
Critérios de Noticiabilidade e Valores-Notícia no jornal impresso *Correio da Paraíba*¹

Rogério dos Santos SILVA²

Alessandra Clementino dos SANTOS³

Leandro Pedrosa de ANDRADE⁴

Luiz Felipe Bolis RODRIGUES⁵

Luiz Custódio da SILVA⁶

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo analisar os critérios de noticiabilidade e valores notícia no jornal Correio da Paraíba, com sede em João Pessoa. Tendo como metodologia as técnicas de Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2009). Foram categorizadas 925 matérias referentes a 27 edições do jornal, compreendendo os meses de fevereiro e abril. Para a construção do suporte teórico relacionado com o tema do trabalho de pesquisa aqui proposto foram utilizadas concepções de Alsina (2009), Silva(2014), Tétu(1907, Beltrão(1961) e Fernandes(2013). Os resultados da categorização evidenciaram compromissos do CP com temáticas voltadas para os contextos locais paraibanos.

PALAVRAS-CHAVE: Jornal Impresso; Correio da Paraíba; Análise de Conteúdo; Critérios de noticiabilidade; Valores-Notícia

1 Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

2 Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UEPB-PB, email: rogeriosantos61@outlook.com

3 Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UEPB-PB, email: ale.clementino.santos@gmail.com

4 Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UEPB-PB, email: leandropedrosa.andrade@gmail.com

5 Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UEPB-PB, email: luizfelipebolis@gmail.com

6 Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UEPB-PB, email: custodiolcjp@uol.com.br

1. INTRODUÇÃO

Os critérios de noticiabilidade não interessam apenas aos pesquisadores e profissionais da área de comunicação e jornalismo, mas dizem respeito a todas as áreas do conhecimento e aos mais variados segmentos sociais. Repensar tais critérios é uma possibilidade de contribuir para novos enfoques e novas abordagens, aperfeiçoando assim a qualidade do jornalismo contemporâneo. Os estudos relacionados com valores de noticiabilidade possibilitam mudanças reais e concretas para novas maneiras de escolher, definir, conceituar, construir e editar os fatos e acontecimentos no jornalismo atual. A construção social da realidade através da produção jornalística ganha, dessa forma, novos enfoques e abordagens.

Torna-se necessário afirmar que os temas atualmente contemplados nos estudos sobre critérios de noticiabilidade passam por reformulações e desdobramentos. Explicar as consequências dos fatos e dos acontecimentos não é uma simples questão técnica. Implica na construção da realidade inspirada em várias áreas do conhecimento, na compreensão e utilização das teorias jornalísticas e um profundo entendimento das estratégias e procedimentos metodológicos de como construir fatos e acontecimentos dentro de uma perspectiva epistemológica.

Para tanto, escolhemos como objeto de análise o jornal impresso *Correio da Paraíba*. Consolidado como um dos principais veículos de comunicação do Nordeste, o Jornal Correio foi criado em 1953 por Teotônio Neto, que ficou a frente do jornal até o final dos anos 70, quando então passou para o comando dos empresários Paulo Brandão e Roberto Cavalcanti. A partir de então o periódico entra em um processo significativo de crescimento e modernização. Além de se tornar o maior do estado da Paraíba, o jornal dá origem a um grande conglomerado empresarial, o denominado “Sistema Correio de Comunicação”, formado por: dois jornais impressos, uma TV afiliada à Rede Record de Televisão, um Portal de Internet (Portal Correio), duas Revistas, a Rede Correio Sat de rádios que compõem uma Rede via satélite, dentre outros veículos de comunicação.

O presente trabalho baseia-se justamente na importância desse periódico, não só para o estado da Paraíba, como para a região como um todo. A questão que norteará este artigo é analisar de que forma o jornal Correio da Paraíba constrói a informação local

(jornalismo de proximidade), seus critérios de noticiabilidade (antigos e clássicos) e as novas concepções e valores que estão sendo adotados, reinventados, negociados e criados entre os conceitos de global e local (glocal) no Nordeste brasileiro.

Vale ressaltar que o estudo em pauta é apenas uma pequena parte do projeto de iniciação científica denominado “Critérios de Noticiabilidade e Valores-notícia na Mídia Regional” que busca analisar os espaços ocupados pelo jornalismo produzido nos contextos estaduais/locais do estado da Paraíba e Pernambuco. A mencionada atividade acadêmica vem sendo realizada por professores e alunos do curso de jornalismo da UEPB e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB.

2. QUALIFICAÇÃO DO PROBLEMA A SER ABORDADO

A relação do jornalismo com os contextos locais vem sendo estudada desde os anos 1960 por autores nacionais, a exemplo de Beltrão (1961) e Andrade (1965). Estas concepções estão sendo repensadas no mundo atual diante dos novos cenários relacionados com o processo de globalização da comunicação, da economia, da cultura e da informação. Camponez (2002) assim redimensiona a questão:

O local é assim um lugar de conservação, criação e recriação no interior da globalização. [...] O local é o nosso estar. Funciona como referência, mesmo quando não está lá e se transforma num espaço anódino, sem identidade, num espaço de passagem e num tempo de circulação, quando se transforma em túnel que nos leva para outros locais, evitando as resistências da geografia: por mais universais que sejamos, sê-lo-emos sempre localizadamente. (CAMPONEZ, 2002, p. 272-273).

A concepção de local ajuda na construção do conceito de jornalismo de proximidade, outra variável a ser observada no presente artigo. Essas aproximações são assim compreendidas por Camponez (2002):

Poderíamos sustentar que as audiências, mais especificamente os públicos, são o resultado dos laços de proximidades, quer sejam eles geográficos, psico-afectivos, sociais ou temporais. Neste contexto, a noção de proximidade constitui-se como um quadro de referências fundamental para conseguir ler o mundo e construir o presente. (CAMPONEZ, 2002, p. 118)

O presente trabalho possibilita que as novas gerações de jornalistas percebam não apenas o legado teórico dos pesquisadores dessa área até o momento, mas que

possam trazer outros olhares e valores em função das novas demandas da sociedade, conforme Alsina (2009). Tal prioridade e opção/preferência para essa área de pesquisa se justifica ainda em decorrência da necessidade de se pensar novos valores para o processo de construção da informação jornalística de todo o mundo, pois muitos dos elementos norteadores adotados até agora já não atendem as demandas da sociedade contemporânea.

Os estudos relacionados com os critérios de noticiabilidade apontam caminhos para a melhoria da qualidade da informação jornalística, podendo contribuir para promover junto à sociedade um maior compromisso e responsabilidade no tocante ao julgamento e avaliação dos valores subjacentes em cada notícia difundida nos mais diversos tipos de mídia. A noção de valor, na verdade, deveria fazer parte dos estudos de mídia como possibilidade para o debate e a reflexão dessa área para a formação cultural do público receptor. Os primeiros autores estrangeiros, responsáveis por obras na área do jornalismo traduzidos no Brasil, entre eles Bond (1959), já apontavam indicações para uma compreensão e definição para os jornalistas se conduzirem no processo de classificação dos fatos noticiáveis.

As noções preliminares de critério de noticiabilidade contemplavam esses primeiros apontamentos didáticos para uma classificação e compreensão dessas variáveis que ajudam os jornais a se pautarem e escolherem os temas e conteúdos que devem fazer parte de cada edição diária. Nas últimas décadas esses critérios de escolha e seleção para o que é e deve ser notícia vem sendo motivo de estudos e discussões nas principais universidades e centros de pesquisa no mundo. Tais estudos estão sendo desenvolvidos em função das denominadas teorias contemporâneas do jornalismo. As análises nesta área foram muito pautadas em décadas passadas por uma concepção estritamente tecnicista.

Na verdade a literatura produzida pelos jornalistas norte-americanos, a exemplo de Bond (1959), estava bastante preocupada com questões pragmáticas voltadas para as demandas do chamado mercado de trabalho. A evolução dessas concepções passaria por profundas transformações a partir dos estudos realizados por Wolf (1992), amplamente difundido não apenas na Europa, mas também nos países latino-americanos, incluindo o Brasil.

Wolf (1987) aponta um olhar voltado aos emissores e aos processos produtivos nos meios de comunicação de massa. Segundo o autor,

Paralelamente à consolidação da centralidade social dos *mass media* e à mudança, lenta e não definitiva, da teoria continuativa, o estudo dos emissores evoluiu, passando de alguns conceitos simples para articulações mais complexas entre variáveis que não dizem apenas respeito à lógica produtiva interna dos *mass media*. Foram duas as abordagens que caracterizaram essa evolução: a primeira, ligada à sociologia das profissões, estudou os emissores sob o ponto de vista das suas características sociológicas, culturais, dos *standards* de carreira que eles seguem, dos processos de socialização a que estão sujeitos, etc. Nesta perspectiva, portanto, são estudados certos factos <<exteriores>> à organização do trabalho, que os processos produtivos dos comunicadores (WOLF, 1987, p. 158-159).

Os jornalistas, diariamente, estão selecionando e transformando fragmentos de mensagem que chegam às pessoas. Mediações que tratam as informações sobre bilhões de eventos em um subgrupo de mensagens midiáticas gerenciáveis. É a partir desse processo de seleção do fluxo informacional determinado ao construtor da notícia que a Teoria do *gatekeeping* explica o processo de definição das reportagens veiculadas aos periódicos.

A metáfora do *gatekeeper* ofereceu aos primeiros pesquisadores em comunicação um modelo para avaliar a maneira como ocorre a seleção e a razão pela qual alguns itens são escolhidos e outros são rejeitados. Ela também ofereceu uma estrutura para o estudo de outros processos além da seleção, como, por exemplo, a forma como o conteúdo é modelado, estruturado, posicionado e cronometrado. (SHOEMAKER, 2011, p. 23)

A primeira vez que o processo do *gatekeeping* apareceu junto à comunicação foi em 1947, numa publicação póstuma do pesquisador Kurt Lewin. A “Teoria dos canais e dos *gatekeepers*”, designou um novo conjunto terminológico responsável pelo primeiro passo de entendimento do processo seletivo na comunicação:

Embora os termos, canal, seção e portão impliquem estruturas físicas, está claro que não se trata em absoluto de objetos, mas de que esses representam um processo que descreve a razão pela qual e o modo como alguns itens completam seu caminho, passo a passo, da descoberta ao uso. As seções correspondem ao que ocorre no canal, como os processos de revisão editorial. Os portões dizem respeito momentos de decisão ou ação. Os *gatekeepers* determinam quais unidades passarão de uma seção à outra, exercitando suas próprias preferências e/ou agindo como representantes que cumprem uma série de políticas preestabelecidas. Eles decidem a respeito das mudanças que devem ou não ser feitas nos itens. (SHOEMAKER, 2011, p.28)

A partir de Lewin outros pesquisadores utilizaram como princípio básico de seus estudos os primeiros apontamentos da “Teoria dos canais e dos *gatekeepers*”. Como no caso de David Manning, que estudou os trabalhos iniciais de Lewin para aplicá-los em uma pesquisa envolvendo o editor de uma agência de jornal de uma cidade pequena – a quem ele chamou de Mr. Gates – no processo de seleção das notícias impressas nos periódicos locais. No entanto, o modelo é limitado à medida que não reconhece que múltiplos *gatekeepers* podem ter cada um suas próprias concepções ou posicionamentos sobre seu papel na seleção, modelação e transmissão dos itens jornalísticos. (SHOEMAKER, 2011, p.29)

Por exemplo, o estudo de Gieber (1956) com dezesseis editores de agências enfatizou que não eram as atitudes ou os atributos dos indivíduos que importavam, mas as restrições impostas pelas organizações ao indivíduo. O canal organizacional no modelo de Westley e Maclean é um outro exemplo.

Nessas abordagens posteriores, os trabalhadores individuais de comunicação não são importantes os indivíduos são passivos e não possuem características distintivas importantes; trata-se de peças intercambiáveis na máquina da mídia. Por outro lado, White entendia o gatekeeping como um processo desempenhado por pessoas, não organizações. Para ele as decisões eram influenciadas pelos valores e características dos indivíduos e por restrições impostas pelas organizações, tais como o prazo final. (SHOEMAKER, 2011, p.31)

A teoria do gatekeeping é popular entre pesquisadores da comunicação de massa não só porque expressa um modo de caracterizam do fazer jornalístico, mas porque determina uma visão de mundo a partir do olhar sensível do jornalista e das determinações impostas pela empresa midiática em que ele trabalha. Os conflitos gerados a partir dessas determinações revelam os valores e critérios necessários para veicular as reportagens nos jornais.

O processo de gatekeeping começa quando um profissional da comunicação transforma a informação sobre um evento em uma mensagem. Às vezes ela é jogada em frente aos “portões” (repórteres e editores), como no caso das mensagens das relações públicas, às vezes são forçadas contra eles, como no caso do jornalismo investigativo. Os eventos que atravessam os “portões” precisam ter alguma relevância para a sociedade.

Os jornalistas, como todas as pessoas, avaliam o valor da notícia que pensam haver nos eventos. Que tipos de eventos as pessoas julgam ter

maior valor de notícia? Há muitas listas sobre atributos de notícias, mas geralmente elas incluem alguns ou todos os seguintes fatores: timing; proximidade; importância; impacto ou consequência; interesse; conflito ou controvérsia; sensacionalismo; proeminência; e novidade, estranheza ou raridade (Eberhard, 1982; Evensen, 1997; Hough, 1995; Itule e Anderson, 2007). Alguns desses fatores dizem respeito a aspectos de desvio de um evento, e outros ao nível de significação social, da qual quatro dimensões foram identificadas – política, econômica, cultural e bem-estar público (Shoemaker e Cohen, 2006). Por causa desses fatores, um item jornalístico altamente proeminente de um telejornal não tem necessariamente um valor notícia maior que um item menos proeminente. (SHOEMAKER, 2011, p.42)

O Valor de notícia faz parte de um constructo cognitivo que prevê parcialmente quais eventos entrarão para mídia e como serão cobertos. É importante reconhecer que os eventos não possuem um valor inerente; as pessoas que decidem sobre seu valor de notícia. Os critérios de noticiabilidade de cada jornalista podem ser influenciados e determinados pelos valores que eles mesmos criam das notícias enraizados através do tempo nas redações. De acordo com Silva (2014), esses critérios podem envolver:

características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2014, p. 52)

Assim, a notícia será construída, através do caminho percorrido da informação primária que atravessa os “portões” de seleção até chegar ao público leitor como objeto informacional jornalístico. Os repórteres e editores avaliam e decidem o grau de relevância do item jornalístico para a sociedade por meio de seus critérios e valores que colaboram com a seleção das reportagens na mecânica interna de funcionamento da profissão. Segundo Wolf (1987), “esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?” (WOLF, 1987, p. 173).

Os cenários da globalização realimentam e reforçam uma maior necessidade e compromisso da denominada imprensa do interior/mídia regional com o jornalismo de proximidade. Tais concepções já eram enaltecidas na década de 1950, conforme Bond (1959), sendo difundidas em várias partes do mundo, inclusive no Brasil. Desse modo, Fernandes (2013) observa que:

Nesse novo cenário, a imprensa das pequenas cidades do interior desempenha um papel fundamental e passou a ser objeto de estudo de muitos pesquisadores. De veículo de segunda categoria, mal-produtivo, criado muitas vezes apenas com objetivos políticos, passou a ser percebido como um canal de integração e fomentador da identidade das populações interioranas. A força integrativa e identitária desses veículos está na notícia de proximidade. (FERNANDES, 2013, p. 108)

O autor levanta algumas questões relacionadas com as transformações que estão sendo observadas na sociedade no tocante a mídia interiorana, fundamentais para a problematização do tema aqui proposto. Em tempos de informação globalizada, despontam então questões como: as notícias das pequenas comunidades já não têm importância ou interesse para seus cidadãos? Na era da comunicação globalizada será que a notícia das pequenas cidades ainda tem o seu espaço? Critérios de noticiabilidade - como o de proximidade - ainda são relevantes? De que modo o fator proximidade é determinante na seleção da notícia de um jornal do interior? (FERNANDES, 2013, p. 108). São estes os questionamentos que norteiam e fundamentam o presente artigo.

3. PERCURSO METODOLÓGICO

Para a realização do presente artigo foram consultadas 27 edições do jornal *Correio da Paraíba*, compreendendo os meses de fevereiro e abril de 2017⁷. Desse total, foram categorizadas 925 matérias, distribuídas nos seguintes cadernos editoriais: *Política, Geral, Cidades, Economia, Últimas e Esportes*. Pelo fato dos jornais estarem fragmentados e para dar uma maior homogeneidade ao *corpus* de análise, não foram categorizadas as matérias relacionadas a cultura e lazer do Caderno 2 dos referentes jornais. O processo de categorização das matérias jornalísticas obedeceu as concepções de Laurence Bardin (2009), segundo a qual: “A categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos” (BARDIN, 2009, p.145).

A coleta e organização de tais dados possibilitou a verificação de quais temas são abordados com maior frequência pelo periódico. Após isto foi realizada a técnica da

⁷ Fizeram parte do nosso *corpus* de análise as edições referentes aos dias: 01/02; 02/02; 03/02; 04/02; 07/02; 08/02; 09/02; 10/02; 11/02; 15/02; 16/02; 18/02; 19/02; 21/02; 11/04; 12/04; 13/04; 14/04; 15/04; 16/04; 18/04; 19/04; 20/04; 21/04; 22/04; 23/04; e 25/04

análise de conteúdos para averiguar de que forma esses temas são trabalhados, objetivando-se com isso observar o compromisso do periódico com a realidade e o desenvolvimento local. Conforme Bardin (2009):

A análise de conteúdo assenta implicitamente na crença de que a categorização (passagem de dados em bruto a dados organizados) não introduz desvios (por excesso ou por recusa) no material, mas que dar a conhecer índices invisíveis, ao nível dos dados em bruto (BARDIN, 2009, p. 147).

Dentro do Jornal Correio da Paraíba o caderno mais denso, se considerarmos o número de páginas, é o de “Política”, geralmente apresentando entre 4 e 6 páginas. Dentre as 27 edições de nosso *corpus* de estudo pudemos contabilizar 180 matérias, sendo elas referentes a 6 categorias: 1. *Política* (135); 2. *Saúde* (3); 3. *Economia* (6); 4. *Desenvolvimento* (3); 5. *Corrupção* (30); 6. *Transposição* (3).

No caderno “Geral” dos mesmos jornais impressos foram analisadas 80 matérias, das quais pudemos extrair 19 categorias, sendo elas: 1. *Educação* (7); 2. *Biologia* (2); 3. *Saúde* (21); 4. *Política* (11); 5. *Tecnologia* (4); 6. *Segurança* (5); 7. *Justiça* (3); 8. *Policia* (9); 9. *Meio ambiente* (1); 10. *Previdência* (2); 11. *Cultura* (3); 12. *Religião* (2); 13. *Coleta de dados* (1); 14. *Água* (1); 15. *Feriado* (1); 16. *Baleia Azul* (1); 17. *Transposição* (1); 18. *Astronomia* (1); 19. *Protestos* (2).

Foram contabilizadas ainda 228 matérias no caderno de “Cidades”, elencadas em 27 categorias, sendo elas: 1. *Cultura* (11); 2. *Meio Ambiente* (10); 3. *Transposição* (10); 4. *Religião* (1); 5. *Política* (4); 6. *Justiça* (23); 7. *Segurança* (13); 8. *Moradia* (2); 9. *Aviação* (1); 10. *Educação* (24); 11. *Saúde* (32); 12. *Economia* (8); 13. *Policia* (35); 14. *Trabalho* (6); 15. *Semana Santa* (8); 16. *Baleia Azul* (4); 17. *Racionamento de água* (1); 18. *Casamento coletivo* (1); 19. *Comemorações* (5); 20. *Concurso* (2); 21. *Tecnologia* (1); 22. *Mobilidade* (5); 23. *Saneamento* (2); 24. *Adoções* (1); 25. *Obras* (6); 26. *Parcerias* (11); 27. *Rankings* (1).

O caderno de “Economia” nos apresentou 156 matérias, representadas nas 22 categorias de análise seguintes: 1. *Economia* (98); 2. *Cultura* (8); 3. *Reforma da Previdência* (2); 4. *Política* (8); 5. *Moradia* (1); 6. *Desenvolvimento* (1); 7. *Tempo* (1); 8. *Água* (1); 9. *Trabalho* (10); 10. *Transposição* (3); 11. *Racionamento* (1); 12. *Ligações Telefônicas* (1); 13. *Autenticação de Documentos* (1); 14. *Cursos* (2); 15. *Serviço de*

água e esgoto (1); 16. *Turismo* (4); 17. *Fraude* (2); 18. *Tecnologia* (4); 19. *Obras* (3); 20. *Justiça* (2); 21. *Saúde* (1); 22. *Religião* (1).

Já no caderno “Últimas” tivemos um total de 95 matérias, relacionadas a 24 categorias de análise: 1. *Racionamento* (2); 2. *Semana Santa* (4); 3. *Construção Civil* (2); 4. *Tecnologia* (2); 5. *Justiça* (9); 6. *Transposição* (4); 7. *Saúde* (9); 8. *Policial* (22); 9. *Conflito Internacional* (2); 10. *Tempo* (2); 11. *Cultura* (3); 12. *Educação* (6); 13. *Segurança* (3); 14. *Esporte* (4); 15. *Economia* (6); 16. *Política* (5); 17. *Comércio* (1); 18. *Seca* (1); 19. *Previdência* (1); 20. *Poder Legislativo* (1); 21. *Baleia Azul* (2); 22. *Acidente* (2); 23. *Família* (1); 24. *Trânsito* (1).

Ao todo foram encontradas 184 matérias dentro do caderno de “Esportes” do Jornal Correio da Paraíba. Destas, 165 tratavam do tema *Futebol*, um total de 90,3% em contraste com os 9,7% encontrados de outros gêneros esportivos como: *Vôlei de Praia* (2), *UFC* (1), *Vôlei* (1), *Basquete* (1), *Futebol Americano* (2), *Futsal* (1), *Natação* (1) e *Fórmula 1* (1), *Atletismo* (3), *Kitesurf* (1), *Xadrez* (1), *Taekwondo* (2). Duas (2) outras notícias se referiam a um âmbito mais geral, tratando acerca dos *Jogos Olímpicos*.

4. ANÁLISE DOS DADOS

A partir dos dados apresentados podemos chegar a algumas inferências sobre o processo de seleção e construção das matérias do jornal Correio da Paraíba. Como dito anteriormente, o caderno de Política é o mais extenso do periódico (entre 4-6 páginas), apesar disto, suas matérias não apresentam uma grande variabilidade no que se trata de conteúdo, tendo sido possível encontrar apenas seis categorias (Saúde, Economia, Desenvolvimento, Corrupção, Transposição e Política) relacionadas dentro de suas 180 matérias. As primeiras páginas do caderno geralmente são reservadas para conteúdo de origem local e regional, demonstrando uma preocupação do jornal por atualizar o público acerca do trabalho dos políticos paraibanos. Pudemos observar, no entanto, a preferência do mesmo por retratar os principais personagens do cenário político Nacional, como Eduardo Cunha, Michel Temer e Luiz Inácio Lula da Silva. As matérias, grande parte tomando uma ou duas páginas inteiras, trazem ao leitor/consumidor atualizações sobre as investigações da Lava Jato.

As matérias apresentadas no caderno “Economia” buscam constantemente trazer a tona aspectos ligados a realidade paraibana e da região nordeste. Existe, inclusive, um

espaço destinado exclusivamente para a economia local. Os assuntos nacionais que são apresentados trazem um viés de proximidade, como calendário de liberação do FGTS, queda no preço da gasolina, que são temáticas que interferem diretamente na vida da população paraibana. Nos cadernos “Geral”, “Últimas” e “Cidades”, onde pudemos encontrar uma maior fragmentação de categorias, um total de 70 categorias distintas, percebe-se uma presença significativa de temáticas que também retratam a realidade local. Assuntos policiais, voltados à segurança pública, transposição, educação, são apresentados baseados no dia a dia das maiores cidades do estado, Campina Grande e João Pessoa, como também das cidades de menor porte localizadas na região do sertão e cariri paraibano

A discrepância visível entre o número de notícias relacionadas a categoria “Futebol” (90,3%) e os outros gêneros esportivos (9,7%) dentro do caderno de Esportes se mostra como um reflexo da sociedade e do jornalismo esportivo brasileiro que constantemente nos reafirma como sendo a “pátria do futebol”. Em se tratando de critérios de noticiabilidade, o Correio dá maior ênfase ao local ao reservar a primeira página de seu caderno as matérias que tratam dos times e campeonatos paraibanos. O nacional também é representado em suas páginas, assim como também o global, quando está interligado a esportistas provenientes do Brasil.

As análises apresentadas a partir do processo de categorização realizado evidenciam o compromisso do Correio da Paraíba com a construção de notícias e reportagens identificadas com os contextos locais paraibanos. As estratégias de cobertura jornalística adotadas pelo CP, conforme observações do editor José Carlos dos Anjos, confirmam o compromisso do periódico aqui analisado de observar a realidade socioeconômico e cultural da Paraíba em sintonia com os desafios da denominada mídia regional/interiorana.

Nossa principal reunião de pauta ocorre na segunda-feira e ela é responsável pelo planejamento da maior parte de nossa cobertura durante a semana. Os temas considerados de maior densidade e importância, esses merecem uma coleta ampliada, maior tempo de apuração e, algumas vezes, mais de uma editoria neste trabalho. Nas reuniões de segunda-feira, da qual participam todos os editores setoriais do impresso, coordenação do portal e direção de jornalismo, são expostas pré-pautas dos diversos temas. Investir neste ou naquele tema vai depender da urgência que o debate requer, da repercussão e da importância para o conjunto da sociedade.

‘Cobrir a paróquia’ é a principal estratégia de um jornal de cobertura estadual para atrair seu leitor, por isso nosso enfoque é maior nessa direção. Mas os temas que entram nas edições são naturalmente uma compilação de assuntos nacionais, locais e internacionais: com muita frequência há pautas internacionais sugerindo abordagens locais; temas nacionais que são trabalhados no âmbito estadual, etc. (José Carlos dos Anjos, editor do jornal Correio da Paraíba).

Os temas registrados pela categorização reforçam a responsabilidade do Correio da Paraíba em desenvolver um projeto que resgata princípios norteadores da trajetória histórica dos jornais interioranos brasileiros do século 20, Beltrão (1961), em busca de todo um processo de ajuste e adaptação aos desafios da contemporaneidade. Os cenários estão mudando, mas na complexidade do mundo globalizado, valores antigos para a identificação de como definir o que é notícia prevalecem e estão sendo renovados. De acordo com Fernandes (2013),

No atual processo de globalização, parece-nos claro que a notícia de proximidade se torna cada vez mais necessária para que o homem não perca suas raízes, sua identidade, a interação com a sua comunidade. Aqui, reside uma das principais funções dos meios de comunicação do interior. (FERNANDES, 2013, p. 133).

O jornalismo interiorano/regional, portanto, necessita prosseguir sua missão de observar, interpretar, analisar o que está acontecendo nos espaços locais das pequenas cidades e lugarejos onde a grande mídia apenas divulga informações muitas vezes inspiradas em critérios sensacionalistas, com pouco ou nenhum conhecimento real do contexto do público receptor.

O jornalismo aqui praticado lembra as concepções da educação bancária de Paulo Freire. O processo de diálogo da grande imprensa com o receptor é ínfimo ou inexistente. As práticas jornalísticas nos contextos interioranos brasileiros, ampliam as possibilidades interativas dos segmentos comunitários, oferecendo possibilidades de um maior diálogo e problematização da realidade local através da contextualização dos temas, da identificação e conhecimento dos personagens de cada localidade, com seus problemas, seus desafios, seus projetos e histórias de vida, tendo a esperança como fonte inspiradora para a sobrevivência e superação das agruras cotidianas.

Nesse contexto, entre o global e o local, entre os temas tradicionais e os avanços da sociedade midiaticizada, precisa hibridizar o processo de cobertura dos fatos e acontecimentos em busca de temas possíveis para fortalecer o jornalismo como

instrumento de transformação social. Dessa forma, conforme observa Silva (2013), os novos olhares dos jornalistas para a identificação de temáticas comunitárias será essencial para uma maior aproximação entre o jornalismo e o público receptor.

O cotidiano das pequenas cidades, os problemas deflagrados e registrados nas várias localidades, os acontecimentos cívicos, as festas populares e religiosas dos municípios, a programação das igrejas católicas, evangélicas e de outras denominações, bem como os temas abordados nas missas e nas demais manifestações religiosas são algumas das muitas possibilidades de se romper com as fontes tradicionais comumente utilizadas no processo de apuração da informação pela grande imprensa.

É preciso, portanto, recorrer às vozes das ruas, das esquinas, dos botecos, dos sindicatos, das calçadas, dos diálogos registrados nos ônibus e em outros meios de transportes que conduzem os segmentos comunitários urbanos e rurais, para a efetivação do processo de apreensão do real nos espaços interioranos por meio do registro factual e da interpretação jornalística. (SILVA, 2013, p. 93).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das matérias aqui analisadas, referentes às edições do jornal Correio da Paraíba durante os meses de fevereiro e abril, pode-se concluir que neste periódico encontram-se temas voltados às novas tendências, aos percursos e às necessidades do mundo contemporâneo. A comunicação, entendida por Martino (2001) como “o processo de compartilhar um mesmo objeto de consciência” e que “exprime a relação entre consciências” (MARTINO, 2011, p. 14-15), revela, no campo jornalístico, uma relação entre dois polos (emissores e receptores, empresa jornalística e sociedade) que cada vez mais se aproximam, graças às novas tecnologias.

Observando-se o alcance do periódico em análise em todas as regiões do estado da Paraíba e a sua preocupação em trabalhar a variável proximidade, entende-se que os critérios de noticiabilidade adotados pelo jornal voltam-se aos mais diversos temas que cernem o cotidiano da sociedade paraibana. Percebe-se que, diante das transformações sociais, econômicas, culturais e políticas, a informação local ainda é uma grande aposta para o êxito do jornalismo no presente e no futuro, e o Correio da Paraíba, mesmo ao trabalhar com assuntos de âmbito nacional e internacional, busca compilá-los com o cenário local.

Entendemos que o jornalismo, nas suas várias modalidades nos dias atuais, carece cada vez mais de novos suportes teóricos e metodológicos para cumprir suas

múltiplas funções junto à sociedade na sua tarefa de explicar o significado dos fatos e acontecimentos construídos pelos vários segmentos sociais. Dessa maneira, os estudos relacionados com os critérios de noticiabilidade apontam caminhos para a melhoria da qualidade da informação jornalística na sociedade, podendo contribuir para promover um maior compromisso e responsabilidade no tocante ao julgamento e avaliação dos valores subjacentes em cada notícia difundida nos mais diversos tipos de mídias.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BOND, F. Fraser. **Introdução ao jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1959.
- CAMPONEZ, C. (2002). **Jornalismo de Proximidade**. Coleção Comunicação. Coimbra: Minerva Coimbra [ISBN 972-798-048-1].
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo – redação, captação e edição no jornal diário**. São Paulo: Ática, 1991.
- FERNANDES, Mario Luiz; SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da (Orgs.). **Crítérios de noticiabilidade – problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.
- MARTINO, Luiz Claudio. De qual comunicação estamos falando? In: HOHFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Org.). **Teorias da comunicação - conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001a.
- SHOEMAKER, Pamela J. **Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia**. Pamela J. Shoemaker, Tim P. Vos. Porto Alegre: Penso, 2011.
- SILVA, Luiz Custódio da. Desafios e caminhos possíveis para uma nova concepção de imprensa do interior. In: ASSIS, Francisco de (Org). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.
- SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**. Universidade Federal de Santa Catarina, v.2, n.1, 2005.
- TÉTU, Jean-François. Le monde e libération em perspectiva – referências e significação: le monde. In: MOUILLAUD, Maurice. **O jornal – da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 191-201.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 2ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 1992