

A Uva e o Vinho em 80 Anos de Notícias do Jornal Correio Riograndense¹

Aline Luísa Bisol²

Roberto Villar Belmonte³

Centro Universitário Ritter dos Reis – UniRitter, Porto Alegre, RS

Resumo

O presente artigo analisa como o jornal Correio Riograndense noticiou a uva e o vinho em oito décadas (1948-2018). O levantamento de aspectos bibliográficos e documentais possibilitou a observação de um panorama histórico da contribuição do veículo na consolidação da vitivinicultura na Serra Gaúcha. A pesquisa resultou na identificação do jornal como vetor de notícias econômicas, voltadas às políticas monetária e fiscal, à cotação da safra da uva e da exploração do enoturismo. Através de notícias estruturadas pelo lead e seguindo o formato de pirâmide invertida, o veículo acionou fontes oficiais, além de entidades e vinícolas do setor para ilustrar a situação financeira dos produtores de uva e vinho da região serrana do Rio Grande do Sul.

Palavras-chave: Uva, vinho, jornalismo rural, jornalismo econômico

Introdução

O tema uva e vinho tem relevância pelo valor econômico e cultural da vitivinicultura na Serra Gaúcha, região onde circulava o jornal Correio Riograndense até 2015⁴, objeto deste estudo. O veículo semanário tinha como missão levar informações sobre agricultura e saúde para os colonos descendentes de imigrantes italianos, fator que contribuiu ainda para a formação de valores culturais, comunitários e religiosos, já que o jornal foi criado em 1909 pela Ordem dos Freis Capuchinhos.

O intuito deste artigo é apresentar os resultados de uma pesquisa realizada como Trabalho de Conclusão de Curso no segundo semestre de 2018. Nesse sentido, o presente artigo faz-se importante pelo registro e identificação dos aspectos sobre a uva e o vinho publicados no jornal em oitenta anos, desde 1948 até 2018. Para isso, foi preciso revisar a bibliografia sobre vitivinicultura na Serra Gaúcha, bem como sobre jornalismo local, rural e econômico. A metodologia utilizada foi Análise de Conteúdo. A análise das notícias evidenciou o uso da técnica do lead e a predominância da temática vitivinícola sob o viés econômico.

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Jornalista formada pelo Centro Universitário Ritter dos Reis – UniRitter em fevereiro de 2019.

³ Doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da UFRGS e orientador do TCC no Centro Universitário Ritter dos Reis – UniRitter. E-mail: rvillar21@gmail.com.

⁴ Desde 2015 o jornal tem apenas uma versão digital: <<http://www.correioriograndense.com.br>>.

Uva e Vinho na Serra Gaúcha

O cultivo de parreiras na região nordeste do Rio Grande do Sul, onde situa-se a Serra Gaúcha, representa o ressurgimento da vitivinicultura no Brasil (SOUSA, 1996), uma vez que a produção da fruta no estado passou por interrupções, crises e mudanças de espécies de uva até que a chegada dos imigrantes italianos consolidasse definitivamente a uva e o vinho como sua representação econômica, social e cultural (DAL PIZZOL; SOUSA, 2014).

Os imigrantes italianos, fugindo da unificação italiana, foram direcionados ao Rio Grande do Sul a partir de 1875 para popularizar a serra do estado e trouxeram consigo castas europeias de vitis vinífera. Ferreira V. e Ferreira M. (2016) consideram que a tradição do vinho foi trazida com os italianos originários do Vêneto, da Lombardia e de Trento e implementadas nas primeiras colônias fundadas na Serra: Dona Isabel, onde hoje situa-se Bento Gonçalves, Conde D’Eu, hoje Garibaldi, Campo do Bugres, atual Caxias do Sul, e Nova Vicenza que originou a cidade de Farroupilha.

Ao chegarem à cidade portuária de Porto Alegre, os imigrantes precisavam desbravar a subida da serra passando pelos povoados alemães já bem estruturados que serviram de paradoro e comércio para os recém-chegados italianos. Foi nessas passagens e nas subidas e descidas para comprar mantimentos que os imigrantes italianos tiveram os primeiros contatos com a uva americana Isabel (FERREIRA, V.; FERREIRA, M., 2016), variedade que consolidou, de fato, a atividade vitivinícola no Rio Grande do Sul.

Para Sousa e Martins (2002), a vitivinicultura brasileira somente adquiriu importância econômica com a chegada dos imigrantes italianos, que se estabeleceram nos estados do Rio Grande do Sul e São Paulo no final do século XIX. Em território gaúcho, as cidades serranas que tiveram a economia baseada na vitivinicultura foram prioritariamente Caxias do Sul, Bento Gonçalves, Flores da Cunha, Farroupilha e Garibaldi (DAL PIZZOL; SOUSA, 2014). Ainda que a imigração tenha expandido para cidades como Erechim, Palmeira, Três Passos e Soledade, pois nessas localidades foi mantida a tradição das videiras apenas para o consumo próprio, mantendo os hábitos culturais italianos.

A potencialidade do solo virgem, a umidade e o sol quente do verão da serra, aliados ao vigor natural da videira Isabel, faziam as plantas desenvolverem-se e crescerem admiravelmente, com seus longos

galhos e enormes folhas. O colono, prazerosamente vinha tendo o espelho de uma nova e promissora cultura para toda a região colonial italiana. E o tempo demonstrou que ele não se havia equivocado. (FERREIRA, V.; FERREIRA, M., 2016, p. 70).

Atualmente o estado do Rio Grande do Sul passa pela fase de reconhecimento do valor cultural e histórico dos vinhedos. Nesse sentido, conforme dados do Cadastro vitícola do Rio Grande do Sul está em pleno desenvolvimento a manutenção deste patrimônio através da qualificação do setor e da exploração do enoturismo.

Jornalismo local

O conceito de localidade é entendido por Peruzzo (2005) expandindo o critério exclusivamente focado nas fronteiras geográficas.

Para lá das dimensões geográficas, surge um novo tipo de território, que pode ser de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação etc. Dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico culturais (língua, tradições, valores, religião etc.) e de proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança, crenças etc.) são tão importantes quanto as de base física. São elementos propiciadores de elos culturais e laços comunitários que a simples delimitação geográfica pode não ser capaz de conter. (PERUZZO, 2005, p. 8)

O papel do jornalismo local, nessa localidade expandida, geográfica e cultural, é o de contextualizar o mundo, mas também de reinserção do indivíduo em sua região e de defesa do interesse público.

Estamos vivenciando novos tempos, marcados pela emergência de um forte sentimento de cidadania, que tem revitalizado a nossa vida comunitária. É plausível que a imprensa dos grotões brasileiros (ou daquelas cidades situadas nos entornos metropolitanos construídos pelo agronegócio), desafiada pela vigilância comunitária, acerte o passo com o interesse público. E, dessa maneira, corte o cordão umbilical que a atrelava economicamente ao poder local, passando a orientar sua política editorial em consonância com as legítimas aspirações dos seus leitores. (MELO, 2009, p. 252).

Para desempenhar esse papel, o jornalismo local tem um desafio econômico. Guareschi e Biz (2005) defendem que a liberdade de imprensa não pode ser confundida com a liberdade de empresa, que se valem da exploração da economia local como fonte de lucro. Da mesma forma, Pena (2013) pondera sobre os interesses privados, já que “a publicidade é a financiadora, portanto, as corporações capitalistas é que promovem sua difusão. [...] Capital e informação andam juntos. E passam por cima de regionalismos e

culturas locais” (PENA, 2013, p. 98). O autor teme que os financiadores sejam poupados pela mídia local caso cometam irregularidades, desviando assim o jornalismo do seu viés fiscalizador.

Jornalismo Rural

Antes de conhecer as origens do jornalismo rural, é preciso entender o que é a comunicação rural. Isso porque, segundo Bordenave (1988, p. 7), “ela é o conjunto de fluxos de informação e influência recíproca entre os componentes do funcionamento da agricultura”. Nesse sentido, o jornalismo rural enquadra-se no que o autor refere como comunicação rural impessoal, ou seja, aquela em que se empregam meios de comunicação como jornal, rádio, revistas. Portanto, através destes canais é que a comunicação agrícola gera o diálogo entre o Estado e a população agrícola. Bordenave (1988) afirma ainda que é por meio desse processo que a informação agrícola e a extensão rural atingem estes três protagonistas articulando a ponte entre problemas e soluções.

Tal entendimento pode-se atribuir à concomitância da extensão rural que, segundo Bordenave (1988), trata-se de uma tarefa persuasivo-comunicativa dos agentes que instalou-se no Brasil no final dos anos 1950. Segundo o autor, a mudança de orientação teve por causa o estabelecimento, no Brasil, da cooperação técnica norte-americana nos campos da agricultura, saúde, educação, que tentou, com sucesso, transferir os resultados das pesquisas agrícolas para os agricultores.

O objetivo fundamental da informação agrícola e da informação rural era a difusão de inovações tecnológicas que incrementassem a produção e a produtividade da agricultura. Tanto uma como a outra apelavam não só para a informação e a instrução, mas também para a persuasão, visto que a meta era conseguir mudanças de comportamento nas pessoas. (BORDANEVE, 1988, p. 28).

Venâncio (2005) sustenta a ideia do conceito americano de extensão rural, baseado na divulgação científica das universidades, uma vez que as revistas sempre entenderam que o jornalista era um braço auxiliar da modernização da agricultura. Foi nesse contexto, em 1960, em que ocorreu a profissionalização das revistas de tecnologia. Santos e Bueno (2015) entendem que tal linguagem técnica proveniente do jornalismo rural pertence ao escopo do que hoje organiza-se como jornalismo científico.

A cobertura jornalística tem, ao longo do tempo, assumido diferentes perspectivas, migrando de uma proposta que, em alguns momentos,

incorporou um tom marcadamente panfletário, meramente noticioso ou opinativo, como nos tempos do Império e dos primórdios do período republicano brasileiro, para outra mais recente, mais refinada, com o objetivo de dar conta da complexidade de algumas temáticas, com um viés essencialmente técnico-científico. (SANTOS; BUENO, 2015, p. 7)

Nesse sentido, Santos e Bueno (2015) acreditam que esta organização é o que tem mantido o jornalismo rural em atividade, já que essa subárea têm se legitimado pela criação de editorias específicas no jornalismo impresso (notadamente na grande imprensa) e de veículos segmentados e por agrupar profissionais que cobrem exclusiva ou prioritariamente essas temáticas. Para Maio (apud SANTOS; BUENO, 2015, p. 9), a sobrevivência do jornalismo rural está atrelada à regionalidade. O tema sobrevive em sites noticiosos de municípios do interior.

No entanto, assim como o fenômeno da globalização acaba por valorizar características da localidade, a cobertura jornalística especializada em agro encontra abrigo no chamado jornalismo de proximidade, persistindo em sites noticiosos mantidos em pequenos centros urbanos. O conceito de jornalismo de proximidade está atrelado a questões como as dimensões geográfica e temática, a construção de identidades comuns e o modo diferenciado de posicionamento perante os acontecimentos. (SANTOS; BUENO, 2015, p. 27).

Portanto, a cobertura local tende a garantir sobrevivência ao jornalismo agropecuário, ainda que os interesses empresariais se sobreponham à essência das raízes rurais daquela população. Bordenave (1988) atribui tais interesses às implicações do desenvolvimento rural, que é concebido com caráter técnico-econômico, mas é absorvido socialmente com caráter político-social de transformação radical e global em que as funções da comunicação rural adquirem sua máxima expressão de diálogo e participação nesta perspectiva transformadora.

Jornalismo Econômico

No entendimento de Caldas (2012), o jornalismo econômico tem a mesma idade da imprensa, uma vez que não há registro de um jornal sem notícias de fatos econômicos. Com isso, a autora afirma que “o jornalismo econômico não nasceu com a ditadura militar de 1964, como afirmam alguns” (CALDAS, 2012, p. 11). Tal ideia é sugerida por autores como Paula Puliti (2013, p. 42) que afirma que “o desenho traçado sobre a construção do noticiário econômico tem entre suas mais marcantes evidências o impulso

que o próprio regime militar deu à informação econômica, na esteira da censura aos conteúdos políticos”.

Para Kucinski (2007, p. 16), “apesar de reforçar a ideologia do consumismo junto às classes médias, trata-se de um jornalismo que recoloca o cidadão como sujeito da história e objeto da preocupação jornalística”. A função de “aliciador da consciência nacional é defendida por Puliti (2013, p. 43): “Para o leitor não-especializado, o jornalismo econômico assumiu a função de explicar os impactos dos juros altos e da inflação sobre alugueis, salários, emprego e prestações”.

Foi nesse período em que o cenário político e histórico tinha o peso da censura que proliferaram, segundo Puliti, as assessorias de imprensa nos ministérios, autarquias e empresas públicas vinculadas à área econômica. Caldas (2007) chama este fenômeno de economia popular, uma vez que a “experiência estimulou donas de casa a praticar o saudável hábito de ler jornal, informar-se sobre o aumento do preço do pão e da carne” (CALDAS, 2007, p. 9). Com isso, a autora destaca que se o jornalista desconhece tais sutilezas das relações econômicas, tende a fazer abordagens simplistas e conclusões que se afastam dos fatos e da razão. Caldas (2007, p.50) amplifica o papel de mediador do jornalista “sobretudo no jornalismo econômico, que trata de poder e dinheiro, é preciso ser honesto e responsável, limitar o texto estritamente aos fatos apurados, não cair na tentação de ganhar uma capa de jornal em troca de exagerar só um pouquinho”.

Para Kucinski (2007, p.173), o que deve nortear a cobertura econômica, independente do meio, é a ética jornalística, uma vez que ela “implica escolhas, opções, direções a seguir, com diferentes consequências”. Segundo o autor, é tal conduta que distingue o jornalismo de outras atividades, como a “propaganda, que faz proselitismo, a publicidade que quer vender uma mercadoria, ou a assessoria de imprensa que quer proteger a imagem de uma empresa, indivíduo ou instituição, em geral contra as críticas do jornalismo” (p.173). Nesse sentido, Caldas (2007) lembra que “nas áreas de economia e política, os leitores têm sempre desconfiança”. Cabe, portanto, ao jornalismo econômico encontrar o equilíbrio entre os interesses editoriais dos veículos e a intencionalidade das fontes, lembrando que veículos de imprensa vivem da credibilidade.

A notícia

O padrão de distinção do que é notícia é descrito por Traquina (2013) a partir do valor-notícia. O autor descreve este esquema geral das notícias a partir do conceito de noticiabilidade.

Conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possui um valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam que um acontecimento, ou assunto é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’. (TRAQUINA, 2013, p. 208).

Conforme Lage (2001), a notícia exclui a argumentação, salvo quando a reproduz de outro texto. “A notícia não questiona, afirma; não contrapõe formulações contraditórias, embora possa apresentá-las; não investiga causas ou consequências, embora possa ser o resultado de uma investigação” (LAGE, 2001, p.50). Nesse sentido, Lage (2001) aponta no texto noticioso duas modalidades: o expositivo e o narrativo. O primeiro organiza-se em uma estrutura que se monta através de tópicos frasais e documentações. Já na forma narrativa os textos se organizam a partir de sequências de acontecimentos, expressos por verbos de movimento. Aqui, o autor destaca a figura do lead na narrativa noticiosa.

O lead é o primeiro parágrafo da notícia em jornalismo impresso. Trata-se do relato sumário e particularmente ordenado do fato mais interessante de uma série e não do resumo da notícia toda, como aparece em algumas descrições (LAGE, 2001). Para o autor, tal estrutura refere-se ao lead clássico, ordenando as informações pela hierarquia de importância. O autor propõe as seguintes perguntas para nortear a equivalência das informações: o quê? quem? onde? quando? como? porque? No entanto, Lage (2001) reconhece que na prática há uma série de transformações.

Cabe ao repórter identificar qual o ponto de interesse mais abrangente para iniciar o texto. Ainda como parte da estrutura de lead compreende-se a possível presença de verbo *dicendi*, ou seja, quando a fonte é mencionada no lead. Isso ocorre quando a declaração é opinativa ou de interpretação cujo alcance depende do enunciador; quando, no caso de uma informação, há dúvida quanto a sua veracidade ou, então, polêmica na qual irá inserir-se como tema interessante. Nesse caso, o discurso pode ser direto ou indireto.

Há, porém, outras formas de participação das fontes no jornalismo. Trata-se do press-release, ou release de imprensa, que, segundo Lage (2006, p. 28) é um “material

de divulgação difundido por instituições”. Tais características estruturais foram encontradas nas notícias analisadas que acionam fontes de instituições já no lead da notícia para impor credibilidade aos fatos.

Jornal Correio Riograndense

A Associação Literário São Boaventura, mantenedora do jornal através da ordem dos Freis Capuchinhos é uma instituição de caráter religioso, beneficente e assistencial, sem fins lucrativos. Para difundir temas relacionados à agricultura, meio ambiente, igreja, cultura, saúde e municípios, a Associação iniciou, em 1909, o veículo impresso com a missão de educar e promover a fé. A partir da religiosidade, o jornal cobriu a evolução econômica e cultural, em grande parte consolidadas pela vitivinicultura na Serra Gaúcha. Desde a primeira versão do Correio Riograndense, então intitulado La Stafeta, o jornal deixava claro seu compromisso com o produtor rural, além de evidenciar pautas ecumênicas em meio às notícias factuais e reportagens especiais, voltadas às técnicas e inovações para o trabalho no campo. A tiragem semanal chegou aos 12 mil exemplares mas em 2015 a versão impressa foi descontinuada. Atualmente o jornal está disponível apenas em uma página na internet.

O recorte do corpus a partir do ano de 1948 é motivado por dois aspectos. O primeiro, diz respeito ao idioma do jornal, editado inicialmente em italiano. No entanto, por determinação legal de Getúlio Vargas todos os jornais e periódicos eram obrigados a utilizarem a língua portuguesa. O Correio Riograndense adaptou-se a partir de 10 de setembro de 1941. Portanto, o ano de 1948 foi escolhido como o primeiro para que em 2018, época em que o estudo monográfico foi realizado, marcasse oito décadas de análise. considerou-se o mês de junho, por ser a época propícia ao plantio da uva, por caracterizar a janela de compra do vinho pelo mercado externo e por marcar o início do inverno, período de elevação do consumo de vinho. Foram necessárias três categorias para análise das notícias: lead, fonte e tema. Todas as edições publicadas no mês de junho nos anos de 1948, 1958, 1968, 1978, 1988, 1998, 2008 e 2018 foram lidas⁵. Como predominou o viés econômico, foram analisadas as 27 notícias com essa temática.

⁵ O acervo do jornal Correio Riograndense foi digitalizado por meio de uma parceria com a Câmara de Vereadores de Caxias do Sul, o Arquivo Histórico Municipal de Caxias e o Museu dos Capuchinhos e está disponível em: <<http://liquid.camaracaxias.rs.gov.br/portalliquid>>.

Lead

Para identificar as notícias e seus recortes, foram identificadas unidades de registro. O primeiro dado identificado é o ano de publicação, seguido da letra ‘N’ que denota notícia, além de um número correspondente à ordem de publicação da notícia ao longo do mês de junho. Para identificar a categoria pertencente, inclui-se na fórmula a letra ‘L’ de lead, ‘E’ de economia e ‘F’ de fonte também com numeral para identificar a ordem de ocorrência. Exemplo: Ano 2018, notícia 1, lead 1 = 2018_N1_L1 e assim por diante. Dentro da categoria lead, organizou-se um numeral de um a seis, equivalente às perguntas as quais a estrutura deve responder no primeiro parágrafo do texto. São Elas: o que? quem? como? quando? onde? por quê?. Assim, observou-se se a estrutura das notícias respeita a hierarquia das informações mais importantes para a abertura de um texto noticioso.

Entre as 27 notícias analisadas, apenas duas unidades de registro apresentaram o lead da notícia próximo da estrutura ideal, o lead clássico, sendo elas: 1998_N2_L1 e 1978_N4_L1.

Doze dirigentes de cooperativas vinícolas da região estiveram reunidos na sede da Federação das Cooperativas Vinícolas do Estado (FECOVINHO), durante a tarde de segunda-feira, chegando à conclusão de que "a entidade vai solicitar ao Ministro da Agricultura, Alysso Paulinelli, a liberação da safra de vinho deste ano, para fazer frente às atuais exigências do mercado", como informou o presidente Raul Rosalino Bigarella, da FECOVINHO. (1978_N4_L1)

Em 1978_N4_L1 observa-se que a informação que responde à pergunta quem? é a primeira a ser respondida no texto, invertendo a ordem com a pergunta o que?, que vem logo na sequência. A opção por descrever o número de participantes da reunião sugere uma tentativa de expressar representatividade ao leitor e força à decisão tomada por eles.

Os produtores gaúchos de leite irão receber R\$ 0,25 pelo litro nos meses de junho e julho, valor reivindicado pela Federação dos Trabalhadores na Agricultura no RS (Fetag). As indústrias irão reajustar o preço após acordo com o ministro da Agricultura, Francisco Turra. (1998_N2_L1)

Apenas duas perguntas não foram respondidas em sete unidades de registro, sendo elas quando? e onde?, mas de forma isolada. Ou seja, em nenhuma notícia faltou mais do que uma resposta. Assim, observa-se que houve regularidade no cumprimento

das exigências do lead das notícias sobre uva e vinho no jornal Correio Riograndense, entre 1948 e 2018.

Tema

Do total de 29 notícias sobre uva e vinho encontradas no mês de junho entre 1948 e 2018, 27 delas eram de caráter econômico. Temas como impacto de políticas monetária e fiscal, cotação de preços da safra e exploração do enoturismo foram os mais recorrentes e, por isso, serviram de recorte para a categoria de análise tema, neste caso, tratado como economia. Tais temas também dizem respeito à função do jornalismo econômico no Brasil. Inclui-se ainda, na análise desta categoria, notícias relacionadas a feiras e exposições agrícolas e exploração turística, que contribuem para a consolidação da Serra Gaúcha como polo vinícola.

As unidades de registro dessa categoria são identificadas pelo ano da publicação da notícia, acompanhadas da letra ‘N’ e de número na ordem de publicação da notícia ao longo do mês de junho e adicionadas da letra ‘E’ de economia e com numeral para identificar a ordem de ocorrência e à qual categoria pertencem. Portanto, a primeira notícia (N1) de junho de 2018, com aspectos de economia (E) a serem analisados resulta na unidade de registro 2018_N1_E1, por exemplo. Desta organização resultaram 66 unidades de registro voltadas ao tema.

Nos anos de 1978 e 1988 observou-se intensa cobertura a respeito da cotação da safra da uva.

Enquanto em junho do ano passado a safra anterior de vinho estabelecia **os preços de Cr\$ 2,20 para o litro do tinto seco comum, de venda à granel** (para ser engarrafado nas praças consumidoras) e **Cri 2,30 para o suave**, a União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra) já **autorizou Cr\$ 3,90 e Cr\$ 4,10 para esta safra**, respectivamente. De acordo com o gerente de promoções da Cooperativa Vinícola Garibaldi, Adalberto Seconi, **esse reajuste é reflexo do aumento de 40% concedido à uva este ano e de cerca de 50% para os insumos em geral.** (1978_N2_E2)

Observa-se em 1978_N2_E2, a partir dos trechos destacados em negrito, um tom de satisfação em relação ao aumento do preço do vinho, de quase 100%, uma vez que cobriria os altos custos com insumos e o aumento do preço da safra da uva.

As políticas governamentais da década de 1980 são descritas na unidade de registro 1988_N4_E6, conforme observa-se a seguir:

O industrial observa ainda que este ano **a safra recorde de uva**, beirando os 500 milhões de quilos, **deverá trazer para o setor o quadro de 1985**, embora o **IPI, na época, fosse de 10% e hoje esteja em 20%**, depois de ter **chegado a 100% durante o Plano Cruzado**, o que **obrigou o aumento dos preços e ocasionou a redução do consumo**. (1988_N4_E6)

Outra medida que estimula o consumo do vinho e dos produtos coloniais na região da Serra Gaúcha são as feiras e exposições agropecuárias e o turismo. A partir de 2008 até 2018, todas as notícias recortadas do mês de junho referem-se a estes temas, conforme observa-se nas unidades de registro a seguir.

Visitar vinícolas e degustar o vinho produzido na região; assistir ao espetáculo Som & Luz; percorrer o interior e poder admirar belas paisagens, canyons e cenários desenhados pelo Rio das Antas; conhecer monumentos, igrejas históricas, a gastronomia e a cultura herdada de imigrantes europeus. Esses são alguns dos **atrativos da Rota Turística Vales da Serra, lançada na semana passada em Caxias** e que **será apresentado no Salão de Turismo em São Paulo**. (2008_N1_E1)

Na unidade de registro 2008_N1_E1 observa-se a descrição dos atrativos da Rota Turística, destacando as vinícolas como primeira opção de destino. O destaque para a apresentação da atração no Salão de Turismo de São Paulo sugere a consolidação do ramo vinícola e sua importância enquanto vetor da economia da cidade de Caxias do Sul à época. A exclusividade da pauta econômica nas páginas do jornal atende aos critérios de noticiabilidade de interesse público, uma vez que o mês de junho é a janela de compra da safra de uva pelo mercado externo.

Fonte

A presente categoria dedica-se a analisar quais fontes predominaram nas notícias sobre uva e vinho no jornal Correio Riograndense. A partir deste recorte observou-se as unidades de registro com base no ano, acompanhadas da letra 'N' (notícia) e de um número correspondente à ordem de publicação da notícia ao longo do mês de junho e adicionadas da letra 'F' de fonte com numeral para identificar a ordem de ocorrência e à qual categoria pertencem. Em alguns casos a mesma fonte manifestou-se diversas vezes ao longo da notícia, o que levou à inclusão de letras que ordenassem sobre qual fonte e qual fala estava o recorte. Portanto, a primeira notícia (N1) de junho de 2018, com fontes (F) a serem analisadas resulta na unidade de registro 2018_N1_F1, por exemplo.

Como citado acima, os episódios em que a fonte reaparece no texto foi identificado como 2018_N1_F1a, por exemplo.

Assim, foram contabilizadas 73 unidades de registro que apontam características das fontes. A entidade mais mencionada como fonte nas notícias sobre uva e vinho no mês de junho, entre os anos de 1948 e 2018, foi a Federação das Cooperativas Vinícolas do Rio Grande do Sul (Fecovinho), com cinco unidades de registro. Do poder público, as autoridades mais mencionadas como fonte foram deputados. Já a vinícola com maior ocorrência como fonte foi a Aurora, com seis unidades de registro através do seu gerente de exportações, Valter Neis, e seu presidente, José Alberici Filho. Não foram identificadas unidades de registro de produtores rurais (colonos) como fonte.

Conforme recente declaração do presidente da FECOVINHO, Raul Bigarella, o vinho gaúcho da atual safra, que começou a ser comercializado na semana passada, será o melhor vinho fabricado no Estado nos últimos dez anos. (1978_N2_F1)

Identifica-se na unidade de registro acima citada, a pessoa do presidente Raul Bigarella como principal fonte de informações. Em três, das cinco unidades recortadas, o jornal menciona a opinião de Bigarella referente à safra de uva e mercado do vinho. Em 1978_N2_F1, a fonte menciona que “**será o melhor vinho** fabricado no Estado nos últimos dez anos”.

Na opinião do deputado Adão Pretto, do PT, "os grandes proprietários, mais uma vez, vão tirar proveito da luta dos pequenos, que são aqueles que estão à beira do colapso total, por não encontrarem nenhuma saída, senão a venda das propriedades ou mesmo a terem que se sujeitar à prisão por não terem como resgatar os compromissos assumidos" (1988_N6_F3)

Na unidade de registro 1988_N6_F3, a manifestação do deputado estadual Adão Pretto, do Partido dos Trabalhadores é a única voltada ao pequeno produtor, enquanto as demais têm discursos voltados ao mercado.

A expectativa dos mais de 200 empresários do setor vinícola até o final deste mês, **o presidente da República assine decreto reduzindo o Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI)** do vinho dos atuais vinte por cento para cinco por cento. **A informação tem como fonte o deputado constituinte Paulo Mincarone, do PMDB.** (1988_N8_F1a)

A seguir, observam-se os recortes sobre as notícias que têm como fonte a vinícola Aurora. As unidades de registro abaixo são recortes de duas notícias, 1988_N1 e

1988_N3, conforme apêndice A. Observa-se que ambas notícias tratam exclusivamente de fatos da Cooperativa Vinícola Aurora.

Conforme o diretor presidente da Aurora, José Alberici Filho, serão produzidos vinhos dos tipos "Cabernet Sauvignon", "Cabernet Franc", "Merlot", "Pinot Noir", "Zinfandel", "Tannat" e outros. (1988_N1_F1a)

Registra-se em 1988-N1_F1a a ampliação de variedades de uvas viníferas.

"O corte terá de ser feito aqui junto com nossos vinhos, pois os vinhos daquela região são desprovidos de acidez", **diz Alberici.** (1988_N1_F1b)

Em 1988_N1_F1b a menção da produção de vinhos em outra região diz respeito à instalação de uma nova unidade da vinícola no nordeste.

"Já temos o apoio da Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco (Codevasf)", **informa Alberici.** (1988_N1_F1c)

A partir da análise dos recortes mencionados nesta categoria, observa-se que, apesar da atribuição das entidades de falar em nome do setor vitivinícola, não houve nenhuma fonte proveniente dos produtores de uva. No caso dos industriais, que já são representados pela Fecovinho, ainda assim foram acionados em diversas pautas. As notícias ligadas a deputados estaduais e federais sinalizam os esforços permanentes do setor em busca de legislação específica e benéfica à vitivinicultura. Atualmente a regulação do vinho é vasta, sendo subordinado a leis, decretos, regulamentos e atos administrativos. Observou-se ainda que as informações têm fonte única e em geral, mencionando ações de fontes oficiais ou de personalidades do setor, o que sugere serem originárias de releases de imprensa. Apesar de o release ter chegado ao Brasil por volta dos anos de 1960, desde a primeira década analisada, em 1948, a origem das notícias sugere este tipo de material, recorrente em todas as décadas.

Considerações finais

Observa-se que o jornal Correio Riograndense fez uso da estrutura do lead desde 1958, na mesma década em que tal configuração consolidou-se no jornalismo brasileiro. Nesse sentido, ainda que haja exceções, desde 1958 até 2018, observou-se a estrutura de pirâmide invertida nas notícias sobre uva e vinho. No total de notícias analisadas na categoria fonte, não identificou-se o produtor rural, aquele que cultivava a uva, como fonte

do jornal Correio Riograndense. Ainda que se considere que em seu nome falam as entidades representativas do setor, observou-se que foram as instituições ligadas aos industriais do vinho que obtiveram mais espaço no veículo. Apesar de manter os produtores rurais como expectadores do processo econômico sobre a uva e o vinho, o jornal cobriu, desde 1948 até 2018, a maioria dos eventos referentes ao tema da economia. A cobertura econômica do Jornal Correio Riograndense noticiou a dependência do setor vitivinícola em relação às políticas fiscal e monetária.

Apenas outros quatro estudos anteriores tiveram como objeto o Jornal Correio Riograndense. Nesse sentido, espera-se que esse artigo possa contribuir no sentido de reconhecer o legado deixado pelo Correio Riograndense aos leitores e à comunicação na Serra Gaúcha.

REFERÊNCIAS

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação rural**. 3. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

Cadastro vitícola do Rio Grande do Sul: 2013 a 2015 / editores técnicos, Loiva Maria Ribeiro de Mello, Carlos Alberto Ely Machado. – Brasília, DF : Embrapa, 2017.
<Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/cadastro-viticola/rs-2013-2015/dados/obracompleta.html>>

CALDAS, Suely. **Jornalismo econômico**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

DAL PIZZOL, Rinaldo dal; SOUSA, Sérgio Inglez de. **Memórias do vinho gaúcho**. Porto Alegre: Age, 2014. 280 p. (1).

FERREIRA, Valdiney C.; FERREIRA, Marieta de M.. **Vinhos do Brasil: do passado para o futuro**. Rio de Janeiro: Fgv Editora, 2016. 584 p.

GUARESCHI, Pedrinho; BIZ, Osvaldo. **Mídia e democracia**. Porto Alegre: Evangraf, 2005

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo econômico**. 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. 6. ed. São Paulo: Ática, 2006

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2001.

MELO, José Marques de. **Compreensão e reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2013.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. SÃO BERNARDO DO CAMPO: PÓS-COM-UMESP, 2005. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/8637/6170>> Acesso em: 11 set. 2018.

PULITI, Paula. **História do jornalismo econômico no Brasil: do passado para o futuro**. 2013. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/05-Paula-Puliti.pdf>>. Acesso em: 05 set. 2018

SANTOS, Marli dos; BUENO, Wilson da Costa (Org.). **Jornalismo especializado no Brasil: teoria, prática e ensino**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2015.

SOUSA, Julio Seabra Inglez de; MARTINS, Fernando Picarelli. **Viticultura Brasileira: principais variedades e suas características**. Piracicaba: Fealq, 2002.

SOUSA, Julio Seabra Inglez de. **Uvas para o Brasil**. Piracicaba: Fealq, 1996.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística uma comunidade interpretativa transnacional**. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2013