

**Noticiabilidade do entorno: variações em jornais impressos no interior do Paraná<sup>1</sup>**Leriany Barbosa TIZON<sup>2</sup>Rafael SCHOENHERR<sup>3</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

**RESUMO**

A presente pesquisa de iniciação científica busca reconhecer o espaço que o noticiário impresso no Paraná confere aos acontecimentos, que tenham por origem municípios vizinhos ou do entorno da cidade sede da publicação. Para isso, utiliza-se como material de pesquisa informações destacadas na primeira página de edições em circulação no interior do estado entre os anos de 2021 e 2022. Procura-se identificar as escalas de proximidade dominantes de noticiabilidade que o jornalismo impresso utiliza no atual contexto de crise e convergência, considerando as delimitações impostas ou agravadas pela Covid-19 e o cenário descrito como deserto de notícias. Busca-se verificar se os destaques de primeira página se referem às cidades em que atuam os jornais (notícias locais e hiperlocais), se dizem respeito a municípios do entorno (notícias regionais) ou mesmo se tais chamadas e manchetes expressam algum grau de indeterminação quanto à localização. Como objetivo, interessa, ainda, encontrar eventuais mudanças na periodicidade dos veículos. Além de um possível predomínio de temas do estado ou do país, em detrimento das notícias sobre o município onde o jornal atua. A metodologia de análise tem por critério a disponibilidade das primeiras páginas dos jornais impressos na web, que é feita de forma exploratória - com o acúmulo gradual de dados até se chegar a um instrumento de análise pertinente. Tanto o mapeamento das mídias jornalísticas do Paraná (BRONOSKI; WEHRHOLDT, 2020)<sup>4</sup> como a recente pesquisa do Atlas da Notícia 2022<sup>5</sup> - sobre os desertos de notícia e jornais impressos no interior do Paraná - serviram para guiar o levantamento qualitativo perante a perspectiva dos jornais impressos e a disponibilidade dos arquivos na internet. A técnica desenvolvida para avançar com os resultados foi o método bola de neve (snowball), que acumula

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da UEPG; Bolsista de Iniciação Científica BIC/Fundação Araucária, email: [lerianybarbosa@gmail.com](mailto:lerianybarbosa@gmail.com).

<sup>3</sup> Docente do Curso de Jornalismo da UEPG; Orientador de Iniciação Científica pelo projeto Lógicas de Produção e Consumo no Jornalismo, email: [rschoenherr@uepg.br](mailto:rschoenherr@uepg.br).

<sup>4</sup> Site Portal de Mídias Jornalísticas do Paraná: <https://portalmidiasparana.com.br/>.

<sup>5</sup> Levantamento sobre os desertos de notícias do Paraná, de fevereiro de 2022: <https://www.atlas.jor.br/dados/>.

dados até se ter um dispositivo que opera sobre critérios em sintonia, tanto com a fundamentação teórica quanto com a realidade empírica. Para relacionar os dados obtidos com as discussões abordadas pelos autores lidos até o momento, foram feitos fichamentos e anotações em um diário de pesquisa (MILLS, 2009). Além da pesquisa exploratória, referenciais teóricos de estudos sobre o jornalismo de outros locais - seja do Brasil ou do mundo, mostram que, enquanto algumas cidades possuem diversos meios de comunicação, outras não têm sequer um espaço noticioso que fale sobre a própria localidade. Observa-se que a presença de espaços jornalísticos, associada a outros serviços e ofertas, pode funcionar como qualificador da vida em uma cidade, pois a realidade urbana é, dessa forma, modificada ou transformada (DEOLINDO, 2017, p. 192). Somado a isso, cada jornal local enfrenta um desafio diferente. Os estudos de Ali et al (2018) chegam a possíveis conclusões sobre a narrativa da crise dos jornais. “Quando se trata de ‘indústria jornalística’, a narrativa abrangente desses relatórios é notavelmente consistente: um setor em declínio, com receitas drasticamente em queda, reduções substanciais nos jornalistas e o fechamento de jornais.” (ALI et al, 2018, p. 454). Isso não esgota, no entanto, apontam os autores, a necessidade de pesquisa das particularidades de pequenos e médios mercados jornalísticos em cada país. Uma das possíveis limitações é o enfraquecimento da oferta de notícias factuais originais que passam a em jornal impresso, dividindo cada vez mais espaço com despachos de assessorias empresariais ou governamentais. A própria Tuchman (1978) destaca os casos em que o status do repórter em uma comunidade ou a presença de uma equipe molda a capacidade de informar sobre acontecimentos locais. Para a autora, a tarefa de produzir notícias diariamente se faz possível pela capacidade das organizações jornalísticas ao controlar o espaço - em termos de domínios territoriais - e ao especializar uma temática. Diante disso, considera-se a realidade dos impressos paranaenses sob a perspectiva de uma menor divisão do trabalho, em que os jornalistas trabalham sabendo para onde vão olhar (locais dentro de uma cidade ou no entorno, localidades distantes de interesse) e para quais assuntos vão se dirigir (editoriais). Com uma estrutura menor de trabalho, em tese, os jornalistas operam sobre uma quantidade menor de lugares de cobertura e abordam menos especializações temáticas e mais a generalidade. Para chegar aos resultados parciais da pesquisa, foram realizados dois levantamentos referente às primeiras páginas dos jornais impressos do interior do

Paraná, entre os meses de novembro e dezembro de 2021. Na primeira rodada, foram analisados cinco jornais: Folha de Campo Magro (mensal de Campo Magro); Correio do Cidadão (diário de Guarapuava), Folha de Irati (bissemanal de Irati); Folha do Norte Paranaense (bissemanal de Bandeirantes); Jornal Integração (semanal de Cafelândia). O critério de escolha foi justamente a disponibilidade das capas na web e a presença em mapeamento anterior, tendo por objetivo a análise de títulos, periodicidade, manchete (local, hiperlocal, regional, estadual, nacional), chamadas e espaço para publicidade. Logo na primeira análise, encontrou-se o que nomeamos de chamadas publicitárias<sup>6</sup>, que estavam disfarçadas de notícias. Já em dezembro, analisou-se a mesma quantidade de jornais. Contudo, substituiu-se o Folha de Campo Magro pelo Diário dos Campos (de Ponta Grossa), pois a nova edição mensal do jornal de Campo Magro ainda não estava disponível. Os mesmos aspectos da primeira checagem foram revistos, contudo, acrescentou-se a análise dos preços dos jornais, explícitos no cabeçalho. Em abril de 2022, novo levantamento das primeiras páginas dos seis jornais foi realizado. Dessa vez, criou-se uma tabela Excel para registro de dados, em que constam critérios de análise mais específicos, como: a mesorregião em que os jornais estão inseridos, a população e a densidade demográfica de cada município - todos dados fornecidos pelo Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes)<sup>7</sup>. Anota-se, ainda: periodicidade, preço, local de referência das manchetes (hiperlocal/bairro, local, regional, estadual, nacional), quantidade de chamadas, espaço destinado à propaganda e formato dos impressos (standard, berliner, tablóide). Destacam-se dois pontos que a presente pesquisa encontrou ao realizar a recente checagem: a alteração do preço de dois dos seis jornais nesse curto período, que aumentaram o valor da edição em R\$ 2,00, sendo a Folha de Irati e o Diário dos Campos. Outro aspecto é a presença do fenômeno publicidade disfarçada de informação, destacadas nas primeiras páginas. Tal fator pode ser notado, tanto nas chamadas da Folha do Norte Paranaense (Bandeirantes) como no Jornal Integração (Cafelândia), sendo que na capa do jornal de Bandeirantes, duas das quatro chamadas possuíam publicidade disfarçada de notícia. Referente à escala de noticiabilidade das manchetes dos seis jornais impressos, somente o Jornal Integração (Cafelândia) e o Correio do Cidadão (Guarapuava) não deram destaque a assuntos locais. Enquanto a manchete do jornal de Guarapuava aborda uma pauta

---

<sup>6</sup> Tópico assinalado para posterior análise e verificação, devido às eventuais repetições perante a análise.

<sup>7</sup> Site Ipardes: <https://www.ipardes.pr.gov.br/>.

nacional/estadual, o jornal de Cafelândia traz um assunto que pode ser interpretado até mesmo de interesse internacional, por abordar uma pauta sobre os fretes entre países vizinhos, com a rota entre o Chile, Paraguai e Paranaguá - cidade litorânea do Paraná. O formato predominante das publicações é o berliner, sendo somente o Correio do Cidadão em tablóide. Por fim, enquanto cinco capas reservam espaços entre 25% a 50% destinados a anúncios, a edição do Diário dos Campos (Ponta Grossa), que circulou entre os dias 29 de abril a 02 maio, não teve nenhuma publicidade na primeira página. Considera-se parcialmente que há a possibilidade de encontrar notícias destacadas em jornais impressos de pequenas cidades, por fazerem menção ao hiperlocal, local, cidades vizinhas, estado (associada ao Governo), país e, até mesmo, outros lugares do mundo, ao se tratar de escala regional da noticiabilidade nas chamadas de primeira página. O aumento do preço de dois dos seis jornais analisados parece confirmar diagnóstico de Meyer (2007) sobre o mercado norte-americano, quando aborda a existência de jornais que circulem em um local até o seu limite financeiro, informativo e de público, extraem tudo o que o leitor tem a oferecer a médio prazo e depois somem, impedindo por vezes o surgimento de concorrentes. O que o autor chama de “pegue-o-dinheiro-e-corra” acontece quando donos dos jornais locais impressos se interessam em “diminuir o espaço editorial, cortar pessoal, reduzir a circulação em áreas remotas ou de baixa renda e menos interessantes para anunciantes, adiar a manutenção e a melhoria na estrutura de capitais, além de manterem baixos salários” (MEYER, 2007, p. 49). Resta saber se, na pesquisa sobre os jornais impressos de cidades do interior do Paraná, tal ação é um caso isolado ou não. Portanto, a investigação em curso pretende perceber se a crise também modula a maior ou menor noticiabilidade do entorno geográfico nos destaques informativos, como possível parâmetro de credibilidade e confiança no jornalismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornais impressos; Noticiabilidade; Periodicidade; Regiões; Produção Jornalística.

## REFERÊNCIAS

ALI, Christopher; DONALD, Rosalind; RADCLIFFE, Damian; SCHMIDT, Thomas R. Searching for Sheboygans: On the future of small market newspapers. Vol. 21, Estados Unidos: *Sage Journalism*, 2018. p. 453-471.



BRONOSKI, Marcelo Engel; WEHRHOLDT, Eder Carlos. Mapeamento das mídias jornalísticas do Paraná. **Anais...** XXIII Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação. Ponta Grossa: UEPG, 2020.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. Regiões jornalísticas do interior Fluminense: As áreas de mercado dos jornais diários e sites de notícias locais e regionais. Vol. 12. Curitiba: **Revista Geografar**, 2017, p. 170-195.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2007. p. 15-55.

MILLS, C. R. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia:** Estudio sobre la construcción de la realidad. New York: Free Press, 1978.