

O FUMO NA FOLHA DO JORNAL: REALIDADES EM CONSTRUÇÃO PELA TRAMA DO DISCURSO JORNALÍSTICO - O CASO GAZETA DO SUL E O COMPLEXO AGROINDUSTRIAL FUMAGEIRO

*Marcus Vinícius Minuzzi**

*Antonio Fausto Neto***

Resumo

Este artigo pretende sintetizar a discussão que se fez na dissertação de mestrado de mesmo título e que se preocupou em saber quanto ao papel que cumpre o jornal Gazeta do Sul no contexto do complexo agroindustrial fumageiro do Vale do Rio Pardo/RS. De modo mais específico, elaborou-se, por este estudo, uma reflexão sobre a participação do jornal no ritual das negociações que se realizam anualmente, entre indústria e fumicultores, para definição do preço do fumo. Através de pesquisa bibliográfica e da aplicação de alguns procedimentos metodológicos da Análise dos Discursos Sociais, foi elaborada uma descrição das estratégias através das quais o jornal constrói discursivamente o acontecimento representado pela negociação do preço do fumo. Ao mesmo tempo, uma reflexão sobre o funcionamento de tais estratégias aponta para indícios da existência de um espaço público inócuo, ou seja, para uma prática jornalística que não oferece maiores riscos de democratização no contexto das relações de poder que permeiam o complexo agroindustrial fumageiro.

Palavras-chave: jornalismo; discursos sociais; agroindústria do fumo.

Abstract

This article intends to summarize our master degree course dissertation. In fact, it pursues the understanding of Gazeta do Sul role in the tobacco agro industrial

* Jornalista, mestre em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc).

** Professor Doutor, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Unisinos, professor titular II.

complex in the Rio Pardo valley, in Rio Grande do Sul. In other words, we studied the participation of this journal in the negotiations, that takes place each year, between the industry and tobacco growers, in order to set tobacco prices. The strategies used by the journal to build up and cover the negotiations are described in our dissertation through a bibliographic research, and the application of some methods of social speeches' analysis. At the same time, a reflection on how such strategies work, points out to an innocuous public space, i.e. a journalistic practice that doesn't represent major risks of democratization in the context of power relations that permeate the tobacco agro industrial complex.

Keywords: journalism; social speeches; tobacco agro industry.

INTRODUÇÃO

A indústria do tabaco é a legítima perseguida. Incorpora, neste início de século, talvez a imagem de um dos segmentos de nossa contemporânea economia mundializada mais combatido e acossado por críticas, a par das riquezas que gera. Porém, assim como em alguns outros (poucos) pontos do mundo, há no sul do Brasil um reduto de resistência a tais ofensivas, que antes vê benefícios no lugar de mazelas em relação ao hábito de fumo, porque tira dele sua própria estruturação sócio-econômica. Trata-se de uma formação social bastante singular, e chama-se região fumageira do Vale do Rio Pardo (RS). Aí, alguns ingredientes misturam-se para engendrar relações sociais deveras interessantes. Há a herança de uma cultura teuto-brasileira, fator determinante para a configuração da economizado fumo, que hoje é reconhecida, historiograficamente, como uma das principais contribuições que a imigração alemã deu para a constituição da estrutura econômica do Rio Grande do Sul (VOGT, 1997). E se tal industriiosidade germânica rendeu a sólida riqueza material de uma região, sendo por isso motivo de um certo sentimento de orgulho, ou auto-confiança, vale dizer que hoje o controle sobre tal estrutura encontra-se em mãos de agentes externos – os agentes transnacionais da indústria tabaqueira. Por outras palavras, há um movimento histórico pelo qual a força de uma certa autonomia de construção social passou a combinar-se com elevadas doses de submissão.

Este é o panorama no qual resolveu-se inserir um estudo sobre práticas midiáticas. O curioso é observar que se pode traçar um paralelo entre ambas as situações. De um lado, aquela força autônoma de construção social, que torna-se submissa. De outro, cumprindo trajeto em algo correspondente, dos caminhos que conduzem da autonomia à submissão, está um certo sujeito midiático, aquele que estudamos, e que se insere neste contexto, cumpridor da função de ser espaço público - o jornal *Gazeta do Sul*.

É sabido, ou, ao menos, pretende-se afirmar, que as práticas midiáticas, especialmente, em nosso caso, no que se refere ao jornalismo de atualidade, são hegemônicas com relação a um papel que cumprem de visibilizar conhecimentos. Aí verifica-se uma

autonomia histórica e institucionalmente estabelecida. Pois é possível afirmar que a dissertação que se pretende apresentar neste artigo resume-se a uma tentativa de refletir sobre a experiência desta condição num contexto específico, o do complexo fumageiro. Assim como a força social autônoma, que se verga ante a força dos agentes econômicos transnacionais, há um representante local do moderno e autônomo modo de providenciar o funcionamento do espaço público que, de certa forma, encontra-se também sucumbindo perante o mesmo fator, o do poder concentrado pelo oligopólio fumageiro. Ou não será assim que acontece? É o que se pretendeu discutir, como estará visto nos parágrafos que seguem.

O CENÁRIO: O FUMO E O JORNAL

O chamado complexo agroindustrial fumageiro do Vale do Rio Pardo é uma formação histórica de aproximadamente 150 anos. Começou com a colonização por imigrantes alemães do hoje município de Santa Cruz do Sul, em 1849. Desde este início, o tabaco despontou como principal mercadoria regional, por assim dizer alavancando o processo local de desenvolvimento sócio-econômico (VOGT, 1997). O cultivo do fumo é feito por famílias de pequenos agricultores, fator que ainda hoje permanece inalterado. Mas é a acumulação de capital na mão de mercadores locais que dá origem a um processo de industrialização da matéria-prima. Há, portanto, um setor industrial fumageiro que se estabelece a partir das primeiras décadas do século passado. Contudo, apesar da origem local dos capitalistas envolvidos nesta gênese, muito determinante é a presença de uma companhia estrangeira, a British American Tobacco (BAT), de capital anglo-americano¹

A economia fumageira, portanto, forma sua espinha dorsal a partir da atuação do capital internacional. Esta internacionalização, vinculada assim à própria origem do setor, se consolida a partir da década de 1970. É neste período que o complexo fumageiro passa a assumir sua configuração básica atual, dona das seguintes características:

1) Trata-se de um oligopólio, controlado por quatro grandes corporações transnacionais – British American Tobacco (BAT), Universal Leaf Tobacco, Dimon Incorporated e Philip Morris (VARGAS, 2000). O formato oligopsonico corresponde a um controle sobre a produção e a comercialização da mercadoria tabaco, que é imune a interferências externas, como porventura a intervenção estatal (ETGES, 1991). Apenas uma das quatro grandes empresas, a Philip Morris, é fabricante de cigarros. As demais atuam no fomento ao cultivo agrícola, beneficiamento industrial e comercialização do fumo em folha. Com efeito, o complexo fumageiro estrutura-se em torno desta atividade

¹ A BAT instala-se na região em 1917, através de uma subsidiária, a Companhia Brasileira de Fumo em Folha, pouco depois denominada Souza Cruz, esta que é ainda hoje a empresa dominante do setor (VOGT, 1997).

básica de cultivo e processamento da matéria-prima fumo, processo anterior à confecção de cigarros. Concentrada no Vale do Rio Pardo, especialmente no município de Santa Cruz do Sul, tal atividade respondeu na safra 2001/2001 por uma produção de 637 mil toneladas, estendendo-se por instalações industriais e propriedades agrícolas dos três estados do Sul do Brasil (RS, SC e PR), onde 151 mil pequenos produtores rurais cultivaram o tabaco. Mais da metade da produção anual de fumo dirige-se para o mercado externo, sendo que em 2001 as exportações chegaram a totalizar o embarque de 414,5 mil toneladas do produto, gerando um resultado de US\$ 962,9 milhões². Hoje, a estrutura do complexo agroindustrial fumageiro do Vale do Rio Pardo, correspondente ao maior parque de processamento industrial de tabaco do planeta, é responsável por manter o Brasil na posição de quarto maior produtor e primeiro maior exportador mundial desta mercadoria.

2) O complexo fumageiro é uma cadeia agroindustrial onde a etapa agrícola do processo produtivo é executada por agricultores familiares sob o controle do capital industrial. Tal organização corresponde ao chamado Sistema Integrado de Produção³. Análises já produzidas (ETGES, 1991; VOGT, 1997) sobre esta relação dão conta de afirmar que através deste sistema, pelo qual os agricultores encontram-se atrelados às agroindústrias, dá-se um processo de submissão capaz de garantir a própria viabilização da atividade fumageira nos moldes em que ela se dá. Especificando um pouco mais o que se disse, é possível afirmar que um dos fatores de sustentação do complexo fumageiro provém de um processo de dominação, no interior do qual o capital industrial se apropria de parte do valor produzido pelo trabalho dos agricultores. No contexto desta submissão, é o baixo custo da mão-de-obra (correspondente à apropriação do valor do trabalho) e a qualidade do fumo produzido (decorrente de um processo quase-artesanal de produção, assegurado pela característica – familiar – da mão-de-obra) que garantem a bem sucedida colocação do fumo brasileiro no mercado mundial.

3) O complexo fumageiro, assim estruturado, criou uma relação de forte dependência econômica com a formação social na qual está inserido. Portanto, trata-se de uma formação – o Vale do Rio Pardo – que depende do fumo. Um dado significativo neste sentido é que 64% do PIB desta região é proveniente do setor fumageiro (SPIES, 1997, p. 6). A região é formada por um conjunto de 25 municípios (ETGES, 2001) que se estendem por uma superfície de 14.394 km² (5,09% do total do território gaúcho) e que se localizam na região centro-oriental do Rio Grande do Sul (COREDE, 1998). Aí reside uma população de 397.061 habitantes (IBGE, 1996 apud Corede, 1998). Neste contexto, o setor fumageiro responde por 59% dos empregos industriais, e por 56% do

² Gazeta do Sul, 31 de julho de 2002, página 8.

³ O sistema integrado prevê que os agricultores estão obrigados a comercializar sua produção à empresa com a qual firmam um contrato. Esta empresa, além de garantir a compra, intermedia o financiamento para custeio da safra, fornece os insumos, também providenciando transporte e assistência técnica.

valor produzido com as chamadas lavouras temporárias, principal modalidade de exploração primária da região⁴ (COREDE, 1998).

Acredita-se que os dados acima tenham sido eloquentes. Trata-se de uma realidade complexa, não estudada à exaustão, especialmente no que se poderia chamar de sua dimensão simbólica - ou aquilo que a Semiologia (campo teórico ao qual se remeteu a dissertação produzida, entendido como sendo um plano em que ocorre a produção de sentidos, plano este em que se inserem as práticas midiáticas). Enquanto pesquisador, nossa atenção sentiu-se atraída para esta realidade especialmente no que diz respeito ao aspecto do poder acumulado pela indústria fumageira e as formas de submissão engendradas entre os agentes econômicos transnacionais e indivíduos e instituições que experenciam e constroem a realidade local.

Aí se insere o jornal Gazeta do Sul. Um rápido vislumbre empírico e assistemático sobre como o jornal vive momentos de submissão ao poder fumageiro nós tivemos a oportunidade de vivenciar, na qualidade de operador direto do discurso da Gazeta do Sul⁴. Neste sentido, o trabalho de pesquisa que procedemos compreendeu um re-olhar sobre a questão fumageira, que transmutou-se, da condição de conteúdo jornalístico, para objeto de interesse científico. Mais do que isso, envolveu um olhar sobre si mesmo, o movimento do jornalista que, com esse novo olhar, pretendido como de ciência, observa a si próprio, a seu ofício, às organizações jornalísticas e à instituição social na qual encontra-se embebido.

Mas, afinal, que sujeito midiático é este, o jornal Gazeta do Sul? Preocupou-nos, prioritariamente, defini-lo como um jornal que se pretende e se propõe como dono da qualidade de "regional", abrangendo precisamente os 25 municípios do Vale do Rio Pardo. Neste sentido, a Gazeta toma providências tanto editoriais quanto econômicas para que se concretize o seu interesse de ser regional. A mesma região a que pertence e quer pertencer a Gazeta é a região que definimos como aquela que depende de modo estrutural da economia fumageira. Com isso, torna-se possível afirmar que, enquanto, obrigatoriamente, um agente econômico, a Gazeta do Sul também depende do fumo.

Fundada em 1945, a Gazeta pode ser também definida como o principal jornal desta região fumageira. Possui a maior tiragem entre os veículos impressos regionais - 18 mil exemplares, sendo 66% com circulação no município de Santa Cruz do Sul, onde encontra-se sediado o jornal. Dados produzidos pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc)⁵ fornecem elementos para se começar a supor que o jornal é um agente consolidado no que se refere aos hábitos de uso de veículos de comunicação social pela

⁴ Entre junho de 1998 e fevereiro de 2000, cumprimos na Gazeta do Sul a função de editor/repórter da sessão "Rural", cujo principal tema é a atividade de cultivo de tabaco.

⁵ Núcleo de Pesquisa Social (Nupes), Universidade de Santa Cruz do Sul. *Relatório de pesquisa: avaliação do jornal Gazeta do Sul*. Santa Cruz do Sul, abril de 2001.

população santa-cruzense. Detém 95,8% das preferências de leitura e 91,3% das assinaturas⁶. Questionados sobre a confiança que depositam no jornal, 84,9% dos entrevistados responderam que o consideram “confiável” ou “muito confiável”. Em síntese, tal base empírica de dados permite-nos, pelo menos, considerar a possibilidade de que trata-se, a Gazeta do Sul, de um jornal incorporado aos hábitos de uma certa população, havendo entre eles, jornal e sociedade, o que Alsina (1991) define como “contrato de confiança”. Este é um indício importante no contexto dos propósitos da pesquisa, uma vez que, a partir de determinadas postulações teóricas, estará se considerando a mídia jornalística, de um modo geral, como dona da propriedade de influir determinadamente no processo de construção da realidade social publicamente relevante (ALSINA, 1991).

Intervindo sobre este processo de legitimação de um veículo de comunicação social junto a uma comunidade estão aspectos da política editorial da Gazeta do Sul, como a prioridade que se dá ao noticiário local, e também uma certa atitude envolvendo o encampamento, por parte do jornal, de causas comunitárias (geralmente ligadas a questões infra-estruturais, como a construção de estradas, pontes ou hospitais)⁷.

Dados como estes permitem supor que a legitimidade do jornal, engendrada em um processo do tipo mão-dupla (onde não apenas a comunidade procura o jornal de acordo com suas necessidades de comunicação, mas também o jornal busca a comunidade para fixar-se junto a seus hábitos), faz parte do conjunto de ingredientes que tornaram a Gazeta do Sul o carro-chefe de uma estrutura empresarial correspondente ao segundo maior grupo de comunicações do interior do Rio Grande do Sul, atrás apenas do Grupo Sinos, com sede em Novo Hamburgo. Com efeito, o jornal não é o único, porém o principal veículo da organização empresarial denominada Gazeta Grupo de Comunicações, onde estão incluídos ainda outro jornal (um semanário) e mais quatro estações de rádio, além de um provedor de acesso a Internet⁸. Em 2001, o conjunto destas mídias atingia um público de 322,5 mil pessoas, ou algo correspondente a mais de dois terços da população do Vale do Rio Pardo, aqui caracterizada como sendo a região fumageira. Estes dados nos auxiliam novamente para sustentar a afirmação de que, nesta porção territorial onde uma formação social especializou-se na produção de fumo, há um relação construída, no campo da comunicação, envolvendo a consolidação da marca “Gazeta”.

⁶ Pertencem ao mesmo mercado editorial da Gazeta do Sul um veículo local, o Riovale Jornal, que, no mesmo levantamento, obteve a indicação de preferência de 5,8% dos leitores e 3,8% das assinaturas. Neste mesmo contexto, estão dois jornais estaduais, a Zero Hora, com 47,9% dos leitores e 15,4% das assinaturas, e o Correio do Povo, com 11,2% dos leitores e 13,5% das assinaturas.

⁷ Entrevista com o diretor de redação da Gazeta do Sul, Romeu Neumann, em 02/10/01.

⁸ Em outubro de 2001, o Gazeta Grupo de Comunicações possuía 187 funcionários, tendo somado, no ano de 2000, um faturamento de R\$ 8,7 milhões.

A ABORDAGEM

Estão aí, portanto, as duas pontas – complexo fumageiro e jornal Gazeta do Sul – do que pode se constituir em um problema de pesquisa. Como abordá-lo? Na realidade, o problema mesmo só se define mediante um aporte de conhecimentos teóricos, que é quem de fato problematiza a realidade. O vislumbre, como o permitido há pouco, pelos dados que se apresentaram, de que há relações sociais que se configuram com base no poderio econômico transnacional, incluída entre estas relações uma determinada prática midiática, representa um campo aberto para a multiplicidade de posições epistemológicas que se podem adotar, cada qual apontando para um certo tipo de conhecimento a ser produzido. O conhecimento que se forjou pela nossa pesquisa representa uma resposta que se obteve pela aplicação do ferramental teórico-metodológico concentrado na Análise do Discurso. Esta perspectiva nos coloca o jornal Gazeta do Sul como um sujeito semiótico, enunciador de um certo tipo de discurso, cuja constituição e reprodução submerge à superfície de realidade representada pelas atividades editoriais e econômicas do jornal. Neste subterrâneo, está o que se conceitua como uma “complexa cadeia polifônica” (FAUSTO NETO, 1991), onde um processo histórico de inter-relacionamento de falas (portanto, um inter-relacionamento de matérias simbólicas engendradoras de sentido) fez com que surgisse um modo específico de enunciar e constituir a realidade – modo este que, por assim dizer, salta da boca do jornal, aí então entendido enquanto representante de uma certa instituição social⁹. Falando de outro modo, a Gazeta do Sul é um representante local da instituição compreendida pelo jornalismo moderno, praticando e aplicando sobre as substâncias da realidade local as forjas do seu dizer modelador e, portanto, constituidor desta mesma realidade.

Claro, o jornal não é nenhum sujeito construidor absoluto. Se formos compreendê-lo como agente de um processo de construção de acontecimentos públicos (MOLOTCH e LESTER, 1993), o teremos enquanto protagonista deste mesmo processo, onde ocorre a co-participação de outros agentes – instituições, que são fontes de informação de um lado, e indivíduos, que são receptores de notícia, de outro. Deste transacionamento de dizeres forma-se a realidade social construída, ou a percepção dos acontecimentos públicos, que estão a constituir também o que se pode entender como uma noção de tempo público (MOLOTCH e LESTER, 1993).

Na senda das falas que se relacionam, de um modo geral, estabelece-se, invariavelmente, a tensão decorrente das disputas pela definição da “verdade” (PINTO, 1999). Neste processo específico de tessitura do cotidiano social, onde o chamado jornalismo

⁹ Rodrigues (2000) situa esta questão no contexto da teoria dos campos sociais. Aí, há o campo dos media, uma instituição da modernidade que cumpre a função de mediar e visibilizar socialmente os conhecimentos produzidos por outros campos, outras instituições, campos estes correspondentes a atuações especializadas sobre específicos domínios da experiência.

de atualidade constitui um âmbito determinante do espaço público moderno, a tensão encontra-se definida por uma certa hegemonia, ou protagonismo, do discurso jornalístico (FAUSTO NETO, 1999). Dono de certas prerrogativas, como a autonomia conquistada historicamente para regular o processo de visibilização dos fatos sociais, o jornal consegue adequar aos pressupostos deste delegado ofício as construções outras - definições outras sobre os acontecimentos, que emanam de outras origens e formações institucionais, onde se responde a ofícios sociais outros, outros campos do saber, fazer e poder, com atuação sobre seus específicos domínios da experiência. O jornalismo, por assim dizer, faz uma recodificação dos saberes que não são seus, porém fazendo-o conforme um gramática própria, sua, privativa do seu campo de atuação social - o campo da mediação dos saberes.

Esta perspectiva, portanto, nos coloca a Gazeta do Sul como uma espécie de frente avançada, ou localizada, desta historicamente constituída hegemonia, em pleno território fumageiro. Havendo este pressuposto, a questão que se apresenta é: como estará sendo o exercício de tal hegemonia - prática institucional consolidada, verdadeiro poder instituído e repassado a agentes especializados - no contexto específico e complexo da economia do fumo?

O jornal, aqui, portanto, responde a um princípio constituidor das modernas democracias ocidentais, cumprindo o papel de publicizar e sendo âmbito de disputas de sentidos. Cabe dizer que, em torno do senso de cotidiano social, há um aspecto da questão fumageira que interessou-nos mais particularmente e do qual aproximamos esta problematização que se construía. É o processo de submissão dos agricultores plantadores de fumo ao capital agroindustrial; e, dentro dele, o processo ritualístico de negociação do preço do fumo. Há uma hegemonia econômica histórica da indústria sobre os fumicultores, que se concretiza especialmente através do baixo preço pago pela matéria-prima. Simultaneamente, há uma ritualização estabelecida - o ritual da negociação do preço do fumo - que sempre nos pareceu constituir-se numa espécie de encenação que, como tal, cena produzida ou providenciada para que se veja, não poderia abrir mão da contribuição da mídia, o dispositivo socialmente armado para mostrar o que se quer que seja visto.

O problema, então, que formulamos, quedou-se nos seguintes termos: se a mídia cumpre a função de mostrar o que se quer que seja visto, possuindo poderes - a própria instituição imprensa - para fazer valer sua vontade, sendo portanto hegemônica, de que modo isso acontece no caso da negociação do preço do fumo? E mais ainda: como compreender a eficácia desta hegemonia orientada por um princípio de democratização (a visibilidade e o debate permitidos pelo espaço público midiático) diante do fato histórico de que há uma prevalência dos interesses da indústria (VOGT, 1997), em detrimento dos interesses dos fumicultores, na definição do preço do fumo?

A DEFINIÇÃO DA HEGEMONIA E A "VACINAÇÃO" DO ESPAÇO PÚBLICO

Diante disso, o procedimento de averiguação empírica adotado, conforme recomenda a Análise do Discurso, foi ler uma determinada "superfície textual". Isso correspondeu a um conjunto de textos (notícias) e títulos, distribuídos por cinco edições, tanto na capa como no interior do jornal. O conteúdo destas falas jornalísticas foi o processo de negociação do preço do fumo para a safra 2000/2001, que teve lugar entre novembro e dezembro de 2000. Conforme se adiantou acima, a questão do preço do fumo é um aspecto central na constituição do poder exercido pela agroindústria do fumo na sua relação com os agricultores. Isso porque a subremuneração do trabalho dos fumicultores pelas empresas é uma decisiva forma de submissão daqueles a estas. É por meio desta subremuneração, ou de uma não-remuneração do trabalho extra aplicado pelas famílias fumicultoras à produção, que a agroindústria extrai seus lucros (ETGES, 1991; VOGT, 1997).

O processo de definição do preço do fumo envolve dois momentos distintos. Primeiro, o ritual da negociação, onde as partes encontram-se em um espaço/tempo próprio para tal fim, e onde produzem-se acordos ou desacordos sobre a questão da remuneração do trabalho dos agricultores. Aí, o que ocorre é a definição de uma tabela de preços. Tal evento antecede o período de comercialização da safra, que é quando o preço definido no ritual de negociação efetiva-se através da compra da matéria-prima. Este segundo momento compreende uma polêmica histórica, na medida em que a indústria é constantemente acusada pelas entidades dos fumicultores de manipular os preços conforme suas conveniências, valendo-se de um mecanismo de classificação da qualidade do produto.

Nossa análise contemplou o noticiário, como já se disse, elaborado sobre o primeiro momento da definição do preço. Aí, participam uma série de agentes, entre os quais nos é apenas oportuno identificar, pela lado da indústria fumageira, o Sindicato da Indústria do Fumo, Sindifumo, e, pelo lado dos trabalhadores rurais, a Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra), além da Federação dos Trabalhadores na Agricultura (Fetag) do Rio Grande do Sul.

A Análise do Discurso vai atrás daquilo que é uma espécie de sustentação dos dizeres. Procura-se "marcas" nos textos que denunciam relações sociais. É na relação - e não nas palavras - que reside o sentido do que está sendo dito. Trata-se, portanto, de um procedimento de interpretação de textos. Porém, diferente de outros procedimentos interpretativos, propõe o valor daquilo que faz na escavação de uma certa historicidade subjacente aos atos de uso da linguagem. No caso de nossa pesquisa, a prospecção orientou-se pela busca de uma descrição e interpretação daquilo que a literatura sobre o tema define como trabalho de agendamento - aqui, portanto, o jornal é considerado uma espécie de agenda pública, guiado pela lógica da indicação de temas, expostos num painel captador da atenção social.

Ocorre que tal trabalho de agendamento se dá mediante regras que vacilam, como não poderia deixar de ser, entre a universalidade moderna da instituição imprensa e a singularidade das organizações jornalísticas concretas, inseridas em contextos imediatos específicos. Aí mora a hegemonia do discurso jornalístico, ou o seu casamento, podemos supor, com formas de dominação ou subordinação sua em relação aos agentes extramidiáticos.

Assim, a leitura que procedemos colocou-se na busca destes movimentos tensionadores, de definição das relações de poder. Primeiramente, aflorou uma descrição do trabalho de agendamento, através do qual define-se a hegemonia discursiva do jornal. Com isso, nos foi possível afirmar que tratou-se, o agendamento, de um relato informativo e avaliador, balizado por valores tipicamente jornalísticos como a atualização, a atratividade, a antecipação e a dramatização (mais especificamente, neste último item, através do ingrediente da tensão). Um tal relato incluiu ainda algumas doses de didática e de serviço. Todos estes elementos, ao que nos pareceu, foram colocados na busca da consecução de três objetivos bastante básicos da economia discursiva jornalística: 1) Fazer o relato constante e interminável do presente, tarefa a que está incumbido o sujeito jornalístico, o que, trocando os termos, pode ser entendido como um trabalho de tessitura do tempo social (o tempo relativo ao presente, ao cotidiano do complexo fumageiro); 2) Proporcionar determinada inteligibilidade ao fato relatado - uma inteligibilidade que diz respeito, especialmente, à facilitação da apropriação de conteúdos pelo leitor; 3) Através de elementos de atração, como a tensão e a antecipação, “pescar” o leitor, idealizado como um ente que tem entre suas principais características ser alguém fugidio - talvez uma espécie de peixe escorregadio que habita o oceânico mundo da informação na sociedade moderna.

A situação, portanto, é a de uma adequação discursiva que persegue determinados objetivos, realizando-se por este meio uma certa hegemonia. Posicionando-se precisamente no papel de um mediador, o jornal recolheu dizeres dos atores presentes na cena da discussão do preço do fumo, com o objetivo de relatar o acontecimento. Assim procedendo, de acordo com uma concepção de linguagem verbal humana enquanto elemento de função constitutiva, o jornal construiu o próprio acontecimento, imprimindo nele marcas suas, próprias do seu modo de classificar a realidade.

Além da descrição das características do relato jornalístico, a hegemonia do jornal também melhor se define através de uma descrição do jogo de tensões estabelecido no contato entre agendas - a agenda do jornal, relacionando-se com as diferentes agendas das entidades que participam da negociação. O que se encontrou aí foram estratégias de atuação. No nível do jornal, uma estratégia que corresponde à administração do próprio funcionamento do espaço público - do seu uso e ocupação pelos atores que se apresentam para nele estar presente, por partes das entidades que negociam o preço do fumo, estratégias do próprio uso, ou ocupação, deste espaço. De um modo geral, as falas das entidades executaram dois movimentos básicos: 1) o de antecipar, ou prolongar, pelo

jornal, o tempo da reunião do preço, lançando no espaço público falas dirigidas aos interlocutores da negociação - a indústria falava às entidades dos fumicultores e vice-versa; 2) o de legitimar-se junto ao “público fumicultor”, ou seja, os plantadores de fumo, atores mais imediatamente interessados no desenrolar da negociação e que têm no relato midiático talvez o principal modo de conhecer o “acontecimento” do processo negociador. A estas estratégias, como já se disse, soma-se a do jornal, que orienta-se pela sua função institucional, ou seja, a de elaborar o relato visibilizador, neste caso, a visibilização da negociação do preço.

Do material analisado, uma certa característica deste confronto de estratégias discursivas merece ser destacada. Ela diz respeito ao fato de que, diferente do que poderia ser lógico supor, considerando-se o poder concentrado pela agroindústria do fumo, gerador de uma severa dependência econômica regional, o jornal cumpriu uma estratégia que se pode definir como composta por traços de favorecimento aos agricultores, acarretando, com isso, a deflagração de lances de submissão da indústria. Neste sentido, as marcas encontradas no texto jornalístico permitiram afirmar que o jornal, cumprindo a função de relator do fato, deixou-se contaminar por algo da lógica discursiva das entidades dos fumicultores. Com isso, realizou um agendamento angulado, em alguma medida, pelo olhar das entidades sindicais, inclusive adotando, obviamente que de modo disfarçado, algo da retórica beligerante ou semi-beligerante destas entidades. Nossa hipótese, contudo, é de que isso acontece em função de uma disposição ideológica que pertence não ao jornal Gazeta do Sul, enquanto estrutura editorial, mas ao operador do discurso jornalístico (o repórter/editor que elaborou o material noticioso em questão).

Outros elementos, com relação às estratégias das entidades negociadoras para ocupação do espaço público são dignos de nota. No caso da indústria, observaram-se movimentos como os de uma tergiversação, na busca de um esvaziamento das tensões havidas entre as partes. Aí, o discurso da indústria apresenta-se como harmonizador: quer fazer crer aos fumicultores que a integração entre trabalho e capital é vantajosa na mesma medida para ambos os lados. No caso das entidades dos fumicultores, cabe notar que não detectou-se uniformidade nos procedimentos estratégicos de ocupação do espaço público. A Fetag deixou transparecer uma mais forte vontade de afirmação identitária, como forma, pode-se supor, de se distinguir, perante os fumicultores, da sua parceira de negociação, a Afubra, fato que atribuímos à existência do que se considera até mesmo uma rivalidade histórica entre as duas entidades de classe (VOGT, 1997). Já a Afubra, conforme foi possível observar, pautou sua estratégia mais pela discricção do que pela auto-afirmação, o que associamos ao papel ambíguo que historicamente esta entidade tem desempenhado na sua relação com a indústria¹⁰.

¹⁰ A suposição de que a Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra) é ambígua na sua tarefa de representar os interesses dos agricultores perante a indústria é determinante inclusive em alguns dos resultados a que se chegou por meio da reflexão proposta pela pesquisa. O embasamento para tal suposição foi retirado

Os dados apresentados acima nos conduziram à seguinte afirmação: houve uma hegemonia do jornal, o que nos permitiu confirmar a hipótese de que, também no caso *Gazeta/fumo*, o discurso jornalístico, a exemplo do que ocorre no amplo contexto das modernas democracias ocidentais, exerce determinadas hegemonias no processo de construção dos acontecimentos públicos. Porém, o que haveria de específico neste desempenho hegemônico, institucionalmente previsto, no específico contexto do complexo agroindustrial fumageiro do Vale do Rio Pardo?

Tentamos responder a esta pergunta lançando mão de uma espécie de imagem-resultado que obtivemos pela pesquisa. Tal imagem corresponde à idéia de que o processo de negociação do preço do fumo compreende uma rotina ritualizada, da qual é impossível desprender, ou descolar, o desempenho da mídia. Desta forma, propõe-se compreender a discussão do preço do fumo como um formato democratizante dentro do qual se disputa a definição da remuneração paga pelo capital agroindustrial aos fumicultores, sendo tal formato duplamente composto por: 1) a própria negociação do preço, orientada pelo princípio do diálogo aplicado à necessidade de solucionar uma relação econômica - a remuneração dos agricultores - que tende ao conflito; 2) a cobertura jornalística que se dá a tal negociação, como forma de lhe conferir visibilidade social.

Esta imagem nos autorizou a pensar que o ritual da discussão do preço do fumo envolve assim dois processos simultâneos de negociação. O primeiro, que é central, corresponde à própria disputa entre indústria e agricultores pelo nível da remuneração do trabalho - uma negociação, portanto, em torno de um objeto econômico. Em segundo lugar, está a negociação envolvendo o jornal e as entidades de representação da indústria e dos fumicultores em torno do relato midiático que está se elaborando concomitantemente à disputa econômica - o que corresponde, portanto, a um processo de negociação simbólica.

É neste segundo processo que se manifesta uma determinada (e, conforme nos foi dado supor, limitada) vitória do jornal, transparecendo aí uma aplicação previsível do formato democratizador correspondente ao trabalho da imprensa - ou seja, conforme era esperado, dada a uniformidade moderna do modo de funcionamento do espaço público midiático, o jornal exerce sua hegemonia discursiva. Já o que surge de específico neste contexto decorre do relacionamento entre as duas hegemonias - relação esta que surge por consequência do paralelismo dos dois processos de negociação, o econômico e o simbólico.

especialmente da obra de Vogt (1997), que tratou de historiar a trajetória da entidade, nela identificando acontecimentos que estariam permitindo crer no cumprimento do referido duplo papel: ao mesmo tempo em que representa politicamente os fumicultores em processos decisivos, como a definição do preço, a Afubra possui - sustenta Vogt - uma espécie de atrelamento orgânico com a indústria fumageira, que lhe impede ações de defesa mais contundentes de seus representados.

Por que, pode-se perguntar havendo a hegemonia do sujeito jornalístico na definição do relato que é contributo essencial para a noção de realidade pública acerca da questão do preço do fumo, o que estará ocorrendo para que mantenha-se historicamente, de modo tão contundente, a hegemonia da indústria no processo de definição do preço do fumo? Claro, sabe-se que não é o dispositivo midiático de democratização o responsável absoluto pela qualidade das relações no interior do complexo fumageiro. Mas - perguntou-se - no que diz respeito ao papel que lhe é delegado (ou ao potencial de democratização que idealizadamente possui este papel) como está sendo o desempenho do jornal? O que estará ele fazendo ou deixando de fazer, se for considerada a constância da hegemonia da agroindústria do fumo?

A reflexão elaborada apontou para a idéia de que a existência do processo de visibilização social, a complementar o ritual da discussão do preço, representa a existência de um espaço onde a indústria do fumo é obrigada a fazer-se presente, correndo com isso certos riscos, ou perigos. Por exemplo: no caso da negociação de preço cujo noticiário foi colocado em análise, ela teve sua imagem arranhada por atos de fala do sujeito jornalístico, que havia se deixado contaminar pela lógica do discurso das entidades dos agricultores. Porém, se o espaço público representado pela *Gazeta do Sul* leva algum perigo à concentração de poder pela indústria fumageira, ele parece configurar-se muito mais como inócuo devido a alguns fatores por nós levantados, que nos arriscamos a chamar de fatores que "vacinam" o espaço público.

Tais fatores possuem o estatuto de suposições explicativas altamente carregadas de provisoriade: na dissertação, o que fizemos foi especular possíveis explicações para a questão que se impôs mediante a descrição que elaboramos da hegemonia do jornal e que interroga, entre outras coisas, o papel que vem cumprindo o dispositivo midiático de democratização perante a hegemonia histórica da indústria. Mais especificamente, o que fizemos foi levantar hipóteses que pudessem indicar caminhos a uma resposta desejada, e que esclareceria a seguinte questão: há algo no jornal que estaria atrapalhando, ou abafando, o desempenho de sua função democrática? Com isso, delineamos três fatores que podem estar concorrendo para este "atrapalho" das funções democráticas, que inoculam/vacinam o espaço público. São eles: 1) A própria linguagem simplificadora do discurso jornalístico, que, mais preocupada com demandas como, por exemplo, a obrigatoriedade institucional do trabalho permanente de atualização dos acontecimentos, deixa de tecer relatos que permitam a construção de uma realidade mais complexa - de uma complexidade imprescindível para a formação de uma maior consciência política entre os fumicultores, que assim poderiam trabalhar com maior grau de autonomia na reequilíbrio da sua relação com a indústria; 2) o quadro institucional especialmente marcado pela presença de uma entidade ambígua de representação dos fumicultores, a Afubra, que, junto com a indústria, parece conformar situações que chamamos preliminarmente de "uníssono institucional" e "monopólio da fala" sobre a questão fumageira, decorrendo deste contexto uma quase completa rarefação de relatos alternativos

institucionalmente legítimos com os quais o jornal possa compor relatos mais complexos; 3) o fator estrutural da dependência da economia regional em relação à economia do tabaco, conforme também uma hipótese preliminar, que estaria a provocar uma espécie de temor do jornal em relação à indústria, impedindo-o de construir, assim, como os outros dois fatores de “vacinação” do espaço público, uma realidade mais analítica ou problematizadora sobre a natureza das relações de poder que permeiam o complexo agroindustrial fumageiro¹¹.

São estes fatores, como se tentou deixar perceber, muito mais omissões, ou não-ações, do que ações positivas, e que conferem ao espaço público em questão o seu caráter que estamos chamando de “inócuo” - porque não representa perigo democratizador à concentração de poder pela indústria. O que nos leva a afirmar que, no campo da realização da hegemonia ideológica da agroindústria do fumo, no interior de questões vitais como a definição do valor da remuneração do trabalho aplicado na produção agrícola de sua matéria-prima básica, e naquilo que concerne à elaboração simbólica por vias jornalístico-midiáticas, parece ter lugar uma espécie de *realização escura*, que se dá mais pela não-ação do que pela ação, mais pelo não-dito do que pelo dito. São os dizeres que o jornal deixa de lançar pela sua natureza de produto cultural moderno, favorecendo assim uma mais fácil validação das posições da indústria. São os ataques que a Afubra deixa de lançar no espaço público, contribuindo desta forma para um clima de não-insatisfação entre os fumicultores. É a retração temerosa do jornal, que prefere não arriscar-se em outros ditos por uma questão de sobrevivência sua e dos outros atores dos quais depende e com os quais encontra-se ligado por um fio específico que, unindo-os, os torna personagens de um mesmo drama. É este o fio da dependência do complexo fumageiro, que tão acentuatadamente trabalha na tessitura da existência da região do Vale do Rio Pardo.

¹¹ A especulação em torno deste fator de “vacinação” do espaço público tem entre seus fundamentos a elaboração de alguma base empírica de dados. Mais especificamente, obteve-se junto ao jornal números relativos às receitas publicitárias provenientes do setor fumageiro. Através de entrevista com o diretor financeiro da empresa, Jones Alei da Silva, soube-se que, do conjunto do faturamento publicitário no ano de 2001, apenas 2,81% são resultado de anúncios pagos por atores do complexo fumageiro - empresas e Afubra. Dentro destes 2,81%, uma significativa parcela - 1,75% - corresponde a anúncios angariados através do projeto editorial de publicação do “Anuário Brasileiro do Fumo”. Conforme declaração do diretor de redação do jornal, Romeu Neumann, a interpretação que a empresa dá para estes dados é de que o setor fumageiro pouco contribui na receita publicitária do Grupo Gazeta (receita esta que, em 2001, correspondeu a 66,21% do faturamento do grupo). Contudo - e é isso o que queremos ressaltar - a empresa tem consciência de que se não depende diretamente da economia do fumo, depende de modo indireto, a partir do momento em que seus anunciantes mais efetivos fazem parte de uma economia local que é em grande parte impulsionada pela atividade tabaqueira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre as justificativas para a elaboração do trabalho que acaba se se apresentar esteve a perspectiva de que, estudando-se o caso Gazeta/fumo, estaria-se aportando elementos capazes de contribuir na reflexão que se faz, especialmente no âmbito da temática do desenvolvimento regional, sobre as intrincadas relações entre o global e o regional. Neste sentido, acreditamos que o que se obteve mais concretamente foi a indicação de que as práticas midiáticas aí analisadas possuem como que uma dupla pertença a movimentos globalizantes (ou universalizantes). Primeiro, pode-se dizer que a Gazeta do Sul enquadra-se num perfil vulgar de desempenho do papel de operar o espaço público moderno, pelo fato de que concretiza, efetivamente, sua hegemonia enquanto agente midiático. Ou seja, a Gazeta não se diferencia em relação a outros sujeitos jornalísticos, pertencentes a outros contextos sócio-culturais e econômicos, no que diz respeito a esta característica fundamental do jornalismo moderno - a do exercício de uma certa hegemonia discursiva.

Porém, se o que há, aí, é a universalização de um sistema político, a moderna democracia ocidental - que se sustenta, entre outros pilares, sobre a liberdade de imprensa, algo vinculado, portanto, a um movimento de expansão civilizatória - de outro lado se constata o efeito de um outro movimento universalizador. Contudo, diferente do instituto imprensa que encarna um princípio de liberdade, o que há neste segundo movimento é o processo de submissão a agentes econômicos transnacionais, que pode ser encarado enquanto prática também tornada universal, se formos considerar o atual contexto da economia globalizada. É isso que nos autoriza a pensar no caso Gazeta/fumo como uma expressão regionalizada de princípios universalizados que se excluem - a transparência e o diálogo prometidos pelo jornalismo são anulados pelo caráter imperativo que assumiu, em nossa época, a dimensão econômica das relações sociais.

Isso tudo nos faz lembrar de algo dito pelo escritor português José Saramago, num artigo escrito por ocasião da realização do 2º Fórum Social Mundial, em Porto Alegre (RS), entre janeiro e fevereiro de 2002. Diz Saramago: “Todos sabemos que é assim (*que ocorre o domínio do poder econômico das multinacionais sobre a democracia*) e contudo, por uma espécie de automatismo verbal e mental que não nos deixa ver a nudez crua dos factos, continuamos a falar de democracia como se tratasse de algo vivo e actuante, quando dela pouco mais nos resta que um conjunto de formas ritualizadas, os inócuos passes e gestos de uma espécie de missa laica”¹².

¹² O artigo chama-se “Da justiça à democracia, passando pelos sinos”, e foi publicado no caderno *Cultura* do jornal Zero Hora, página 2, em 9 de fevereiro de 2002.

REFERÊNCIAS

1. ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 208 p., 1993.
2. CONSELHO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO VALE DO RIO PARDO. *Plano estratégico de desenvolvimento do Vale do Rio Pardo*. COREDE-VRP: EDUNISC, 1998.
3. ETGES, Virginia Elisabeta. *Sujeição e resistência: os camponeses gaúchos e a indústria do fumo*. Santa Cruz do Sul: FISC, 1991.
4. FAUSTO NETO, Antonio. *Comunicação e mídia impressa – estudo sobre a AIDS*. São Paulo: Hacker Editores, 196 p., 1999.
5. _____. *Mortes em derrapagem - os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 204 p., 1991.
6. GAZETA DO SUL. Santa Cruz do Sul, 31 jul. 2002.
7. MOLOTCH, H., LESTER, M. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Néilson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 360 p., 1993.
8. PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.
9. RODRIGUES, Adriano. Experiência, modernidade e campo dos media. In: *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. MONTEIRA DE SANTA, R. N. (org). Teresina: Ed. Revan/UFPI, 2000.
10. SARAMAGO, José. Da Justiça à democracia, passando pelos sinos. *Zero Hora*, Porto Alegre, caderno Cultura, p. 2-3, 9 fev. 2002.
11. SPIES, Rosalice Silva. O impacto de uma variação na demanda regional final sobre a economia do Vale do Rio Pardo-RS. In: *Estudos do CEPE – Centro de Estudos Econômicos*, n. 5 (jan./jun. 1997). Santa Cruz do Sul: Edunisc, 1997.
12. VARGAS, M.A, SANTOS FILHO, N., ALIEVI, R.M. Análise da dinâmica inovativa em arranjos produtivos no RS: complexo agroindustrial fumageiro. In *Estudos do CEPE – Centro de Estudos Econômicos*, nº 9/10 (jan./dez. 1999). Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2000.
13. VOGT, Olgário Paulo. *A produção de fumo em Santa Cruz do Sul, RS: 1849-1993*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 283 p., 1997.

Recebido para publicação em 24/10/03

Aceito para publicação em 06/01/03