercício da profissão.

Luizinho é o típico do jornalista descrito por Balzac (1999), com o perfil de Diretor-redator-chefe-proprietário-gerente. Dentro dessa categoria, Balzac classifica esses personagens em três tipos: o ambicioso, o homem de negócios e o puro sangue. O ambicioso, que mais se assemelha ao jornalista de Três Lagoas, é definido como aquele que utiliza o veículo para fins partidários, promoção pessoal de políticos e de outras pessoas ligadas ao poder. Jornal que normalmente serve para reproduzir os feitos da administração municipal, com pouca autocrítica, mas com forte poder de formação de opinião. Foi exatamente com esse propósito

²⁴ Foi recepcionada pela Constituição Federal de 1988, a legislação que regulamenta a profissão de jornalista no que se refere à exigência de diploma de curso superior de Comunicação Social ou Jornalismo.

²⁵ Registro profissional de *jornalista* (chamado de MTB) pode ser obtido em qualquer Delegacia Regional de Trabalho

que Luizinho afirma ter montado o próprio jornal *Correio de Três Lagoas* em 2002. “O objetivo e fidelidade de divulgar as belezas de Três Lagoas”.

Atualmente, ele desempenha quatro funções no jornal: diretor, fotógrafo, vendedor de anúncios e responsável pela distribuição. Filiado ao PSD, Luiz diz ter recusado convites para sair candidato e que nunca exerceu mandato eletivo. Segundo ele, o maior prestígio em ser dono do próprio jornal é ter acesso livre em todos os lugares, como ele mesmo define. “Sempre tive bom trânsito em todos os partidos, procuro sempre tratar todos bem, o que me dá respeito perante todas as classes”.

Sobre quais critérios utiliza para publicar ou não matérias negativas ao governo, seja municipal ou estadual, o jornalista é taxativo: “Nosso jornal tem a finalidade de divulgar somente as coisas boas de todos os governos” e defende que o papel do jornal nas pequenas cidades é procurar divulgar as coisas boas que tem no município, na intenção de que todos enxerguem o lado bom. O jornalista descarta qualquer possibilidade de mudar de ramo e finaliza dizendo que nasceu para ser jornalista e que veio com a missão de propagar as coisas boas que existem. Balzac não condena essa postura de jornalista, mas alerta sobre a necessidade de atrair profissionais talentosos, já que na visão do autor, jornal para ter vida longa precisa ser uma reunião de homens de talento. Independente do tipo desse jornalista diretor-redator-chefe-proprietário-gerente é necessário que eles se preocupem sempre com o aumento da massa de assinantes. Balzac vê com pessimismo o jornal que não busca aumentar seu público de abrangência e observa um decréscimo do veículo, tendo em vista que as forças de um jornal estão diretamente ligadas ao tamanho do público que atingem. Quanto mais assinantes tiverem determinados jornais, mais força de opinião ele terá e financeiramente também será beneficiado. Mas só isso não basta. É preciso ainda que a equipe de funcionários ou de pessoas que influenciam na redação jornalística sejam pessoas de talento.

3 O JORNALISTA DE TRÊS LAGOAS

Este capítulo descreve o perfil do jornalista atuante em Três Lagoas, por meio de pesquisa realizada com dez jornalistas de jornais impressos. Eles representam 40 % dos 25 profissionais atuantes no município. O questionário contém 53 questões fechadas e com respostas de múltipla escolha. Está estruturado em três eixos: dados pessoais; dados profissionais; meios de comunicação. O primeiro levanta dados como idade, endereço, local de trabalho, escolaridade e formação, etc.; o segundo aborda questões relacionadas ao trabalho, remuneração, mudanças na profissão; o terceiro analisa os hábitos culturais dos

entrevistados. Os dados aqui apurados foram comparados ao perfil dos jornalistas brasileiros desenvolvido pela Universidade de Santa Catarina e a Fenaj (Federação Nacional dos Jornalistas).

3.1 Perfil profissional

3.1.1 Características socioeconômicas

Os principais dados de identificação que compõe o questionário para identificar o perfil socioeconômico dos jornalistas são sexo, faixa etária, estado civil e nível de escolaridade. Entre os dez entrevistados, os homens representam 60% nas redações. Um dado relevante neste aspecto, é que os dois jornais de maior circulação, *Jornal do Povo* e *Hoje Mais*, têm seus principais cargos ocupados por mulheres, como chefes de redação.

Outro dado é a pouca idade dos repórteres: três (30%) têm entre 20 e 25 anos, outros três (30%), entre 26 e 30 anos, enquanto que dois (20%) têm entre 31 e 35, outros dois (20%) entre 36 e 40 anos. Não há nenhum jornalista com mais de 40 anos de idade. A pouca idade desses jornalistas deve explicar o porquê 90% ainda são solteiros.

O perfil dos jornalistas atuantes nos jornais impressos de Três Lagoas se aproxima apenas em alguns pontos ao perfil dos jornalistas brasileiros. No final de novembro de 2012, a Universidade Federal de Santa Catarina em parceria com a Fenaj (Federação Nacional dos Jornalistas), publicou o resultado da enquête realizada com quase três mil (2.731) jornalistas de todo o país. Assim como os de Três Lagoas, na sua maioria os jornalistas brasileiros são jovens, na faixa etária entre 20 e 30 anos. O sexo masculino também predomina: 60% em Três Lagoas e 64% no país.

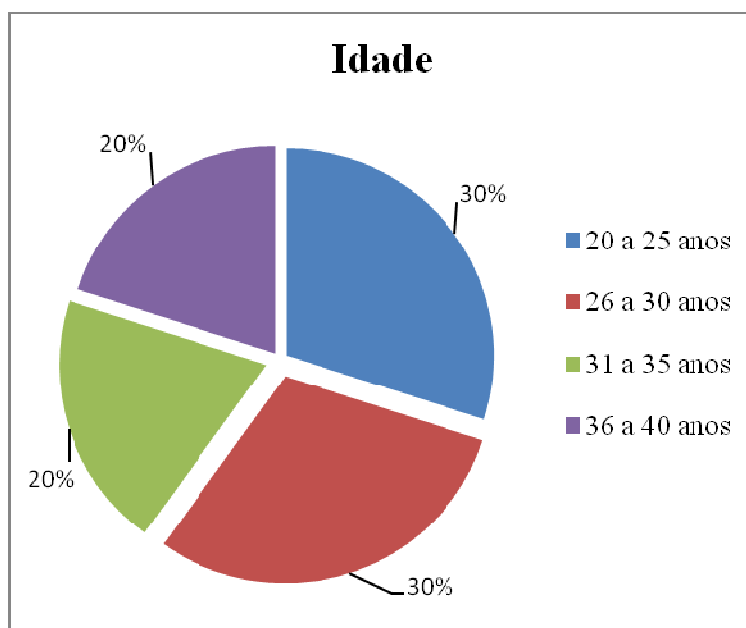


Gráfico 8– Idade dos jornalistas que atuam em Três Lagoas

Em junho de 2009, o Supremo Tribunal Federal retirou a exigência do diploma de curso superior para o exercício da profissão de jornalista. Porém, a mudança parece não ter refletido nas redações dos jornais de Três Lagoas. O grau de instrução dos profissionais locais está acima da média nacional: 80% possuem formação superior completa e 20% estão em fase de conclusão do curso. Trata-se de um indicativo de que as empresas preferem aqueles que tenham passado pelos bancos das universidades, independente se ela é pública ou privada. Dos graduados, 80% vieram de instituições privadas e os 20% que vão se formar no término desse ano também.

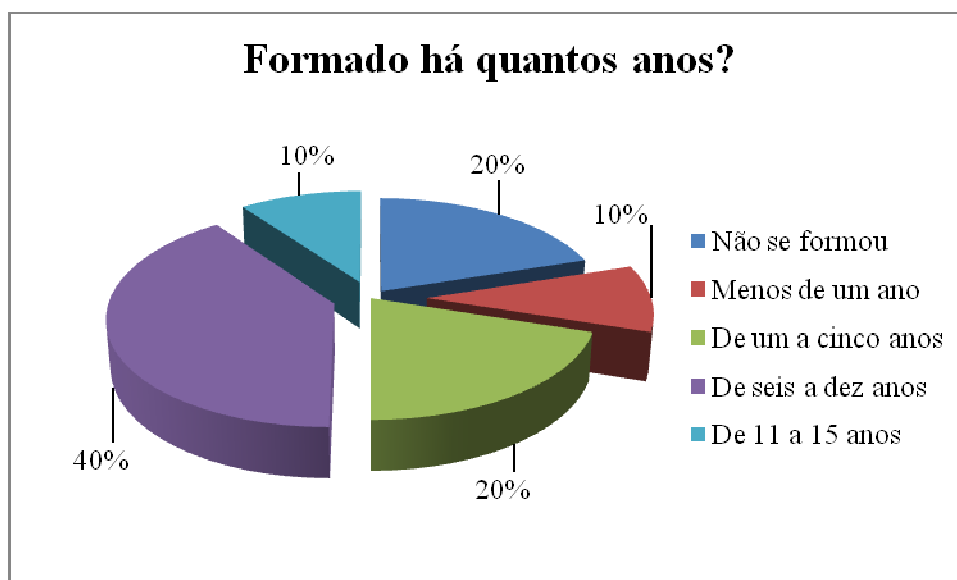


Gráfico 9- Tempo de formação

A maioria dos profissionais não tem mais do que dez anos de formação. Todos vêm de formação em universidade particular e embora muitos já tenham concluído o ensino superior há mais de cinco anos, só 10% fizeram alguma pós-graduação.

No Brasil, a primeira escola de Jornalismo foi a Faculdade de Comunicação Social ‘Cásper Líbero’, fundada em 1947 em São Paulo. Mas em Três Lagoas, o curso de graduação em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, só chegou em 2002, pelas Faculdades Integradas AEMS (Associação de Ensino do Mato Grosso do Sul). A primeira turma se formou entre o final de 2005 e o início de 2006. Antes desse período, os interessados pelo diploma de jornalista eram obrigados a partir para Campo Grande-MS, capital do Estado ou Rio Preto-SP, distante cerca de 250 km. Nem mesmo em Araçatuba-SP, distante 150 Km, havia curso de Jornalismo, algo que só ocorreu um ano antes da AEMS. Com média de 15 formandos por ano, a AEMS graduou cerca de 130 jornalistas entre 2005 e 2013. Esses números tendem a cair gradativamente, já que nos últimos três anos a Instituição não conseguia abrir turma, por falta de candidatos interessados no curso. Para 2014, a expectativa é de novamente formar uma turma, já que a procura voltou a aumentar.

A Constituição de 1988 passou a exigir que todos pretensos jornalistas frequentassem cursos de graduação em Jornalismo. Exceto aqueles que já atuavam anterior ao decreto de 88²⁶. Esses teriam direito ao registro do MTB²⁷ apenas pela comprovação do Tempo de

²⁶ Foi recepcionada pela Constituição Federal de 1988, a legislação que regulamenta a profissão de jornalista no que se refere à exigência de diploma de curso superior de Comunicação Social ou Jornalismo.

²⁷ Registro profissional de *jornalista* (chamado de *MTB*) pode ser obtido em qualquer Delegacia Regional de Trabalho

Serviço. Luizinho tinha além do tempo, o certificado do Instituto Universal. Em 2009, o STF (Supremo Tribunal Federal) decidiu que o diploma de jornalismo não seria mais obrigatório para exercício da profissão.

3.1.2 *Perfil profissional*

A faixa salarial dos jornalistas varia entre R\$ 1 mil e R\$ 2 mil, o que equivale a menos de três salários mínimos vigente no país (R\$ 678,00). A última atualização da tabela do piso salarial para jornalistas em Mato Grosso do Sul foi definida em 2012 pelo SindJor-MS (Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Mato Grosso do Sul). Para uma carga horária de 30 horas semanais, sendo cinco horas por dia, o sindicato propõe um salário de R\$ 1.518,00. Todos os jornalistas que atuam no jornal *Hoje Mais* recebem R\$ 1.050,00 por uma carga horária de cinco horas. Esse valor, segundo o proprietário da empresa, Wesley Mendonça, foi definido com base num acordo coletivo que diz ter firmado entre os funcionários e o próprio sindicato. Com exceção de algum jornalista que consegue atingir a faixa de R\$ 1.500,00 quando cumpre jornada de sete horas.

No *Jornal do Povo*, o responsável pela empresa – Rosário Congro Neto, diz que há três faixas salariais para seus jornalistas e os critérios que ele utiliza para contemplar os funcionários com maior ou menor salário varia desde a experiência na área como a dedicação ao trabalho na empresa. Dos que responderam ao questionário, 60% afirmaram receber menos de R\$ 2 mil. Apenas 40% recebem acima desse valor, isso porque ocupam cargo de chefia, como editor. A maioria não tem vínculo com o sindicato e por esse motivo poucos têm informações sobre as ações promovidas pelo sindicato da categoria.

De fato, as condições salariais estão abaixo do perfil nacional e da própria tabela estabelecida pelo SindJor-MS. 60% dos jornalistas de Três Lagoas recebem entre R\$ 1 mil e R\$ 2 mil, valores que a princípio estariam dentro do estipulado pelo sindicato, não fosse por um detalhe: embora o sindicato recomende que o jornalista tenha jornada diária de cinco ou sete horas, esse mesmo grupo respondeu que trabalha em média de 8h a 12 horas por dia. No perfil nacional, são 40% dos jornalistas atuando com essa mesma jornada de trabalho.

A maioria não tem vínculo algum com o sindicato e isso pode representar uma queda na relação de confiança entre esses jornalistas com a entidade. Outro fator interessante nesse processo de relação sindicato e sindicalizado é que, em Mato Grosso do Sul, não há sindicato

patronal das empresas de comunicação. Por esse motivo o sindicato dos jornalistas não realiza convenção coletiva de trabalho. Desta forma, os pisos mínimos são estabelecidos em acordos coletivos firmados por intermédio do sindicato com as empresas, a partir de solicitação formal dos seus funcionários.

A baixa remuneração também pode ser um dos indicativos da alta rotatividade de funcionários nas empresas jornalísticas em Três Lagoas. Há muitos anos era até comum um funcionário se orgulhar de trabalhar dez, 15 ou 20 anos na mesma empresa ou chegava a se aposentar na mesma. Hoje, essa estabilidade está cada vez mais rara e os tempos são outros; 40% dos entrevistados estão no mesmo emprego a menos de um ano. Os outros passaram de um ano, mas nenhum completou a marca de cinco anos.

Proprietários dos principais jornais impressos da cidade têm opiniões diferentes quanto à alta rotatividade. Para o dono do jornal *Hoje Mais*, o fator predominante é o salário pago à categoria. “O salário não atrai muito e o padrão de vida em Três Lagoas hoje é alto. O aluguel está caro demais e muitos quando chegam aqui assustam e não ficam por muito tempo”. Já o diretor do *Jornal do Povo* culpa as faculdades de Comunicação. Segundo ele, as instituições de ensino superior formam muito mal os profissionais que chegam ao mercado. “A gente contrata, mas percebe que eles não conseguem escrever nem o *lide*. Infelizmente, é isso que acontece. Pode escrever isso daí, as faculdades formam jornalistas mal preparados para o mercado”.

Apenas 10% dos entrevistados atuam como *free-lancer*, os demais possuem registro na Carteira Profissional. Entre os que atuam com carteira registrada, 40% cumprem dupla jornada. Conciliam o emprego do impresso com atuações em outros setores, como sites, revista e TV. Com isso, o tempo de trabalho deles extrapola às 5 horas diárias regulamentadas pelo sindicato da categoria e muitos vão além das 7 horas atuando na mesma empresa, quando já inclusas as duas horas extras. Pelo menos 60% afirmam que trabalham entre oito e doze horas por dia. 20% responderam que cumprem 7 horas de serviço e os que trabalham até 5 horas ou menos de 5 horas por dia representam apenas 10% de cada um deles; 80% declaram que o horário de trabalho é determinado pela empresa, enquanto que 20% garantem que tem autonomia para administrar o próprio horário.

O jornalista Patrick Spinelli, 38 anos, formado há quase 15 anos, ultimamente tem optado por trabalhar como *free-lance*. O motivo é simples: é um dos poucos jornalistas que não aceita trabalhar com remuneração abaixo do piso salarial da categoria.

Filho de uma família da classe média de Três Lagoas, Patrick se orgulha por ter se formado na PUC-Campinas-SP (Pontifícia Universidade Católica) em 1999. Quando iniciou

seus estudos, o desejo era trabalhar em televisão, mas no segundo ano optou pela fotografia. “Eu até ganhei um prêmio na faculdade e isso me motivou bastante”, enfatiza.

Em Três Lagoas, trabalhou no *Jornal do Povo*, no site *PerfilNews*, na empresa Criativa e como correspondente do jornal *Estado MS*. Devido o baixo salário pago pelos jornais impressos da cidade recusou diversas ofertas de emprego. Hoje, trabalha por conta própria.

“É difícil ver um cara depois dos 40 (anos) dentro das redações. O jornalista hoje vai ser professor, assessor de imprensa, prestar um concurso público ou montar a própria empresa. O jornalismo hoje é muito decepcionante financeiramente. Então prefiro atuar como free-lance e receber por trabalhos realizados”, define Patrick.

3.1.3 As mudanças e perspectivas no mundo do trabalho dos jornalistas profissionais

Houve mudanças no trabalho dos jornalistas? De que forma elas ocorreram? De que maneira esses profissionais têm se pautado diante das mudanças? Estas são algumas questões que norteiam esta etapa da pesquisa.

Para 60% dos entrevistados, a profissão de jornalista mudou muito nos últimos anos e 40% afirmaram que a mudança foi pouca. A maioria (90%) atribui essas mudanças à introdução de novas tecnologias, enquanto que apenas 10% atribuíram à extinção/redução de funcionários nas redações.

Quanto à autoatualização na área jornalística, metade (50%) disse ter feito algum curso nos últimos cinco anos; a outra metade não. O fato de a maioria ter concluído a graduação há pouco tempo, talvez seja usado como justificativa para não buscar novas atualizações.

Em relação ao desempenho das atividades que exercem 60% garantem que estão atualizados, 30% são mais otimistas e afirmam estar bem atualizados, enquanto que 10% confessam necessitar de atualização.

Apesar de a maioria responder estar bem atualizada, 50% dizem sentir falta de equipamentos técnicos adequados ao exercício da profissão, enquanto que para 20% falta conhecimento de outras áreas afins ao jornalismo e 20% sentem falta de conhecimentos técnicos específicos e atualizados.

Conciliar a vida pessoal com a profissional não tem sido tarefa fácil; 40% afirmam que conseguem fazer planos apenas a curto prazo. Outros 40% não conseguem nem planejar e só 20% fazem planos para médio prazo. Ao menos 60% optariam por um curso de pós-graduação, caso decidissem estudar novamente; 30% fariam uma nova graduação e 10% nem teria interesse mais em estudar.

Em relação à própria atividade, 40% acreditam que mudou muito nos últimos anos, 50% afirmam que mudou pouco e 10% que nada mudou. Essas mudanças resultaram em aumento do ritmo e horas de trabalho (40%), seguido de maior controle do trabalho pela empresa (30%), competição entre colegas (10%), estresse (10%) e sem mudanças (10%). Ao menos 50% dos entrevistados acreditam que essas mudanças atingiram consideravelmente suas atividades profissionais.

Com relação às mudanças da profissão e na atividade do trabalho nos últimos anos, a maioria é consciente de que mudou muito, principalmente pela entrada das novas tecnologias. Outros ainda observaram, mais concretamente, essas mudanças com o aumento do ritmo de trabalho, o que mudou a vida deles consideravelmente. O que também reflete a preocupação do grupo é a falta de equipamentos adequados em suas áreas de atuações frente às mudanças recentes. A insegurança desses jornalistas quanto ao futuro de suas profissões pode ser analisada a partir da resposta de 40% deles que afirmaram conseguir planejar somente a curto prazo. Outros 40% nem planejar conseguem. Talvez o fato de 60% desejarem ainda cursar uma pós-graduação justifique as incertezas do planejamento dentro do mercado de trabalho.

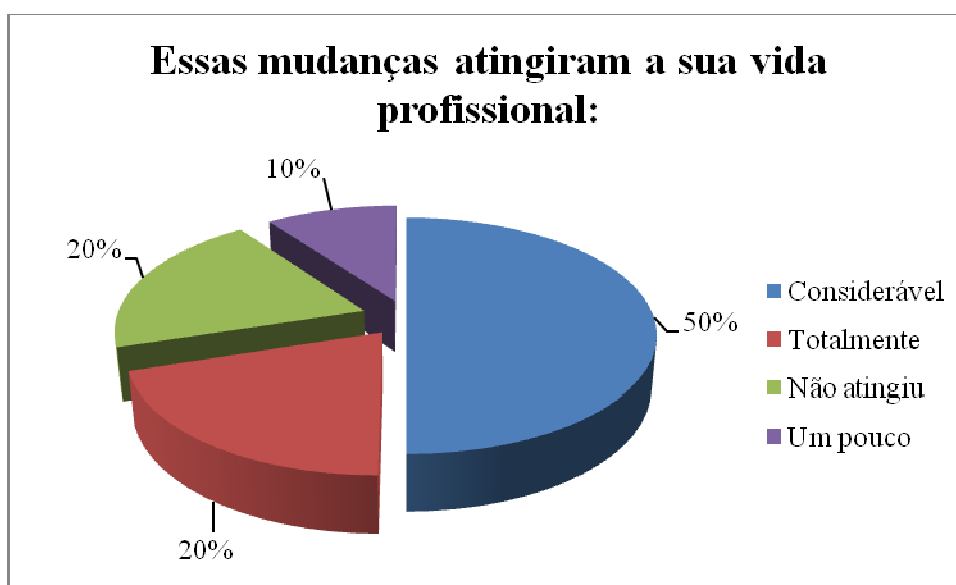


Gráfico 10- Vida profissional

3.1.4 Os meios de comunicação

Os hábitos culturais dos jornalistas bem como suas relações com a informação e os meios de comunicação que eles lidam no dia a dia também foram objeto da investigação.

Para 40%, a informação é um instrumento de poder. Outros 40% a consideram como um produto fundamental para a sociedade atual. Apenas 20% acreditam que a informação é um direito do cidadão. Ou seja, esses jornalistas ainda não têm uma visão clara sobre a informação. Com relação aos meios de comunicação, 50% afirmam ser um instrumento de fazer política. Mas para 30% é o negócio mais promissor do mundo globalizado enquanto que 20% acreditam ser um negócio como outro qualquer.

Com a mesma proporção (40%) dos jornalistas afirmam que o cidadão comum deseja informação com emoção e informação com uma versão bem clara. Para 20% dos entrevistados, o cidadão comum deseja informação a partir de vários pontos de vista. Como a maioria está no mesmo emprego, entre um e dois anos no máximo, falta a eles conhecimento do público para quem escreve. Se eles escrevem para praticamente um mesmo grupo de leitores, não deveriam essas respostas ser mais homônimas? Ainda assim, 60% dos jornalistas acreditam que os leitores podem tomar decisões importantes a partir das informações produzidas por eles.

Quanto ao hábito de leitura, principalmente de ler jornal, 80% diz ler todos os dias e 20% às vezes. Entre os jornais mais lidos, lidera o *Jornal do Povo* que teve a preferência por 29,03% (eles puderam dar mais que uma resposta), 22,58% afirmam ler o *Hoje Mais*; 19,35% o *Correio do Estado*, 6,45% igualmente para os jornais *O Estado MS*, *Folha de São Paulo* e *O Estadão*. Apenas 3,22% dos jornalistas lêem *Correio de Três Lagoas*, *Acontece* e outros.

Quando analisamos os hábitos culturais observamos que a internet tem sido uma ferramenta com grande domínio sobre os jornalistas. Revista também é lida por boa parte, mas o rádio é algo que parece não fazer parte do cotidiano desses entrevistados. O *Jornal do Povo* por ser o mais tradicional na cidade é o mais lido, em segundo lugar vem o *Hoje Mais*. Mas uma coisa é certa, dos 80% que disseram ler jornais todos os dias, todos eles lêem um ao outro para avaliar e comparar as notícias produzidas com as dos concorrentes.

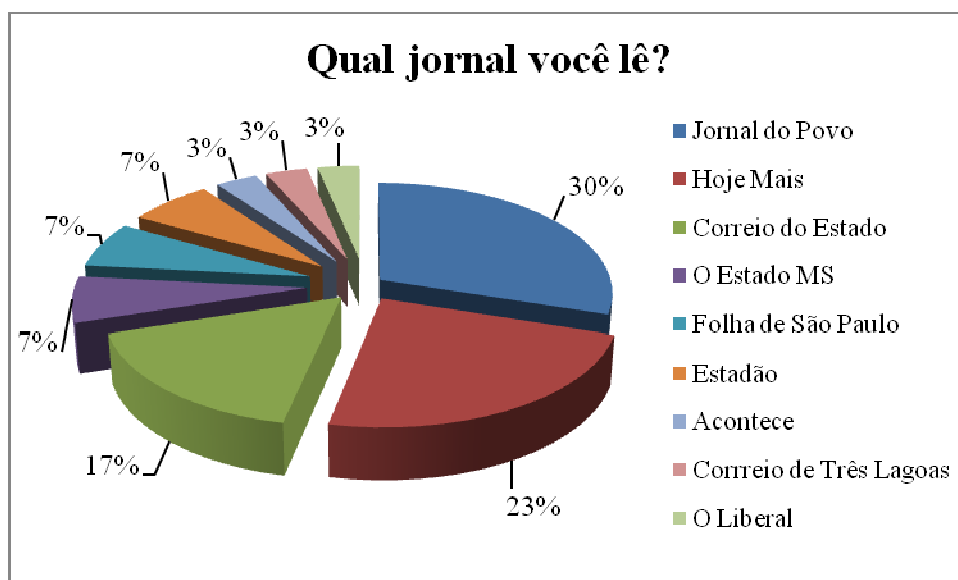


Gráfico 11- Jornal mais lido

As revistas de grande circulação são lidas às vezes por 60% deles; 30% dizem que as leem somente nos finais de semana e 10% uma vez por semana. A maioria (69,23%) tem preferência pela *Veja*. A *Isto é* foi apontada por 15,38% enquanto que *Época* e *Exame* apenas 7,69% cada.

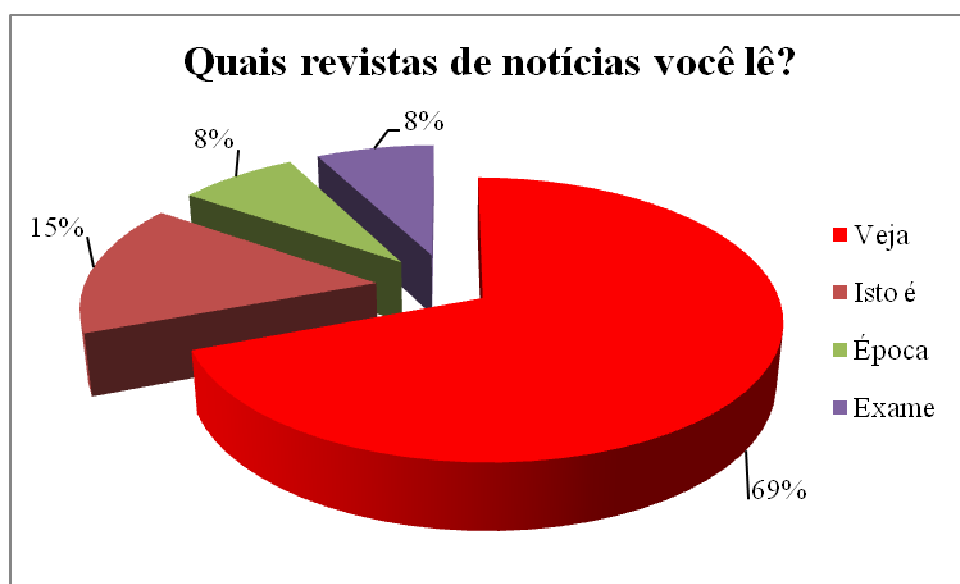


Gráfico 12 - Revista mais lida

Sobre o hábito de assistir televisão, aberta ou por assinatura, 70% responderam que assistem sempre e 30% às vezes. O rádio já é bem menos ouvido, pois 80% dizem que só ouvem às vezes, 10% ouvem sempre e 10% nunca.

Como fonte de pesquisa e busca de informações, a internet é apontada por 90% deles para saber dos assuntos mais importantes e 10% utilizam os jornais da grande imprensa. Nas horas vagas, 50% optam em permanecer conectados à internet. Ler ou assistir televisão é a opção de 20% e 10% prefere conversar com os amigos. Sobre o hábito de leitura, as respostas se dividem: 50% leram algum livro no último mês e a outra metade disse não ter lido. Nesse mesmo período, 60% foram ao cinema. Entre outros hábitos, 40% têm costume de ir à academia, 20% frequenta alguma igreja e 40% nenhuma das opções.

3.1.5 *Função, relação com empresa e subordinação*

Nesse tópico o objetivo é identificar a função desempenhada pelos jornalistas nos seus respectivos ambientes de trabalho, bem como saber quais e como são as relações deles com a chefia, o ponto de vista sobre o registro em carteira e se os mesmos têm sido valorizados em função das atividades exercidas ou vítimas de algum abuso.

Dos entrevistados, 60% desempenham a função de repórter, 20% são fotógrafos e outros 20% ocupam o cargo de editor/chefe. Apesar de todos atuarem em jornais impressos, 80% cumpre dupla função em outros meios. Desses, 30% conciliam o emprego com atuação em sites de notícias, 20% em rádio e igualmente (10%) em TV, revista e assessoria de imprensa. Na opinião da maioria (90%), a falta de contrato em carteira profissional traz perdas de direitos ao trabalhador e apenas 10% vê essa falta de contrato como vantagens financeiras ao trabalhador. Nessa mesma proporção, 90% recebem mensalmente e 10% por trabalhos realizados.

Quanto à hierarquia dentro da empresa, 70% estão ligados a uma chefia de redação, 30% não, pois 20% desses são os próprios chefes e 10% são os *free-lancers*. 60% dos jornalistas nunca foram promovidos, 30% sim e 10% já trocou de função, mas sem promoção. 70% afirmam que nunca foram vítimas de assédio moral, sexual ou que tenha sofrido discriminação na empresa. Outros 20% garantem que já foram discriminados e 10% foram vítimas de assédio moral.

A precarização do trabalho do jornalista, segundo 50% do grupo pesquisado, é causada pela busca do lucro empresarial. De maneira idêntica (20%), se dividem nos que acreditam que isso se deve pela ineficiência do sindicato e os que acreditam que seja pela falta de fiscalização do poder público. Para 10% a precariedade é causada pelas mudanças no mundo do trabalho. 40% entendem que as empresas tornam precárias as relações de trabalho para pagarem menores salários. Os que afirmam ser para economizar com encargos sociais são

20%, a mesma porcentagem dos que defendem que seja para facilitar a contratação e demissão dos funcionários. 10% não acreditam que as empresas precarizem as relações.



Gráfico 13 - Precarização do trabalho

Pessimistas, a maioria dos jornalistas acredita que essa precarização tende a aumentar. Essa é visão de 60% dos entrevistados. Ainda que um pouco cautelosos nas respostas, 20% ainda acreditam que vai estagnar e só 10% de otimistas dizem que vai diminuir.

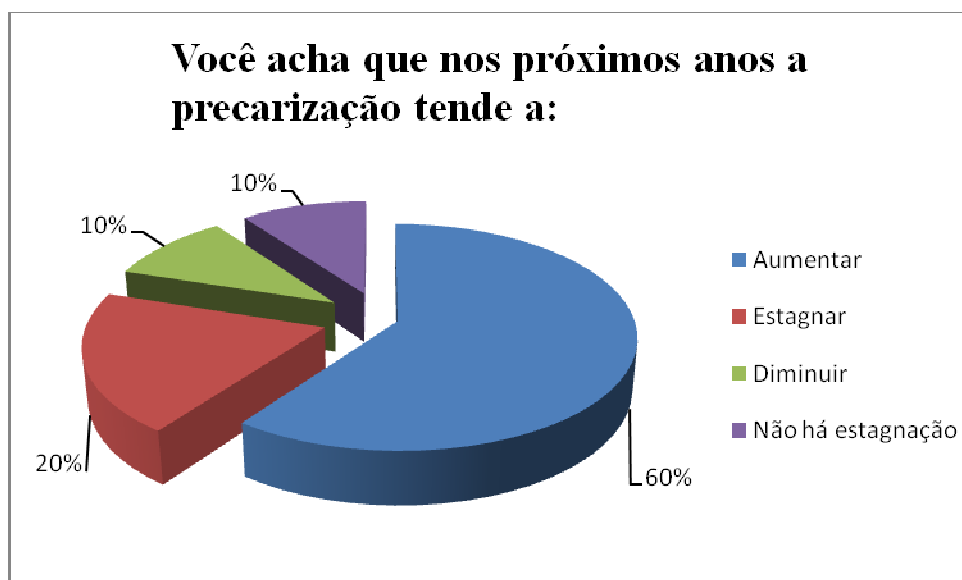


Gráfico 14- Futuro estagnação

Como conclusões parciais, podemos afirmar que o perfil dos jornalistas atuantes nos jornais impressos de Três Lagoas se aproxima, apenas em alguns pontos, ao perfil dos jornalistas brasileiros.

Por outro lado, as condições salariais estão abaixo do perfil nacional e da própria tabela estabelecida pelo SindJor-MS (Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Mato Grosso do Sul).

Com relação às mudanças da profissão e na atividade do trabalho nos últimos anos, a maioria é consciente de que mudou muito, principalmente em razão das novas tecnologias. Outros ainda observaram mais concretamente essas mudanças com o aumento do ritmo de trabalho, o que mudou a vida deles consideravelmente. O que também reflete a preocupação do grupo é a falta de equipamentos adequados em suas áreas de atuações frente às mudanças recentes. A insegurança desses jornalistas quanto ao futuro de suas profissões pode ser analisada a partir da resposta de 40% deles que afirmaram conseguir planejar somente a curto prazo. Outros 40% nem planejar conseguem. Talvez o fato de 60% desejarem ainda cursar uma pós-graduação justifique as incertezas do planejamento dentro do mercado de trabalho.

Inseridos nas redações jornalísticas e corresponsáveis pelas publicações, ainda assim 40% deles veem a informação como instrumento de poder, empatado com o quesito produto fundamental na sociedade atual. Ou seja, esses jornalistas ainda não tem uma visão clara sobre a informação. Uma pequena parte a vê como um direito do cidadão. Exatos 50% enxergam os meios de comunicação como instrumento de fazer política. Como a maioria está no mesmo emprego entre um e dois anos no máximo, falta a eles conhecimento do público para quem escreve. 40% afirmam que seus leitores desejam informação com emoção. Outros 40% acham que seus leitores teriam maior interesse em uma informação com versão bem clara, enquanto que 20% acham que seus leitores querem informação a partir de vários pontos de vista. Se eles escrevem para praticamente um mesmo grupo de leitores, não deveriam essas respostas ser mais homônimas? Ainda assim, 60% dos jornalistas acreditam que os leitores podem tomar decisões importantes a partir das informações produzidas por eles.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Jornais de pequenas cidades são os grandes porta-vozes da comunidade local. O buraco na rua, a falta de água nas torneiras, a má sinalização do trânsito, a falta de segurança, a falta de médicos e falta de remédios são problemas constantes do cotidiano de cidades interioranas. Mas, infelizmente, esses assuntos dificilmente são pautados pela grande imprensa. Cabe aos jornais locais esse papel de ‘ouvidor público’ dos reclames da população.

Mas manter jornal em pequenas cidades tem seus desafios e o financeiro é o maior de todos eles. O custo da impressão faz com que muitos jornais sejam mais dependentes das verbas dos órgãos públicos do que livres e independentes vivendo apenas com as receitas próprias, vindas de empresas privadas.

O ‘boom industrial’ possibilitou esse novo prisma aos órgãos de Imprensa de Três Lagoas, propondo novas fontes de recursos por meio das empresas que hoje estão bem instaladas e atendem grande público. Antes de concluirmos é interessante retomarmos o início de nossa pesquisa para responder algumas das questões lá apresentadas.

São cinco jornais impressos em Três Lagoas, dos quais quatro surgiram após o início da explosão industrial da cidade a partir de 1997 com a chegada da fábrica de biscoito Mabel. Apenas um mantém circulação diária; há um tri-semanário e os outros três semanários. De todos, o mais influente tem sido justamente aquele que está todos os dias na casa do leitor, o *Jornal do Povo*, mais antigo na cidade e que mantém a maior tiragem, três mil exemplares/dia, bem como maior número de assinantes, dois mil. Se em média um exemplar de jornal é lido por até três pessoas, acredita-se que o *Jornal do Povo* atinge cerca de nove mil três-lagoenses todos os dias, quase 10% da população local. O outro veículo impresso, *Hoje Mais*, conta com quase mil assinantes, mas boa parte dos exemplares (600) é distribuída aleatoriamente, tal como os periódicos semanários que não possuem vínculos com assinantes. As grandes indústrias não tiveram influência direta dentro das redações desses veículos, mas a vinda delas para Três Lagoas movimentou a economia local.

Vale ressaltar que apesar das grandes indústrias instaladas em Três Lagoas não serem investidoras publicitárias nos órgãos de imprensa local, elas contribuíram com o crescimento populacional, que por sua vez viu aumentar a demanda de prestadores de serviços, atraindo outras empresas de menor porte. Essas empresas sim, como imobiliárias, concessionárias de veículos, empresas de seguranças, construtoras e outras, passaram a ser anunciantes e potenciais consumidoras da mídia impressa.

Os empresários da comunicação dos dois principais periódicos, Rosário Congro Neto/*Jornal do Povo* e Wesley Mendonça/*Hoje Mais*, reconheceram a importância desse ‘boom industrial’ não só para as empresas jornalísticas, mas principalmente para a cidade. De fato, essas mudanças foram muito perceptíveis no decorrer dos últimos anos. O *Jornal do Povo* que antes de 2000 era bissemanário e tinha como principal fonte de receita verbas dos órgãos públicos, hoje divide as páginas de notícias com publicidades dos mais variados seguimentos, de imobiliárias a prestadores de serviços e profissionais liberais.

Os proprietários dos semanários se postaram mais pessimistas quanto a industrialização. Afirmam que não viram benefício algum para as suas empresas nesse ‘boom industrial’. Porém, embora digam isso, pode-se concluir que eles não conseguiram perceber as mudanças das quais se beneficiaram. Todos imprimem jornais coloridos, algo que não faziam quando iniciaram suas atividades. “É uma exigência do mercado e dos anunciantes”, justifica Ray Santos, do *Dia a Dia*. Essa é uma das contradições encontradas. Se o mercado exige produto com qualidade é sinal que o mercado está em plenas condições de pagar mais pelo produto. É indiscutível que a industrialização aumentou a demanda de empregos diretos e indiretos, contribuiu com o crescimento populacional e essa população assalariada também se transformou em potencial consumidora das mídias locais.

Quanto aos profissionais, a maioria dos que estão inseridos nas redações dos jornais impressos é formada por homens, em idade jovem, entre os 20 e 30 anos. Todos com formação superior em Comunicação, vindos de instituições privadas. Alguns tentam compensar a precariedade da formação que receberam na graduação por meio de cursos de especialização. Mas a rotina produtiva e muitas vezes excessiva impede que a maioria faça novos cursos. Alguns chegam a cumprir 10 horas ou 12 horas de serviços pela mesma empresa. Outros, para complementar o baixo salário, atuam em dois ou três empregos.

Salários abaixo do piso da categoria e menor do que a média nacional contribuem para a alta rotatividade de jornalistas. Muitos não ficam mais do que um ano na mesma empresa. Enquanto um empresário reconhece que o salário pago aos jornalistas dos impressos em Três Lagoas não consegue mantê-los por muito tempo no emprego, outro empresário culpa a rotatividade pela má-formação dos recém saídos das universidades, que chegam às redações despreparados e incapazes muitas vezes de elaborar um lead.

Os jornalistas profissionais acreditam que seus trabalhos estão precarizados na cidade e culpam a busca do lucro empresarial por essa precarização. Pessimistas, 60% acreditam que isso tende a aumentar nos próximos anos. Diferente da hipótese inicial da pesquisa, o ‘boom industrial’ não trouxe grandes benefícios para os jornalistas dos impressos, mesmo estando

todos com registro em carteira, contratados pelo regime CLT (Consolidações das Leis Trabalhistas). O descontentamento pelo que produzem e pelo que recebem é muito grande.

A participação dos profissionais no SindJor-MS (Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Mato Grosso do Sul), é praticamente nula. Inclusive os poucos que se declararam associados não participam de nenhuma atividade oferecida pela entidade. Os demais – por não serem do quadro de sócios, nem recebem informações dos atos promovido pelo sindicato em prol da categoria e muito menos convites para se associarem. Eles não vêem o SindJor como um órgão representativo.

Observando jornais e jornalistas, a imprensa de Três Lagoas tornou-se mais presente e atuante na vida dos três-lagoenses. Economicamente, quem mais lucrou foram os empresários e não jornalistas. O lucro foi investida na melhoria do produto, mudanças de *layout*, editoração, formato e abrangência do veículo. Mas faltou um salário que desse maior motivação e reconhecimento ao jornalista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA FILHO, André, **Gêneros Radiofônicos**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa: Brasil, 1800-1900**. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.
- _____. **História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- BENJAMIM, Roberto, **Globalização e Regionalização das Comunicações**/ org. Cesar Bolaño. São Paulo: EDUC, 1999.
- BARRETO, B A A. **Geografia da Comunicação no Centro do Brasil**. Tese de Doutorado. Universidade Metodista de São Paulo, 2011. Disponível em: http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3044. Acessado em 05/11/2013.
- CAPELATO, Maria Helena Rolim. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo-SP: Contexto/EDUSP, 1988.
- CORREIA, Fernando. **Jornalismo e Sociedade**. Lisboa:Avante, 2000.
- COSTELLA, Antonio F..**Comunicação do grito ao satélite**. Campos do Jordão-SP: Editora Mantiqueira,2002.
- CRUZ, Heloisa de Faria. **São Paulo em papel e tinta. Periodismo e vida urbana - 1890-1915**. São Paulo: Educ/Fapesp, 2000.
- FADUL,A. **Mídia regional no Brasil: elementos para uma análise**. In: FADUL, A; GOBBI, M. C. (Orgs). *Mídia e Região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática*. São Paulo: Arte & Ciência, 2006. p.23-40.
- KerlinGer, F. n. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual**. São Paulo: ePu, 1980.
- LEVORATO, Adão Valdemir. **Três Lagoas: dama em preto e branco**. Três Lagoas,MS:Graf set LTDA,1999.
- LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **Comunicação e mundo do trabalho do jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação**.2010. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-30112010-160410/>.Acessado em 15/06/2013
- MANZAGOL, C. **Lógica do espaço industrial**. São Paulo: Difel, 1985.
- MARSHALL, Leandro. **O Jornalismo na era da publicidade**. São Paulo:Summus,2003.

MATTELART, Armand. **Comunicação-Mundo: história das idéias e das estratégias**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MELO, José Marques de. **História Social da Imprensa: Fatores socioculturais que retardaram a implantação da Imprensa no Brasil**. Porto Alegre-RS:EDIPUCRS, 2003.

MOREIRA, Sônia V. **Por que Geografias, no plural, para a Comunicação?** In: MOREIRA, Sonia V (Org). **Geografias da Comunicação: espaço de observação de mídia e de culturas**. São Paulo: INTERCOM,2013, p.11-22.

OLIVEIRA, Arlinda Montalvão de. **Projeto Experimental de estudo do meio e educação ambiental em nível do 1º grau Três Lagoas MS: UFMS,1997**. Monografia (Bacharelado em Geografia).

PEREIRA, Renata C. Oliveira; GOMES, Conceição A.Q. **O recente processo de industrialização de Três Lagoas**, mar. 2004.

PRATA, Nair, et al. **Charaudeau e o discurso radiofônico. Teorias do Rádio – Textos e contextos**. São Paulo: v.1, p. 231-247, set.2005.

QUINTÃO. Aylê-SalassiêFilgueiras. **O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964**. Rio de Janeiro-RJ: Agir, 1987.

ROMANCINI, Richard, LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis-SC: Insular,2007.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica**. Petrópolis: Vozes, 1986.

SOBRINHO, Barbosa Lima. **O problema da Imprensa**. São Paulo-SP: Edusp, 1926.

STEPHENS, Mitchell. **História das comunicações: do tantã ao satélite**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira,1993.

VITORINO, Artur José Renda. **Máquinas e Operários: mudança técnica e sindicalismo gráfico (São Paulo e Rio de Janeiro 1858-1912) – São Paulo: Ammablume: FAPESP, 2000**.

WILLIANS, Raymond. **Historia de lacomunicación**. Barcelona: Bosch,1992.

Sites consultados

www.difusora1250.com.br

www.radiocacula.com.br

www.jptl.com.br/band

<http://www.lr1.com.br/>

www.pantanalfm.com.br

www.cultura106fm.com.br

http://www.tesouro.fazenda.gov.br/estados_municipios/municipios.asp, acessado em 20/09/2012

<http://www.semec.ms.gov.br/control/ShowFile.php?id=93498> acessado em 20/09/2012

http://pt.wikipedia.org/wiki/Elmano_Soares , acessado em 21/08/2012

http://pau-rodado.blogspot.com.br/2011_04_01_archive.html, acessado em 20/06/2013

<http://www.treslagoasfm.com.br/a-radio>

<http://www.guiadoestudante.abril.com.br/estudar/historia/prensa-gutenberg-435887.shtml>,
acessado em 13/10/2012

http://www.fenaj.org.br/relinstitu/pesquisa_perfil_jornalista_brasileiro.pdf, acessado em
13/11/2013

<http://www.sindjorms.com.br/jornalismo/wp-content/tabela-sindicato-2012.pdf>, acessado em
13/11/2013