

O Jornalismo Impresso Local¹

Lais Andrade Costa TELES²

Natália Pedrolli MARIM³

Paulo Roberto BOTÃO⁴

Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, SP

Resumo

Este artigo discorre sobre o que é, de fato, jornalismo, apresentando as origens do jornalismo impresso. Discorre sobre o nascimento do jornalismo impresso na Europa e também sobre a sua implantação e desenvolvimento no Brasil, considerando as experiências opinativas do século XIX e a modernização a partir do século XX. Também expõe as características e como a imprensa local, do interior, foi estruturada. Discute também os conceitos de localidade e a diferença entre jornais impressos locais e veículos de maior circulação no Brasil.

Palavras-chave: jornalismo; jornalismo impresso; jornalismo local.

Este trabalho de conclusão de curso é o primeiro capítulo de monografia ainda em desenvolvimento, com previsão de término no segundo semestre de 2018, na Faculdade de Comunicação e Informática da Unimep, que tem como propósito refletir sobre as perspectivas do jornalismo impresso diário local em tempos de internet. Nesta primeira parte, o objetivo é retratar o jornalismo, jornalismo impresso e jornalismo local. Na sequência, os demais capítulos vão avaliar os impactos da internet sobre o jornalismo impresso e apresentar análise sobre esta influência nos jornais escolhidos como objetos de estudo.

O ponto de partida é que na atualidade, o digital fornece aos leitores informações atualizadas, inovadoras, com dados em rede, multimídia, interatividade e hipertextualidade e com isso atrai jovens em sua maioria. As novas tecnologias e a mudança de hábitos de leitura, confluindo com menor quantidade de pessoas interessadas em ler e a

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do Congresso Regional Sudeste 2018.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Metodista de Piracicaba, email: nataliapmarim@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Metodista de Piracicaba, email: laisandrade@ gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Metodista de Piracicaba, email: prbotao@gmail.com.

consequente diminuição do poder de compra, transformaram-se nos principais desafios para a sustentabilidade da imprensa.

Neste cenário, a disputa por tempo e atenção da audiência e verbas publicitárias começou a se acirrar. Ao se depararem, também, com os gastos de impressão e distribuição, os jornais impressos optaram por fazer cortes de investimentos, demissões e diminuição de contas. O quadro de dificuldades se complica também diante da crise econômica brasileira, que se prolonga há vários anos.

Neste contexto, a monografia pretende traçar um paralelo entre os jornais impressos de Piracicaba (SP) – A Tribuna Piracicabana, Gazeta de Piracicaba, Jornal de Piracicaba – e Americana (SP) – O Liberal, Todo Dia – e a ascensão das tecnologias, mídias digitais no mundo moderno. Além disso, irá descrever quais as dificuldades enfrentadas pelos jornais de papel destas cidades, atualmente, inseridos num momento em que a quantidade de assinaturas de leitores e publicidade está diminuindo e as redações estão com o número cada vez menor de profissionais.

Por isso, a análise abordará como os veículos de comunicação estão reagindo, numa perspectiva de continuidade do trabalho, mesmo com páginas e editorias reduzidas. Além disso, o trabalho inclui uma pesquisa sobre a atuação desses jornais na web e na versão digital. Questões como visibilidade deles nas redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e outros), como se deu a migração para o meio digital, a fase de transição ou avanços também serão estudadas.

O trabalho tem como foco principal identificar se esses veículos de imprensa estão buscando novos projetos de sustentação financeira que levem em conta a realidade do meio digital, avaliando e implantando, por exemplo, novas alternativas para atrair clientes ao meio digital, como assinatura por um preço diferenciado e pacotes com combos e aplicativos inovadores.

Jornalismo, Precisão e Credibilidade

O jornalismo significa, antes de qualquer coisa, a apuração precisa de informações e dados de interesse público, divulgados periodicamente em veículos de comunicação de massa, passando pelos processos de: recolhimento, entendimento e transmissão do conhecimento. Pode ser definido pela busca incessante pela ocorrência de fatos relevantes,

seus diferentes pontos de vista e seus desdobramentos, sejam eles culturais, econômicos, políticos, esportivos.

Jornalismo, a prática de disseminar informações, é essencial a todos e desde o século XX, pelo menos, o sustentáculo da democracia. Para muitos, estar bem informado e conectado significa ler jornais, revistas, boletins na internet, assistir a telejornais, ouvir programas de radiojornalismo. O grande desafio do jornalismo é mostrar a diversidade e contar histórias que os seres humanos não conseguem perceber.

O jornalismo deve dar voz à população e aos invisíveis aos olhos da sociedade. Além disso, procura investigar atos corruptos, ilegais e divulgá-los, denunciando-os, com liberdade, ao desafiar a censura. Ademais, possui compromisso com a verdade, com a checagem, tem funções informativa, educativa, social, cultural, de entretenimento e econômica.

É nesta linha que Sousa (2001) define a prática jornalística, indicando que o jornalismo é uma forma de comunicação em sociedade rica e diversificada. “A principal função do jornalismo, nos estados democráticos de direito, é a de manter um sistema de vigilância e de controle dos poderes” (SOUSA, 2001, p.13).

E a partir disso conclui:

Informar significa, igualmente, trazer para o espaço público os assuntos socialmente relevantes que poderiam passar despercebidos, os assuntos que são escondidos, os que estão submersos, os que são obscuros. (SOUSA, 2001, p.13)

Para o pesquisador, o jornalismo deve ser comunicação útil aos leitores. “Informar, jornalisticamente falando, também significa noticiar sobre todos os acontecimentos, problemáticas socialmente relevantes” (SOUSA, 2001, p. 13).

De acordo com Ferreira (2012), a concepção trabalhista ou utilitária das empresas de comunicação e da maior parte dos jornalistas que estão atuando dentro delas é a de um “serviço profissional” que reúne diversas atividades, sendo a principal delas a transformação de informação em notícia.

Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004) defendem que o jornalismo fornece um elemento a uma determinada cultura: informação independente, confiável, precisa e compreensível, importantes para que o cidadão seja livre e capaz de se autogovernar.

A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade. Sua primeira lealdade é com os cidadãos. Sua essência é a disciplina da verificação. Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem. O jornalismo deve ser um monitor independente do poder, deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público, empenhando-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e

relevante e apresentando as notícias de forma compreensível e proporcional. (KOVACH, ROSENSTIEL, 2004, p. 22-23)

O jornalismo tem o intuito de contribuir para construir as comunidades em geral, a cidadania delas e a democracia como um todo. “A imprensa nos ajuda a definir essas comunidades, a criar uma linguagem e conhecimentos comuns com base da realidade e oferece uma voz aos esquecidos” (KOVACH, ROSENSTIEL, 2004, p. 31).

Os públicos alvos dos jornais são aqueles que o acompanham. Portanto, o conceito de jornalismo, como definido por Rossi (1980), é procurar conquistar as mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes.

O jornalismo deve ter um elo com a sociedade e com cada uma das fontes, sendo uma forma de representação da população. Lage (2014) conceitua que o jornalismo é uma prática social que se distingue das outras pelo compromisso ético peculiar e pela dupla representação social.

Jornalistas podem ser vistos, de maneira ampla, como intermediários no tráfego social da informação ou, de maneira estrita, como agentes a serviço de causas consideradas nobres. A razão dessa duplicidade é histórica e suas consequências ganham relevância numa época em que as narrativas impostas se sobrepõem e determinam os fatos. (LAGE, 2014, p. 20)

O jornalismo é considerado como um conjunto de técnicas, saberes e ética, baseado no imediatismo e dependente dos acontecimentos sociais. Conforme Beltrão (2006), a imprensa congrega toda a produção do saber e conhecimento social, mas ela e o jornalismo são constituídos em trajetória histórica.

Jornalismo Impresso

O jornalismo impresso é o meio de comunicação social mais antigo registrado na história, mas há muitas divergências quanto ao seu nascimento, desenvolvimento e consolidação. Autores têm diferentes opiniões e relatam, em distintas discussões, as variadas facetas desta trajetória.

Para muitos historiadores, o primeiro “jornal” conhecido foram as Actas Diurnas, criadas em 59 antes de Cristo, publicação oficial do Império Romano, durante o governo imperial de César. Correspondentes imperiais eram enviados para as províncias romanas para trazer, diariamente, notícias para a população sobre as conquistas militares, ciência e política. Dessa forma, as Actas Diurnas eram caracterizadas pela periodicidade e identidade.

As manifestações de jornais impressos, ou pré-jornalismo, retornam no século XIII (período que Pena (2005) chamou de “jornalismo primitivo”) nas *lettere d’avvisi*, cartas feitas à mão periodicamente aos comerciantes venezianos.

Antes mesmo do século XV, as populações transmitiam informações entre si com pedras, empilhando-as e organizando-as de diferentes modos, expressando, nelas, variados letreiros e desenhos, porém o invento mais importante do segundo milênio vem para modificar o que, até então, era conhecido.

O ano de 1450 marca a invenção feita por Johann Gutenberg de Mainz, na Europa, de uma prensa gráfica, inspirada pelas prensas de vinhos de sua região natal, banhada pelo rio Reno. A utilização de tipos móveis foi um marcante desenvolvimento nos manuscritos - método existente de produção de livros na Europa - e na impressão em blocos de madeira, iniciando uma verdadeira revolução tipográfica. A tecnologia de impressão de Gutenberg espalhou-se rapidamente por todo o continente, sendo disseminada, também, no mundo inteiro.

Já no século XVI surgiram as gazetas, derivadas da expressão italiana *gazzette* e criadas por Cardeal de Richelieu. Em muitos países, esses jornais eram controlados pelo governo, que mantinha total domínio sobre as publicações veiculadas neles.

Herdeira da gazeta veneziana, a imprensa diária começa na Alemanha em 1650, na Inglaterra em 1702 e, na França, em 1777, períodos da ainda chamada pré-história do jornalismo, datado de 1631 a 1789 e caracterizado por economia elementar, artesanal, semelhante ao livro.

Com o passar dos anos, o desenvolvimento da imprensa foi alavancado pela liberdade, através da conquista de direitos fundamentais e da democracia como forma inovadora de governo, denunciando questões sociais.

O jornalismo, como conhecemos hoje na sociedade democrática, tem suas raízes apenas no século XIX. Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro mass media, a imprensa. A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos neles; um número crescente de pessoas dedica-se integralmente a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo – fornecer informação e não propaganda. (TRAQUINA, 2005, p. 34)

A partir do século XIX, ocorreu a expansão da imprensa escrita e a consolidação da notícia. O desenvolvimento da difusão de informações a partir da Europa deu-se através do crescimento do comércio, urbanização e constituição do público leitor, mas, até o começo

do século XX, os jornais eram opinativos, artesanais e os textos eram carregados de atribuições pessoais.

No século XIX, os jornais impressos tiveram como função a divulgação de informação e, não mais, propaganda – o que demonstrou um novo paradigma ao jornalismo, com a despolitização da imprensa. “A luz que viu nascer valores que hoje são identificados com o jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade e uma noção de serviço ao público” (TRAQUINA, 2012, p. 34).

Esses meios de comunicação em massa se destinam, fundamentalmente, a informar, começando a se tornar um espaço para a manifestação do pensamento. O fato é levado a conhecimento do receptor, de forma a mostrar a ele os diversos enfoques da notícia.

Vários fatores contribuíram para fazer do século XIX a ‘época de ouro’ da imprensa: 1) a evolução do sistema econômico; 2) os avanços tecnológicos; 3) fatores sociais; e 4) a evolução do sistema político no reconhecimento da liberdade no rumo à democracia. (O’BOYLE, 1968, *apud* TRAQUINA, 2009, p. 35)

De acordo com o Comitê de Ética da Sociedade Americana de Editores de Jornais⁵ da década de 1920, nos Estados Unidos, a função primária dos jornais impressos é comunicar à raça humana o que seus membros fazem, sentem e pensam. O jornalismo exige de seus praticantes o mais amplo alcance de inteligência de conhecimento e de experiência, assim como poderes naturais e treinador de observação e raciocínio.

Como características do jornal impresso, podem ser relacionadas: linguagem própria, periodicidade, atualidade, universalidade (com amplos assuntos), descrição minuciosa, divisão em editoriais e abrangência para o público em geral. Também são pontos importantes: ubiquidade, necessidade de informação através da alteridade, onipresença, procura pela verdade, compromisso com a exatidão, independência, objetividade, serviço público, ética e métodos definidos, seleção organizada de informações, detalhamento e singularidade de acontecimentos.

Jornalismo Impresso no Brasil

No Brasil, os jornais impressos são vislumbrados com atraso por motivos políticos e econômicos em relação aos outros países, mas sua história também é carregada de controvérsias. Para muitos historiadores, o primeiro jornal impresso do país foi a Gazeta do Rio de Janeiro, mesmo totalmente controlada pelo governo. Outros acreditam que o Correio

⁵www.asne.org.

Braziliense, que não era submetido à censura, foi o responsável por fundar a imprensa no Brasil.

Conforme Romancini e Lago (2007), entretanto, os holandeses foram os primeiros povos a tentar introduzir a tipografia no Brasil, quando ocuparam o Nordeste, nos anos de 1630 a 1655. Após 60 anos, época em que eles já haviam sido expulsos de terras brasileiras, existem registros de ter ocorrido a primeira impressão no país, mas não há provas.

No período colonial, qualquer texto escrito no Brasil deveria ser impresso na Europa ou permanecer na forma de manuscrito (...) O tempo de demora normal de algum documento corriqueiro, entre o envio para Portugal, impressão e regresso, era entre quatro e cinco meses. (ROMANCINI, LAGO, 2007, p. 17 e 18)

O marco inicial da imprensa, desta forma, data 1808, no Rio de Janeiro. São mais de 300 anos após o descobrimento e 14 anos antes da separação deste país de Portugal. O nascimento se deveu à chegada da Corte portuguesa ao país e a instalação da tipografia da Imprensa Régia. Inaugura-se então, a imprensa áulica, ao circular o primeiro jornal, este semanal (aos sábados de manhã) e redigido pelo frei Tibúrcio da Rocha: A Gazeta do Rio de Janeiro, em 10 de setembro de 1808, que levava o nome das moedas circuladas na época.

Esse jornal, próximo do poder e da Corte, fixava preços para a venda do exemplar avulso e a assinatura paga adiantadamente, declarando gratuita a inserção de anúncios. “Entretanto, podia refletir a sociedade da época, através de comunicados oficiais, propaganda, editais, notícias breves sobre sucessos reais” (BAHIA, 1972, p. 15). Até 1999, o Dia da Imprensa era comemorado em referência ao surgimento deste periódico.

Em oposição, como é impresso em Londres, onde Hipólito da Costa vive exilado, há quem desconsidere seu pioneirismo como patrono da imprensa brasileira, não obstante sua contribuição para o jornalismo brasileiro ser consensual e o material por ele produzido estar em português e versar sobre a realidade luso-brasileira. (TARGINO, 2009, p.35)

Apesar das questões apontadas, Hipólito José da Costa Pereira Furtado de Mendonça, redator do mensário Correio Braziliense em Londres, é considerado o fundador da imprensa no Brasil, em junho de 1808, e, também, o primeiro jornalista brasileiro. O jornal era impresso fora do Brasil, pois, lá, não era submetido à censura, e se constituiu na mais completa tribuna de análise e crítica dos cenários político e econômico português e brasileiro até 1822, ano em que foi encerrada a sua publicação.

Essa fase inicial, de 1808 até 1880, a Gazeta do Rio de Janeiro caracteriza-se pela prevalência de ideias, em detrimento da tradição e do valor econômico – 72 anos após a edição do primeiro jornal. Reúne em torno de pequena imprensa, com jornais

de pequeno porte e de vida efêmera, nomes que polemizam, divergem, lutam, contestam e, sobretudo, participam da vida do país na condição de liberais, monarquistas, republicanos, moderados, abolicionistas, ideólogos e socialistas. (TARGINO, 2009, p. 38)

Conforme Romancini e Lago (2007, p. 113), muitos foram os fatores que levaram ao atraso da imprensa no Brasil, entre eles a “natureza feitorial da colonização, o atraso das populações indígenas, a predominância do analfabetismo, a ausência de urbanização, a precariedade da burocracia estatal, incipiência das atividades comerciais e industriais, reflexo da censura e do obscurantismo metropolitanos”.

De 1880 ao início do século XX, a imprensa começa a se fortalecer, sendo caracterizada pela natureza industrial a partir de modificações sociais, políticas e econômicas.

A limitação de um jornalismo mais literário e mais político já não supre as demandas da sociedade brasileira, sedenta para incorporar e assimilar os avanços das comunicações. Os jornais pequenos e de estrutura simples dão lugar às empresas jornalísticas, com melhor estrutura, que compreende equipamento gráfico imprescindível à expansão da imprensa. (TARGINO, 2009, p. 38)

O panorama muda. O Jornal do Brasil (criado em 1891) e O Estado de S. Paulo (1902) fazem parte deste período da história dos jornais impressos. “A evolução do jornalismo que acontece ao final da década de 1920, concretiza-se em mais dois grandes jornais brasileiros, ambos dos anos 20 (O Globo e Folha de S. Paulo, à época, Folha da Manhã), e na revista O Cruzeiro” (TARGINO, 2009, p. 39).

No caso do jornalismo, a grande mudança advém do incremento dos anúncios, inclusive em cores, pela primeira vez em 1914, no Jornal do Brasil, e no ano seguinte, em O Estado de S. Paulo. Como decorrência das crescentes receitas da publicidade, com ênfase para os pequenos anúncios, os jornais, mesmo antes de 1930, incorporam equipamentos técnicos que renovam e atualizam a tipografia, e sofrem reformulações estruturais da parte noticiosa, com espaço significativo destinado à publicidade. (TARGINO, 2009, p. 40)

Com a revolução de 1930, encabeçada por Getulio Vargas e Juarez Távora, os grandes jornais têm de ser adaptar ao contexto histórico, inserindo, em seu noticiário, novas conquistas da política da época. Entretanto, já no Estado Novo, a censura à imprensa fica ainda mais forte e controladora, fechando, até mesmo, alguns veículos de comunicação.

Paradoxalmente, desde então, economia, indústria e comércio ganham impulso. Delineia-se, assim, a fase moderna da imprensa brasileira, que incorpora o avanço do jornalismo. (...) O consumo da notícia é, agora, mais intenso por causa da

urbanização e industrialização progressivas, além da alfabetização em maior escala. (TARGINO, 2009, p. 42)

Targino (2009) aborda que, com as consequências da Segunda Guerra Mundial, de 1939 a 1945, ocorre o fortalecimento da imprensa paulista brasileira. Esses veículos tinham tiragem elevada, receita publicitária expressiva e interviam na formação da opinião pública, passando credibilidade com veracidade, atualidade, identidade, coerência, confiança e firmeza de atitudes.

A partir de 1946, a imprensa retoma a liberdade de expressão. Getúlio volta ao cenário político, no decênio de 50, e, mais uma vez, a força da mídia é enaltecida, quando se crê que sua vitória se veicula à bem-sucedida entrevista concedida ao jornalista Samuel Wainer, das empresas de Chateaubriand. (TARGINO, 2009, p. 44)

Em 1964, acontece, então, um marco ao jornalismo impresso no Brasil, um dos principais diferenciais para a mídia. O Jornal do Brasil funda seu departamento de pesquisa e documentação, um espaço para investigação e interpretação, sob a orientação do chefe do jornal, Alberto Dines.

A evolução do jornalismo e a adoção de novas técnicas levaram a uma conquista autêntica: a separação entre o relato e a descrição de um fato da análise e comentário.

Por fim, o século XX consolida o jornalismo impresso no Brasil. Além da grande imprensa, avança em todo o país a imprensa do interior, com a criação e o crescimento de jornais em praticamente todos os municípios de porte médio. Trata-se de uma imprensa que cumpre papel decisivo para o registro da história política e do cotidiano destas localidades.

Jornalismo Impresso Local

Para ser entendido o conceito de jornalismo local, primeiro deve-se compreender o que é local e em que momento ele se encaixa no contexto do jornalismo.

Pode-se chamar o local como comunidade, conforme Peruzzo e Volpato (2009, p. 140) quando dizem que “qualquer agrupamento tem sido chamado de comunidade, sejam bairros, vilas, cidades”. Quando dizemos que um jornal é comunitário, ele entra no conceito de local, pois geralmente são jornais que circulam em pequenas cidades ou os menos populares jornais de bairro. Os jornais de bairro em São Paulo, por exemplo, são reconhecidos desde 1985 e o primeiro deles nasce com a finalidade de defender os direitos do bairro Brás.

A proximidade dos jornais de bairro com a comunidade é patente, com o objetivo de apontar e solucionar problemas se tornaram indispensáveis para a sociedade, além de promover o bairro, seus moradores, seus empresários, comércio e indústria, fomentam negócios, oferecem empregos e estimulam o turismo e o consumo local. Incansáveis defensores da comunidade têm um papel fundamental na família de todos. (Cimino, 2017, p.7)

O autor complementa a afirmação ao definir uma estimativa de quantos desses veículos e leitores possuem em São Paulo:

Praticamente toda cidade de São Paulo é servida com jornais e revistas de bairros. A cidade possui em torno de 230 veículos de comunicação que, juntos, editam cerca de 2 milhões de exemplares por semana, tendo mais de 10 milhões de leitores. (Cimino, 2017, p. 8)

Quando se refere a local, logo remete-se à ideia de espaço. Buitoni (2017, p.9) afirma que “o espaço é o denominador que institui o jornalismo local”. Espaço esse que carrega consigo a memória, apesar de não se manter fiel ao limite físico do espaço em si, e ajuda a manter e definir a identidade, que vem de seus moradores, estabelecimentos, cultura.

Por se concentrarem em uma região geográfica maior, os jornais de renome se preocupam mais em noticiar fatos que acontecem em grandes áreas. Ao assumirem esse papel, eles não deixam espaço em suas folhas para as reportagens de determinadas regiões específicas, cabendo, assim, aos jornais locais assumirem esse papel. Lopes (1998, p. 106) confirma isso ao falar que “os grandes meios impressos não eliminam os pequenos jornais porque não têm condições de atender algumas de suas funções (...) O jornal local faz parte da vida comunitária da cidade”.

Geralmente, o interior pode ser referido ao termo jornal local, porém ele também pode ocorrer em grandes capitais. O jornal O Povo⁶, por exemplo, apenas divulga notícias sobre a capital e o interior do Ceará. O próprio jornal dedica uma página de determinada edição para notícias nacionais e mundiais, porém, predominantemente, são notícias que aconteceram na região e no Estado. Apesar de ser de uma localidade geopolítica denominada grande, por ser de uma capital, O Povo tem interesse em divulgar fatos e informações que interessam à população de Fortaleza e regiões metropolitanas.

Jornais de grande circulação, como O Globo, a Folha de S. Paulo, Zero Hora, Extra e Correio Brasiliense focam suas notícias para os acontecimentos que envolvem o país e o mundo. Não existe espaço nesses veículos para as reportagens locais. Em alguns casos,

⁶www.opovo.com.br

entretanto, buscam alternativas para suprir esta dificuldade, como o jornal O Globo, que dedica um caderno seu para cada bairro onde circula no Grande Rio, no projeto chamado Jornais de Bairro.

Os jornais locais defendem o interesse da comunidade, afinal, são feitos para informá-la sobre o que faz parte do seu cotidiano. O que interessa aos leitores é o que ocorre na sua cidade, no seu bairro. Sua proposta é retratar o que a população de uma cidade do interior precisa saber para manter o seu convívio, tratando, por exemplo, de um crime que ocorreu na própria cidade ou de um acidente que aconteceu no município vizinho.

É no jornal local que o morador busca e encontra, numa linguagem acessível e própria, aquilo que interessa para o seu dia-a-dia (...) existe uma ligação entre o jornal local e a cidade, que a grande imprensa não consegue estabelecer. (Lopes, 1996, p. 105)

Pequenas e médias cidades não têm o mesmo poder de impacto como as grandes cidades. As notícias que circulam nos grandes veículos não demonstram a mesma importância que as locais. Referindo-se ao contexto das décadas de 1960/70, Bueno (1977, p. 215 apud Ortet, 1996, p. 123) disserta sobre a imprensa interiorana a qual chamou de “artesanal”.

O autor observa, ainda, que o estilo que essa imprensa adota não admite eufemismos ou metáforas. Ao designar que o jornal é “artesanal”, o faz ao levar em consideração a falta de planejamento e por ter uma estruturação gráfica carente e sem atrativos.

Sempre, porém, prestando às comunidades um serviço inestimável, de tal modo que não se pode menosprezá-la, ainda quando ela não dá sinais de ter evoluído técnica e profissionalmente. Merecem respeito essas pequenas e artesanais publicações. (Almeida, 1983, p. 15)

Ribeiro (2005) também reforça a premissa de que o jornalismo local ainda é visto sem muita credibilidade, embora seja fundamental para a informação comunitária:

A imprensa local ainda é, muitas vezes, vista com maus olhos por profissionais da área de comunicação e também por pesquisadores acadêmicos que enfocam seus estudos na mídia. Destaca-se, no entanto, o mérito desse tipo de empresa jornalística, por sua função comunitária, pois faz parte da vida da cidade ao mostrar problemas, acontecimentos, reivindicações e outras questões locais. (Ribeiro, 2005, p. 51)

Lopes (1996, p.105) apoia essa ideia ao afirmar que “os jornais do interior permanecem praticamente inexplorados”, como se tivessem pouca relevância no contexto da atividade jornalística do país. A imprensa local está mais para uma prestadora de

serviços da comunidade e, como tal, exerce a função de dar enfoque aos interesses que essa população possui.

Em um período de inexistência ainda do jornalismo na internet, vale destacar que o jornal impresso era o meio mais viável de comunicação nessas cidades tendo em vista o custo de produção e por atender às demandas locais. Por terem acesso à informação, os leitores se sentem como proprietários do seu exemplar. “O jornal consegue atender cada leitor que o manuseia e, na medida que o satisfaz, torna-se sua ‘propriedade’” (Dines, 1986, p. 77).

Muitos desses leitores também usam o jornal como único meio de saber o que se passa ao seu redor, pois, muitas vezes, por não terem acesso a publicações e maior abrangência, ou acesso limitado, consome estes meios para não ficar à mercê do tempo e dos fatos. É importante para estes leitores, portanto, que a informação difundida por esta imprensa seja coerente e precisa, já que ela constitui, também, uma forma de confirmar os boatos que, geralmente, há nesses lugares.

Por serem locais, esses jornais têm maior interatividade com o seu público, fazendo com que eles passem a serem agentes diretos da notícia. Muitos leitores se sentem mais próximos dos veículos e tendem a ajudar com informações e fatos de relevância para a publicação. Essa proximidade faz com que o público se sinta importante ao ajudar também na obtenção de informações pelos jornalistas.

Nada substitui a visão local. Há um processo natural de identificação do leitor com o jornal de sua cidade, independentemente de sua linha editorial, já que é esse veículo que informa o que interessa mais de perto a seus leitores. (Lopes, 1998, p. 106)

O público dá o devido enfoque àquele fato que lhe é mais pessoal e que vai ao encontro dos seus interesses. Cada pessoa tem seus gostos pessoais, suas vivências particulares e seus interesses próprios. Dependendo que mais lhe atrai em determinado veículo, sua vontade de participar ativamente pode ser mais intensa ou não.

Segundo a pesquisa Percentual de leitores de jornal impresso permanece estável⁷, realizada pelo Governo Federal em 2014, o perfil desses leitores varia segundo a periodicidade, escolaridade, cadernos e formas de leitura. Os resultados mostram que: 7% deles leem jornal diariamente, 15% possuem ensino superior e renda acima de 5 salários mínimos. 4% dos leitores possui a 4ª série e 3% tem renda menos que um salário mínimo.

⁷Disponível em <<https://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/percentual-de-leitores-de-jornal-impresso-permanece-estavel-aponta-pesquisa-brasileira-de-midia>> (Acessado em 02/04/2018)

48% leem as segundas e 45% leem as quartas, fazendo desses os dias em que a população consome mais aos jornais.

Sábado e domingo são os dias com menos receptividade: 35% e 39%, respectivamente. 58% costumam comprar jornais em bancas, 13% são assinantes, 8% adquirem de forma gratuita, 20% leem de outras pessoas ou em bibliotecas e no trabalho. A pesquisa aponta que 84% dos leitores buscam os jornais para manterem-se informados. Os cadernos mais lidos são os de cidade, notícias e cotidiano, somando 28% dos leitores. 24% leem esportes, 16% notícias policiais, 14% política brasileira, 12% classificados e 10% leem aos cadernos de cultura e lazer e economia.

A periodicidade dos jornais locais varia de acordo com o município. Eles podem ser diários, semanais, quinzenais, bissemanais, trissemanais, mensais. Muitos deles sofreram mudanças em sua periodicidade ao longo dos anos. Segundo o observado, a tendência é diminuir o tempo, ou seja, um jornal que era diário pode mudar para semanal. Os diários geralmente não possuem jornais dia de domingo. Uma das maiores dificuldades que a imprensa local apresenta é a de manter a periodicidade de sua circulação.

Do ponto de vista da gestão, os jornais locais são, em sua maioria, empresas familiares. Muitas delas estão em sua terceira ou quarta geração; outras em sua segunda e primeira gerações. Algumas foram adquiridas e outras não possuem qualquer vínculo familiar. Muitas ainda estão em suas sedes desde a fundação, outras passaram por mudanças em seus prédios e há uma pequena porcentagem que não possui sede própria. Lopes (1998, p.113) disserta bem sobre isso ao falar que “metade dos jornais entrevistados são empresas familiares, dos quais 7 já estão na terceira geração; 14, na segunda, 38 ainda estão na primeira”.

Embora próximo das comunidades, esses jornais locais recebem, muitas vezes, apoio político. Alguns prefeitos utilizam desses veículos para se promoverem e, em troca, contribuem com o funcionamento.

A censura e a autocensura, ao contrário do que geralmente acontece com os jornais da capital, não são ditadas por razões econômicas, mas sim amistosas. Como o lugar é pequeno, quase todos se conhecem, e estando os veículos bem próximos da comunidade, quando acontece algum assunto que possa denegrir a imagem de um cidadão influente, este intercede junto ao editor, que na maioria das vezes, cede à solicitação. (ORTET, 1998, p. 129)

Ribeiro (2005) disserta que os assuntos que verdadeiramente importam para o público dos jornais locais de menor alcance são os boatos, as intrigas políticas e as colunas

sociais. Quanto menor a localidade, maior é a possibilidade de a seção ter mais destaque, pois é de interesse público.

Ao refletir sobre a participação da comunidade, Dornelles (2008) cita como um tipo ideal para um jornal local, a criação de um chamado Conselho do Leitor, que seria um grupo formado por membros da comunidade, cada um representando um segmento para dar uma devida atenção ao seu respectivo, fazendo a análise, discutir o conteúdo, fazer sugestões, criticar, propor mudanças. Esse conselho seria ativo no jornal, porém não faz dele um jornal comunitário e sim uma participação mais efetiva da comunidade acerca dos assuntos que são divulgados no veículo. Ela ainda fala sobre a filosofia editorial e a relação com a comunidade:

A filosofia editorial do jornal deve ser voltada para comunidade como um todo, ou seja, as matérias produzidas para o jornal devem atender aos anseios e reivindicações da comunidade que, dentro do possível, determinará quais as notícias que devem ser divulgadas pelo jornal, desde que não atendam nenhum interesse partidário. O diretor e/ou jornalista do periódico devem, também, participar ativamente de todas as atividades promovidas pela comunidade, ajudando a buscar soluções da forma como se fizer necessária. (Dornelles, 2004, p. 131)

Com o enfoque de atender às necessidades da comunidade em que se inserem, os jornais locais vêm sobrevivendo justamente por interagir com a população local, mostrando a dinâmica da cidade com toda a simplicidade, sem precisar de grandes destaques. O interesse populacional e coletivo dessas comunidades, por não encontrarem espaço nos grandes veículos, vem como forma de ampliar o exercício da cidadania e dos seus direitos e deveres.

Referências

ALMEIDA, Gastão Tomás de. **Imprensa do Interior: um estudo preliminar**. São Paulo, 1983. Convênio IMESP/DAESP.

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: Edições Omnia, 2006.
BUENO, Wilson da Costa. Caracterização de um objeto-modelo conceitual para a análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal no Brasil. São Paulo, 1977, 440p. Dissertação de Mestrado em Jornalismo, Universidade de São Paulo.

DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo "comunitário" em cidades do interior – uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião de leitores**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2004.

DORNELLES, Beatriz. **Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais comunitários**. ALCEU - v.8 - n.16 - p. 159 a 173 - jan./jun. 2008. Disponível

em http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu_n16_Dornelles.pdf. Acesso em: 18 mar 2018.

FERREIRA, Fernando. **Afinal, o que é jornalismo?** Observatório da Imprensa. 2012. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/ed719-afinal-o-que-e-jornalismo/>>. Acesso em: 03 abr. 2018.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. Estados Unidos: Geração Editorial, 2001.

LAGE, Nilson. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. Revista Pauta Geral-estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, p.20-25, jan. 2014.

LOPES, Dirceu Fernandes. **A evolução do jornalismo em São Paulo**. Edicon, 1996.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

ORTET, Fernando. **A realidade do jornalismo no interior é desconhecida: A evolução do jornalismo em São Paulo**. São Paulo: Edicon, 1998.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PERUZZO, Cicília M. Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Conceitos de Comunidade, Local e Região: inter-relações e diferença**. Líbero – São Paulo – v. 12, n. 24, p. 139-152, dez.2009. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Conceitos-de-comunidade-local-e-região.pdf>> (Acessado em 18/03/2018)

RIBEIRO, Juliana Colussi. **Jornalismo regional e construção da cidadania: o caso da Folha da Região de Araçatuba**. 2005. 187 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, 2005. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/89429>. Acesso em 17 mar 2018.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. Insular, 2007.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1980.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto, 2001.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão: informa ou deforma?** Brasília: Ibiict; UNESCO, 2009. Pensando o jornalismo brasileiro em mutação.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – V. I. 2ª**. Ed. Florianópolis/SC: Insular, 2005.