

MATTOS, Sérgio. *A Tarde Municípios: Uma experiência jornalística voltada para o municipalismo*.  
Salvador: A TARDE, 1993.

**SINGULARIDADE REGIONAL:  
A TARDE MUNICÍPIOS: UMA EXPERIÊNCIA  
JORNALÍSTICA VOLTADA PARA O MUNICIPALISMO**

Prof. Dr. Sérgio Mattos

O objetivo deste trabalho é apresentar uma experiência jornalística regional, pioneira no Brasil, desenvolvida pelo jornal *A Tarde*, da Bahia que, através da criação de um suplemento, *A Tarde Municípios*, totalmente voltado para as comunidades do interior do Estado, abriu novas perspectivas mercadológicas para a empresa além de contribuir para consolidar aquele veículo entre os dez maiores jornais do país e o maior do norte e nordeste.

O projeto *A Tarde Municípios* remonta ao primeiro semestre de 1985, tendo a primeira edição circulado a 26 de abril. Desde então tem sido um empreendimento vitorioso, obtendo tanto o reconhecimento do público leitor como do setor publicitário local, uma vez que criou novos mercados. O relato desta experiência, portanto, além de se justificar por si só, deve ser conhecida também por todos os profissionais que atuam na imprensa ou por estudiosos de particularidades do jornalismo brasileiro pelo menos por mais dois motivos:

- 1) - Por ser um projeto regional, fora do eixo Rio de Janeiro - São Paulo, que vem sendo modelo até mesmo para jornais de porte nacional;

2) - Por se tratar de uma experiência onde se pode constatar como um órgão de imprensa pode exercer suas funções sociais, contribuindo para a promoção do desenvolvimento regional através da integração intermunicipal, além de exercer a função de porta-voz de comunidades menos favorecidas, debatendo problemas e divulgando alternativas encontradas por cada município.

Este trabalho está dividido em duas partes. Na primeira apresentamos um breve histórico do jornal *A Tarde*, a fim de que se possa ter uma idéia da importância deste veículo de comunicação social no Estado. Na segunda parte vamos tratar da experiência de *A Tarde Municípios* que é o objeto de nossa intervenção nesta sessão do XVI Congresso Brasileiro de Pesquisas da Comunicação, que com muita originalidade e oportunidade foi batizada de "Singularidades do Jornalismo Brasileiro".

### **BREVE HISTÓRICO DO JORNAL A TARDE**

A atividade jornalística só ganhou corpo na Bahia no início do século, com a produção de uma série de jornais, principalmente entre o período de 1900 a 1911, quando 487 títulos de publicações foram catalogados. Eram publicações dirigidas para áreas de música, religião, ciência, esporte, medicina, entre outros que se utilizavam basicamente do humor como matéria-prima. Dentre eles destacam-se *O Metralha* (1901), *O Pirata* (1901), e *A Sineta* (1903). Só a partir de 1910 foi que começaram a surgir na Bahia as primeiras empresas jornalísticas que não tinham apenas a preocupação de veicular idéias políticas.

Foi dentro deste contexto de início do século, quando a Bahia procurava encontrar os caminhos da modernização, lutando para sair da estagnação econômica que, em 15 de outubro de 1912, Ernesto Simões Filho fundou o jornal *A Tarde*. Desde sua implantação, numa época em que o jornal era o único meio para veiculação de publicidade, até os dias atuais, quando a sofisticação tecnológica coloca à disposição dos anunciantes e agências as mais variadas mídias, *A Tarde* tem feito da inovação e do pioneirismo a sua principal característica, residindo aí uma das razões do seu sucesso.

Inicialmente, *A Tarde* era impressa numa tipografia alugada e seguia os padrões dos jornais cariocas principalmente, *A Noite*. Com melhores recursos gráficos que os concorrentes locais, foi *A Tarde* quem divulgou, pela primeira vez na Bahia, um anúncio

com ilustração fotográfica. Tratava-se de um anúncio do filme "Um Salto para a Morte", exibido no Cine Teatro Santo Antônio e que no mesmo dia havia sido anunciado pelos demais jornais da cidade sem qualquer ilustração. O jornal inaugurou sua própria clichéria no dia 13 de julho de 1913, o que viabilizou a confecção ilustrada dos anúncios que divulgava, na sua maioria, anúncios de remédios, oriundos de laboratórios do Rio e São Paulo, de casas comerciais e companhias marítimas.

Desde o início, *A Tarde* se valeu de criatividade e ousadia, através da promoção e da propaganda para enfrentar os concorrentes que além de dominarem o mercado possuíam maiores recursos. Assim, além da clichéria, o jornal criou a coluna de anúncios classificados ("Os Populares de *A Tarde*"), implantando, concomitantemente inúmeros postos de recebimento desses anúncios. Em 1914, publicou com sucesso "O Indicador Profissional", um espaço dedicado aos profissionais liberais e que inicialmente era totalmente gratuito. Até 1920, quase todos os anúncios veiculados eram elaborados na própria clichéria do jornal que também prestava serviços para fora. Foi também na década de 20 que *A Tarde* introduziu a primeira máquina Linotipo na Bahia, causando uma verdadeira revolução no que diz respeito à composição de textos jornalísticos.

Em 12 de outubro de 1930 o jornal inaugurou sua primeira sede própria, um dos mais modernos prédios do centro de Salvador, demonstrando, com isso, muita força e vitalidade. Em 1955 inaugurou seu novo parque de impressão composto por uma rotativa alemã marca "Man"- uma das primeiras rotativas a serem instaladas no Nordeste -, uma prensa elétrica, uma fundidora automática e uma fresa elétrica. Posteriormente, outro conjunto impressor idêntico foi acoplado ao primeiro, os quais permaneceram em uso até o ano de 1975 quando *A Tarde* comprou sua primeira impressora rotativa "Goss", modelo Urbanite, mudando seu sistema de impressão de letterpress para offset. A composição permaneceu em linotipo até 1978, quando o sistema de fotocomposição "Vip-Mergenthaler", foi introduzido, completando a sua linha produtiva industrial com equipamentos de alta precisão. O sistema de Fotocomposição foi substituído, em 1986, por um outro, "Gepeto", mais veloz e mais versátil que o anterior. Em outubro de 1993 inaugurou a ampliação de sua sede, incluindo um novo parque industrial dotado de novo conjunto de impressoras rotativas "Goss", modelo Urbanite com uma configuração bastante

ampliada, composto de cinco unidades P & B, dois decks de cores, duas dobradeiras, além de equipamentos periféricos como "Sistema Cary", de troca automática de bobinas, duas esteiras transportadoras de jornais com contadores e amarradores automáticos, etc. O projeto em andamento prevê, ainda para este ano, reforma nos equipamentos de pré-impressão.[*A informatização da redação ocorreu, após o treinamento de todo os jornalistas a partir de outubro de 1996, quando a empresa adotou um pacote da CTEXT que, utilizando um conjunto de ferramentas existentes (o Quark Express e o Xywrite entre outros), criou programas integradores para viabilizar a produção editorial. No ano de 2008 está prevista uma nova reforma gráfica e introdução de novas ferramentas de editoração, com a adoção por exemplo do sistema Goodnews*].

Com a visão empresarial proativa de Simões Filho, o jornal foi, aos poucos, mudando o perfil da imprensa baiana, através de uma dinâmica atividade comercial e promocional integrada à parte redacional a ponto de assumir, em poucos anos, a liderança que mantém até os dias atuais. Mesclando o idealismo dos profissionais da época com estratégias de promoções de vendas até então inexistentes na Bahia, a liderança de *A Tarde* foi construída em bases solidas. Para citar apenas um exemplo da ousadia de Simões Filho, vale lembrar que durante muitos anos este jornal promoveu campanhas de assinaturas, sorteando anualmente, entre os assinantes, uma casa, prêmio de grande valor, difícil até de se imaginar possível de ser oferecido numa promoção àquela época. Outra inovação foi a publicação de pequenos selos, que mudavam diariamente e que deviam ser recortados e colados numa cartela numerada para um sorteio. Com esta promoção *A Tarde* não apenas estimulava o crescimento de sua circulação como também mantinha uma constância de índice de leitura, atraindo uma quantidade sempre crescente de novos anunciantes.

Alicerçada nesta visão mercadológica foi que *A Tarde* se transformou num dos jornais mais lidos do Nordeste, projetando uma liderança absoluta no mercado baiano expressa no XXXIII Estudo da Marplan- 1991, que constatou que este jornal detém 70% do mercado de terça a sábado, 72% às segundas-feiras e 91% aos domingos em relação aos outros três jornais diários (*Correio da Bahia, Tribuna da Bahia e Jornal da Bahia*). Vale registrar que, no dia 23 de julho de 1993, Salvador ganhou mais um jornal diário: *Bahia Hoje* [*que deixou de circular no ano de 1997*]. A liderança de *A Tarde* se tornou possível,

também, graças a um eficiente sistema de circulação que implica em entrega dos exemplares, no mesmo dia, em distâncias de até 1.400 quilômetros de Salvador, por veículos da frota da própria empresa. [Esta prática foi desativada posteriormente nos primeiros anos do século XXI, quando uma reforma gráfica e editorial foi implantada a partir de uma consultoria da Universidade de Navarra.]

Desde o seu início *A Tarde* se caracterizou como um jornal de opinião, voltado para a comunidade e defendendo, através de grandes campanhas e movimentos culturais, sociais e políticos, os interesses da Bahia. Entretanto, foi a partir da década de 60 que o jornal começou a se estruturar tanto regional como nacionalmente, abrindo escritórios, contratando representantes comerciais nas principais cidades do país. Na década de 70 a política expansionista foi fortalecida pela implantação de sucursais, inclusive em Brasília (1976), exemplo logo seguido por quase todos os veículos brasileiros. Ao lado dessas providências, *A Tarde* cuidou, também, de melhor estruturar o seu departamento de publicidade, passando a trabalhar sua imagem através de campanhas institucionais. Até o início da década de 70 o jornal nunca havia se preocupado em vender sua própria imagem, o que passou a acontecer a partir de 1975, com a mudança de sua sede. Uma agência de publicidade foi contratada - a GFM-Propeg-, e iniciou-se uma fase de grandes promoções, abordando grandes temas, tais como "Adote uma criança abandonada", campanha esta, cujos anúncios acabaram sendo premiados, vencendo o Prêmio Colunista (local) em 1975 e o Nacional do mesmo ano e, em 1980, o Prêmio Colunista da Década, além de ser escolhida como a melhor campanha comunitária veiculada no país.

Além dessa estratégia, *A Tarde*, para consolidar ainda mais sua imagem, criou, no início da década de 80, o seu próprio Departamento de Promoções e Eventos que passou a coordenar as campanhas publicitárias e a promover o marketing da empresa através do apoio, da participação e promoção de inúmeros eventos regionais que têm servido para consolidar *A Tarde* como um dos 10 maiores jornais diários em circulação no país. Dentre inúmeros eventos que *A Tarde* promove encontram-se o "Arraiá da Capitá" (evento cultural que vem assegurando à capital a oportunidade de vivenciar os festejos juninos, conseguindo deter o processo de exclusiva interiorização constituindo-se na maior festa popular em ambiente fechado) e a "Travessia Mar Grande-Salvador" (evento esportivo de natação -, que

atrai participantes de nível nacional e internacional, e abre espaços para atletas de diversas faixas etárias). Além desses, inúmeros outros eventos esportivos e culturais são realizados na capital e no interior do estado.

Respalhada pelos excelentes percentuais de penetração, atestados pelos institutos de pesquisas e auditados pelo IVC-Instituto Verificador de Circulação, *A Tarde* desenvolve um marketing agressivo, cujos eventos têm marcado a vida baiana ao longo do tempo. Preocupada não apenas em aumentar sua circulação, a empresa está sempre procurando oferecer a seus leitores alternativas de informação através de seus cadernos especializados, considerando um perfil de leitor segmentado. Dentre estes suplementos destacam-se além de *A Tarde Municípios*, *A Tarde Rural*, *A Tarde Cultural* e outros como *Automobilismo*, *Turismo*, *Lazer* e *Informações*. [No ano 2000, continuando sua linha editorial segmentada, o jornal lançou os suplementos “Shopping” e “Emprego”].

## **PROJETO A TARDE MUNICÍPIOS**

O projeto de *A Tarde Municípios* surgiu a partir da necessidade de se ampliar o espaço destinado às notícias provenientes dos muitos municípios do Estado. *A Tarde* era o único entre os quatro grandes jornais de Salvador, até 1985, a destinar pelo menos uma página diária às notícias do interior. Mas o espaço era insuficiente para a quantidade de texto produzido pelas sucursais já instaladas em microrregiões importantes, tanto do ponto de vista de desenvolvimento socio-econômico como de representação política: Feira de Santana, Itabuna e Juazeiro.

Partindo da reivindicação inicial destas sucursais, no sentido de que a empresa poderia produzir cadernos tamanho tablóide para circularem, com exclusividade, semanalmente, em dias diferenciados, em cada uma destas microrregiões, encartados na edição normal do jornal, foi decidida a contratação de um profissional para elaborar o projeto e assumir a responsabilidade de sua execução.

O projeto inicial, visava, pois, a produção de cinco cadernos tablóides destinados a atender cada uma das microrregiões onde *A Tarde* já possuísse sucursais implantadas: Feira de Santana, Itabuna, Jequié, Juazeiro e Vitória da Conquista. Os suplementos seriam limitados pois só circulariam nas regiões específicas, atendendo ao interesse do público

leitor de cada região, concorrendo diretamente com os jornais locais, disputando, inclusive, uma fatia do bolo publicitário regional a preços compatíveis com cada mercado.

A princípio a idéia parecia ótima, uma vez que aumentaria a receita e a circulação do jornal em cada microrregião, além de demonstrar a preocupação de *A Tarde* em prestigiar aqueles municípios. O consumo de papel para a confecção daqueles tablóides também não seria muito representativo. Tudo levava a crer que o projeto seria deslanchado, até o momento em que foram levantados inconvenientes e deficiências com relação à qualidade e quantidade da produção jornalística de cada região. Seria necessário a contratação de pessoal, tanto em cada sucursal como na sede, onde os suplementos deveriam passar por todos os passos do processo de edição e fechamento de um caderno por dia. O problema cresceu mais ao ser constatado que não existiam profissionais devidamente habilitados na maioria daquelas regiões, o que significava trabalhar com uma produção jornalisticamente deficitária. *[Em fins de 1999 e início do ano 2000, a empresa realizou uma nova tentativa de implantar cadernos regionais em formato tablóide, que chegaram a circular, por pouco tempo, dirigidos apenas para cada região do Estado a que se destinava, mas a experiência não frutificou].*

Considerando essas dificuldades e, também, a firme decisão político-administrativa da empresa de realizar, de qualquer maneira, algo que viesse a consolidar o processo de interiorização do jornal, o profissional contratado elaborou um outro projeto como alternativa ao solicitado, tendo sido aprovado pela diretoria da empresa em fevereiro de 1985.

Este projeto foi *A Tarde Municípios*, que começou a circular no dia 26 de abril de 1985 com uma proposta que mudava radicalmente as idéias originais. Esta mudança ia de encontro às reivindicações e a visão individualista de cada sucursal, uma vez que se propôs um caderno tamanho standard, que circulasse em todo o Estado, com notícias de todos os municípios, exercendo o papel de veículo de integração municipal, contribuindo, também, para aumentar a interiorização do jornal de forma genérica e não apenas em certas regiões. O caderno foi projetado para funcionar não como um suplemento, mas como se fosse um outro jornal, encartado em *A Tarde*, e que, a depender de seu crescimento e aceitação, poderia, no futuro, vir a ser um segundo título publicado pela empresa (Vale dizer que todas

as providências neste sentido foram tomadas e o título *A Tarde Municípios* encontra-se devidamente registrado nos órgãos competentes).

Inicialmente, *A Tarde Municípios* foi projetada para circular apenas às sextas-feiras, com distribuição dirigida para o interior. Na capital só os assinantes a recebiam, pois não era vendida nas bancas. Com este artifício, idealizado no projeto, foi possível criar uma tabela de preços especial para o caderno, com subsídios da ordem de 50% em relação ao preço de tabela comum do jornal, facilitando, assim, a participação de inúmeros pequenos anunciantes do interior, que estavam fora do meio jornal devido aos altos preços. Anunciar em *A Tarde Municípios* passou a ser tão barato quanto nos jornais locais, com a vantagem do anúncio poder ser visto em todo o Estado.

Ao firmar-se no interior, o sucesso de público extrapolou para a capital e devido às constantes solicitações, a direção da empresa decidiu pela circulação global, o que incluiu as bancas da capital, e autorizou o aumento da periodicidade do suplemento para dois dias na semana. Assim é que, a partir do dia 22 de julho de 1986, *A Tarde Municípios* passou a circular com duas edições semanais, às terças e sextas-feiras. *[A partir de 26 de abril de 2000, este suplemento passou a ter circulação diária, comprovando o sucesso da notícia regional e local junto ao público leitor].*

Observe-se que, mercadologicamente, o mesmo produto passou a ser oferecido aos anunciantes com preços diferenciados: às sextas-feiras a edição com circulação total tem um preço subsidiado em relação à tabela de preços do jornal *A Tarde*. Já a edição das terças-feiras apresenta um preço também subsidiado, mas em relação à edição de sexta, tendo em vista que, nesse dia, não é vendida nas bancas de Salvador; só quem a recebe são os assinantes. *[Posteriormente, a edição das terças também passou a circular na capital e o preço subsidiado foi modificado passando a ser o mesmo da edição de Sexta-feira].*

Devido à grande penetração do caderno, o Departamento de Controle de Anúncios da empresa já contabilizou, desde o seu lançamento em 1985 até 1993, mais de 300 novos anunciantes para o jornal.

Quando *A Tarde Municípios* começou a ser editada, vale lembrar, o Estado da Bahia contava com 336 municípios, número este logo ampliado para 367, estando, hoje(1993), com 415 *[Em 2001, o Estado passou a ter 417 municípios]*. Informações provenientes



deste total de municípios são divulgadas por este suplemento que circula com um mínimo de oito páginas por edição, embora possua em sua história o registro recorde de edições com 32 páginas. *[ Como previsto no projeto inicial, a circulação diária deste caderno passou a ser uma realidade a partir do dia 26 de abril de 2000, com um mínimo de quatro páginas por edição, podendo ser ampliado progressivamente a depender da centimetragem de anúncios programada para cada edição].*

## **PROBLEMAS NA IMPLANTAÇÃO DO PROJETO**

Tendo em vista as deficiências na produção de textos provenientes dos mais variados municípios, uma equipe de copidesques foi contratada (formando uma redação à parte) só para dar forma jornalística às informações que chegavam à redação. Entretanto, tais informações vinham com até duas semanas após o acontecimento. Diminuir o tempo entre a apuração dos fatos e a chegada da informação à sede do jornal era um problema a ser resolvido. Com a instalação de telefones, telex e fax nas sucursais e representações o problema das grandes distâncias do Estado começou a ser vencido, embora não em todo o Estado onde ainda existem distritos que dispõem, apenas, de um Posto dos Correios e Telégrafos e um Posto Telefônico Comunitário.

Outro problema que a equipe de *A Tarde Municípios* enfrentou, inicialmente, foi a falta de documentação fotográfica dos municípios, nos arquivos do jornal. Para suprir esta deficiência foi necessário construir um arquivo próprio, que permitisse a prática de uma diagramação moderna e arejada, utilizando um espaçamento maior entre os cinco blocos de composição com uma arrojada aplicação de tipologia e um melhor aproveitamento gráfico das fotografias.

Equipes de repórteres e fotógrafos cruzaram todas as estradas possíveis, mapeando locais, fotografando e identificando as principais autoridades municipais (o prefeito, o juiz, o delegado e o padre), além de registrar as principais paisagens, monumentos geográficos e históricos: grutas, cavernas, morros e serras, praças e prédios importantes. Vale ressaltar que, neste particular, invariavelmente, a construção mais importante, em 90% dos casos, recaía sobre a Igreja da localidade, em torno da qual o desenvolvimento foi iniciado. Nos

três primeiros anos de circulação foi difícil não sair publicada, na capa de cada edição, uma fotografia de Igreja, a ponto de tal fato ser comentado com humor por jornalistas de outras editorias do jornal que além de identificarem a equipe de municípios como sendo "o pessoal da roça", ainda comentavam que o grupo deveria estar fazendo assessoria de imprensa da Arquidiocese. Em contrapartida, a editoria de municípios recebia uma quantidade imensa de cartas de leitores e telefonemas, cobrando a publicação de uma outra Igreja, capela ou matriz de um município que ainda não havia sido contemplado.

Os arquivos fotográfico e de texto foram construídos com muita dificuldade, inclusive com a compra de fotografias aéreas de várias regiões do Estado. Com os arquivos funcionando satisfatoriamente, a empresa decidiu equipar as sucursais, até com laboratórios fotográficos. A providência seguinte foi a abertura de novas sucursais, contratação de novos correspondentes e credenciamento de pessoas responsáveis pela remessa de materiais ou transmissão de informações para a redação. *[A partir do ano 2000, as sucursais começaram a ser informatizadas e os textos e fotografias produzidos no interior passaram a ser enviados à Editoria de Municípios via e-mail, através do Provedor Internet A Tarde].*

Os problemas decorrentes da falta de profissionais habilitados no interior foram sendo contornados aos poucos. Inicialmente, cada repórter de sucursal e cada correspondente credenciado recebeu um documento contendo as normas de redação adotadas por *A Tarde Municípios*. Em seguida, o jornal ofereceu cursos de reciclagem ministrados por funcionários da empresa que também eram professores da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia - UFBA.

O próximo passo foi possibilitar, em períodos preestabelecidos, que esses profissionais realizassem estágios na sede do jornal. Outra medida adotada pela empresa foi o de transferir jornalistas diplomados para dirigir algumas de suas sucursais do interior, instaladas em Feira de Santana, Juazeiro, Santo Antônio de Jesus e Vitória da Conquista. Tal medida contribuiu para melhorar o nível da produção jornalística naquelas sucursais, além de influenciar diretamente na orientação profissional de cada mercado regional.

A partir de então, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado da Bahia – SINJORBA passou, também, a desenvolver um trabalho com o interior, abrindo Delegacias Regionais, através dos quais cursos de reciclagem passaram a ser oferecidos com mais

frequência. A ação do SINJORBA foi estimulada também pela instalação, nos últimos anos, de inúmeras emissoras de rádio e televisão no interior baiano.

Contudo, para o sucesso do processo de interiorização do jornal, era necessário que a empresa tivesse também um excelente setor de distribuição para o interior e à época da criação de *A Tarde Municípios* aquele setor também apresentava deficiências. Imagine-se que em cidades da importância do eixo Itabuna/Ilhéus (a 400 quilômetros da capital), *A Tarde*, com distribuição por terra, chegava depois dos jornais do sul do país, que iam de avião. A partir de então passou a ser possível se adquirir o jornal *A Tarde* em qualquer banca de revistas e jornais de Ilhéus e Itabuna entre 8 e 9 horas da manhã.

Para a consolidação da interiorização, portanto, foi necessário agilizar a distribuição e isto foi feito com rigor, a ponto do jornal chegar a todos os recantos do Estado, os mais longínquos, no mesmo dia, seja em Barreiras, no extremo oeste, que dista 854,7 Km de Salvador, seja em Mucuri, no extremo sul do Estado, que dista 904,0 Km de Salvador, seja a Remanso, ao norte, que dista 699,6 Km de Salvador. Para conseguir atingir esta meta, a empresa desdobrou seu departamento de circulação em dois, um para a capital outro para só para o interior, que posteriormente foi desativado.

## **LINHA EDITORIAL**

*A Tarde Municípios* começou, portanto, com o propósito de promover a integração intermunicipal, defendendo a causa municipalista, abrindo espaços para todas as correntes partidárias e ideológicas, divulgando todo o potencial socio-econômico, cultural e turístico dos municípios entre si, promovendo um intercâmbio cultural de fundamental importância para a valorização da cultura regional, destacando costumes e manifestações de cada município.

Este trabalho de integração permitia que um leitor em Chorrochó, no extremo norte do Estado, tivesse acesso a informações atualizadas, de atividades culturais, sociais, econômicas ou políticas que estivessem acontecendo, por exemplo, em Ibirapuã, no extremo sul, ou em Candiba, no sudoeste, ou ainda em Ibipetuba, no noroeste do Estado.

Desde que *A Tarde Municípios* começou a circular que o principal objetivo de sua editoria foi o de divulgar o dia-a-dia de todas as regiões do Estado. Isto porque tinha como

princípio que a realização de festas em tradicionais clubes da capital ou um show no Teatro Castro Alves é tão importante para a população de Salvador como um baile de debutantes no município de Carinhanha ou a apresentação de uma peça no Teatro Municipal de Ilhéus, é significativa para a população dessas duas cidades.

Outro princípio estabelecido foi a assunção de uma postura jornalística ético profissional, separando o que fosse notícia de matérias pagas, que passaram a levar a identificação de "Informe Publicitário", prática esta que foi introduzida na imprensa baiana através deste suplemento. Isto porque até então os grandes jornais só produziam no interior cadernos especiais, cujos espaços eram totalmente vendidos. Com o surgimento de *A Tarde Municípios* esta prática mudou, pois o interior passou a ser trabalhado como notícia enquanto o departamento de publicidade do jornal ou das sucursais passaram a trabalhar os anúncios como publicidade. *[Vale salientar que no ano 2001, uma das recomendações da ANJ – Associação Nacional de Jornais, e da SIP- Sociedade Interamericana de Imprensa, reunidas em Fortaleza, foi de que a imprensa adotasse esta prática de identificar as matérias pagas como “Informe Publicitário” como uma norma, inclusive, ética para que o leitor possa distinguir claramente a matéria editorial da publicitária].*

Com isto saiu ganhando o jornalismo não apenas da capital como também do interior que passou a ter *A Tarde Município* como padrão de jornalismo. Isto determinou uma influência, inclusive, na linguagem dos jornais municipais que estão perdendo características provincianas e, apesar de pequenos, estão se impondo regionalmente. Vale ressaltar que o suplemento *A Tarde Municípios* não concorria diretamente com eles apesar de ocupar cada vez mais espaço em todo o Estado. Outra influência positiva causada por *A Tarde Municípios* foi o aparecimento, nos demais jornais diários de Salvador, de pelo menos uma página dedicada às notícias do interior.

Outra meta que se tinha era escrever a história dos municípios, pois nada havia registrado sobre isso. As coleções deste suplemento passaram a se constituir num verdadeiro documento sobre os municípios baianos. Nas escolas do interior baiano, as fotos das igrejas e dos prédios públicos, bem como os registros da história, da fundação das vilas à emancipação de cada município, publicados nas páginas de *A Tarde Municípios* são recortados e colados como ilustração em trabalhos escolares. Vale destacar que vários

municípios passaram a comemorar suas datas de emancipação política depois que este suplemento passou a divulgá-las.

Desde o seu início, a linha editorial de *A Tarde Municípios* sempre esteve atenta às necessidades educacionais do Estado e, procurando cumprir com suas funções sociais foi que, em convênio assinado com a então Escola de Administração Fazendária, da Secretaria da Fazenda do Estado, passou a veicular um curso à distância intitulado "Conheça Melhor a Bahia". Através das páginas de *A Tarde Municípios*, semanalmente, foram divulgados módulos do curso, na forma de estudo dirigido, onde o leitor tomava conhecimento de informações variadas sobre os municípios baianos.

Como o público alvo de *A Tarde Municípios* estava no interior, houve também a preocupação direta com o homem do campo e, uma de suas páginas, passou a ser totalmente dedicada a temas agropecuários. Foi a partir desta página semanal que a editoria de municípios criou um tablóide de 12 páginas, *A Tarde Rural*, que começou a circular em dezembro de 1988, também às sextas-feiras, formando ao lado de *A Tarde Municípios*, o que a campanha de lançamento do novo projeto editorial denominou de "A Dupla Caipira de *A Tarde*". A partir de 1991, por motivos técnico-industriais, o suplemento rural passou a circular às quintas-feiras. *[A partir de 1997, passou a circular às segundas-feiras]*.

Ao lado das edições de *A Tarde Municípios*, o caderno Rural desenvolve um trabalho de orientação ao pequeno, médio e grande produtor, com informações técnicas e utilidades diversas voltadas para as diversas regiões.

O desenvolvimento e fortalecimento de uma consciência ecológica, através de reportagens voltadas para a proteção do meio ambiente têm sido uma constante nas páginas de *A Tarde Municípios* que tem denunciado os problemas causados pelo desmatamento criminoso das reservas florestais baianas. O resultado disto tem sido uma ação mais enérgica por parte dos órgãos responsáveis, bem como uma maior participação das comunidades que passaram também a denunciar, através deste caderno, e a fiscalizar de perto as providências.

*A Tarde Municípios*, igualmente, tem divulgado o trabalho das autoridades fiscalizadoras de administrações municipais, publicando orientações, resultados e pareceres

apresentados pelos órgãos de fiscalização, tais como os Tribunais de Contas, de Justiça e Comissões Parlamentares.

Desde a sua implantação *A Tarde Municípios* tem também divulgado aspectos culturais, econômicos e políticos de vilas, distritos e povoados, sempre valorizando o dia-dia do interior, sem a conotação de estar escrevendo da capital para as pequenas cidades e províncias. Na editoria de *A Tarde Municípios* há o cuidado de nunca colocar Salvador como ponto de referência dos municípios, nem mesmo quanto à distância para o município noticiado. Assim é que o leitor encontra verdadeiras campanhas jornalísticas em defesa dos interesses da região. Exemplo disto foram reportagens enviadas pelas sucursais e correspondentes de *A Tarde* sobre a situação em que se encontravam as populações de mais da metade do Estado baiano, vitimadas pela seca que marcou todo o ano de 1987 e agora ameaça marcar o de 1993. Outro exemplo foram as pesquisas feitas nos municípios do sul e sudoeste quando os debates na Constituinte vislumbravam uma possível Divisão da Bahia para a criação do Estado de Santa Cruz. Embora posicionando-se contra a medida, *A Tarde Municípios* abriu espaço para todas as partes interessadas na divisão podendo, assim, concluir quanto ao descontentamento da maioria dos baianos em relação à divisão.

As dificuldades enfrentadas pelos prefeitos para resolverem problemas de saúde, educação e segurança, na maioria dos municípios, têm sido enfocadas por *A Tarde Municípios*, que tem-se constituído como verdadeira porta-voz das reivindicações municipalistas. Foi, por exemplo, a partir das dificuldades e das queixas dos prefeitos, veiculadas neste caderno, que o governo passou a divulgar o rateio das cotas de ICMS, IPI e IPVA, repassadas às Prefeituras. *A Tarde Municípios*, sempre que o espaço permite, tem divulgado mensalmente este repasse ao lado das cotas do Fundo de Participação dos Municípios - FPM, permitindo que a população fiscalize as ações dos governos, estadual e federal, e a dos prefeitos, no que diz respeito a aplicação dos recursos públicos.

Para concluir este trabalho/depoimento sobre uma experiência jornalística vitoriosa, gostaria de lembrar o fato de que em abril de 1989, o então prefeito José Fernandes de Santana, do município de São Desidério, no extremo oeste da Bahia, publicou um anúncio para marcar o quarto aniversário de *A Tarde Municípios*, onde dizia que se não fosse o jornal as outras regiões do Estado jamais saberiam que em São Desidério os Postos de

Saúde estavam necessitando de reformas. Um ano depois, em 1990, as reformas ainda não tinham sido feitas e ele deu a seguinte declaração à imprensa: “Não cabe à imprensa construir pontes, reformar prédios públicos, pagar salários de servidores ou cuidar de doentes. Isso é papel do Estado, dos homens públicos, que se candidataram a isso. Cabe à imprensa noticiar os fatos, denunciar irregularidades administrativas, faltas cometidas contra o cidadão e encaminhar as reivindicações da população”. E isto tudo o suplemento *A Tarde Municípios*, do jornal *A Tarde*, da Bahia, vem fazendo, exercendo, assim, as funções sociais dos Meios de Comunicação de Massa: educar, informar, divertir e fiscalizar.

---

Trabalho apresentado durante o XVI Congresso Brasileiro de Pesquisas da Comunicação, realizado em Vitória do Espírito Santo, 3 a 7 de setembro de 1993 e apresentado no GT de Jornalismo, sessão de Comunicações I - Singularidades do Jornalismo Brasileiro, dia 5 de setembro de 1993.

---

