



## **Pirâmide invertida, lead clássico e interesse público: 50 anos depois, jornalismo impresso catarinense ainda segue padronização<sup>1</sup>**

Sandro Lauri da Silva Galarça<sup>2</sup>

Universidade do Vale do Itajaí/Univali/SC

### **Resumo**

A proposta deste estudo é demonstrar o nível de utilização das normas técnicas do jornalismo impresso em três jornais catarinenses: Diário Catarinense, A Notícia e Jornal de Santa Catarina. A análise estabelece três categorias: padronização morfológica da abertura jornalística (lead); critérios utilizados na seleção, produção e divulgação de notícias; tipos de aberturas encontradas nas matérias veiculadas. O estudo parte da premissa de que a estrutura padrão da notícia tem sido utilizada como forma predominante, uma vez que a organização estrutural simplifica o trabalho jornalístico, economizando tempo no procedimento da escrita. Tal verificação torna-se relevante, na medida em que, por um lado, os jornalistas aplicam essas técnicas para chegar à objetividade, enquanto, por outro, há de se pensar em alternativas para melhorar a qualidade da informação que chega aos leitores.

### **Palavras-chave**

Palavras-chave: notícia; produção; estrutura.

### **1 Introdução**

Identificar como os três maiores jornais catarinenses (Diário Catarinense, A Notícia e Jornal de Santa Catarina) utilizam a estrutura da notícia na construção de seus textos jornalísticos e de que forma a compreensão da informação se dá quando os esquemas estruturais não são obedecidos foi a questão problema a ser respondida no presente estudo, assim como o ponto de partida para todas as indagações da investigação, que durou dois semestres letivos. A pesquisa foi desenvolvida no âmbito do grupo de pesquisa Monitor de Mídia, da Universidade do Vale do Itajaí.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP de Jornalismo

<sup>2</sup> Jornalista, mestre em Comunicação e Informação UFRGS, doutorando em Literatura UFSC. Professor dos Cursos de Comunicação e Design da Univali. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Monitor de Mídia, vinculado ao curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí - Univali. e-mail: sandrol@univali.br

A imprensa escrita ocupa lugar de destaque no cenário da comunicação de massa em Santa Catarina. Cidades tradicionais como a capital, Florianópolis, Joinville, a maior cidade catarinense e Blumenau, pólo de desenvolvimento regional do Vale do Itajaí, registram jornais historicamente importantes e ideologicamente relevantes no cenário político e econômico do Estado. Hoje, são expoentes máximos destas três cidades o Diário Catarinense, o jornal A Notícia e o Jornal de Santa Catarina, considerados os três maiores jornais diários em termos de circulação, tiragem e abrangência geográfica.

Pela relevância na sociedade onde atuam, tais veículos são sempre alvos de pesquisas, pois sobre eles recaem os olhares mais críticos e as observações acadêmicas, interessadas em estudar a tendência do jornalismo contemporâneo. Em Santa Catarina, são o parâmetro informacional e configuram-se em vitrines dinâmicas, por sua visibilidade natural e pelo potencial de persuasão no grande público. Os três jornais ocupam-se de regiões geograficamente definidas, possuem ações comerciais e editoriais igualmente estabelecidas e escrevem para um público leitor bastante específico.

Entender a forma como se dá a relação entre os veículos de comunicação e seus públicos, a partir de uma discussão a respeito do jornalismo técnico e da forma de estrutura da notícia, torna-se pertinente a partir do momento que esse olhar possa estar descobrindo novas formas, novos modelos e novos procedimentos no fazer jornalístico. Centrado na análise da mídia e na possibilidade de utilização de seus resultados como instrumento didático-pedagógico, este projeto tem sua importância justificada na medida em que busca avaliar a aplicação de conceitos existentes a partir do questionamento, da interrogação científica e da sua exploração enquanto pertencente ao quadro das ciências da comunicação. O processo de ensino-aprendizagem, desta forma, seria o maior privilegiado, já que os resultados destas investigações resultarão em dados concretos, evidências científicas e análises palpáveis, fundamentais nas práticas pedagógicas das ciências sociais aplicadas, em que o homem e a presença dele na sociedade estão no centro dos objetivos de pesquisa.

## **2 Informação e Informação Jornalística**

Durante muitos anos, o grande guia utilizado pelas escolas de comunicação em todo o país foi *A imprensa informativa*, de Luiz Beltrão (1969). Jornalistas nacionalmente consagrados beberam desta fonte importante que, para os recém-chegados na profissão, era consulta obrigatória. O tempo passou, novas obras chegaram

aos planos de ensino das faculdades e às prateleiras das bibliotecas, mas *A imprensa informativa* continua sendo referência a futuros profissionais. Na página 81, podemos ler duas distinções acerca do termo *informação*.

A primeira tem o que o autor chamou de “sentido lato”, e conceitua informação como função biológica, “que consiste em perceber o real para satisfazer as condições da vida e do progresso da espécie”. A outra definição está relacionada ao sentido humano, e pode ser entendida como “o ato de levar um fato ao conhecimento de outrem”, o que remete à definição simplória de que *a informação é o relato de um fato, idéia ou situação*.

Jornalisticamente falando, a informação tem o caráter público, uma vez que interessa a grupos numerosos de pessoas. A definição de Luiz Beltrão que satisfaz a necessidade desse contexto é a que diz que “as informações públicas são as de que se ocupa o jornalismo e, quando se referem a situações atuais e são divulgadas pelos veículos de comunicação coletiva denominam-se *notícias*”. Notícia é, então, a denominação da informação jornalística.

Para Bahia (1990:37), há um forte sentido de responsabilidade na transmissão e produção da informação jornalística. Ele acredita que ao reunir as notícias, os veículos cumprem sua tarefa de captação, mas é ao escrever e distribuir que exercem a função de seleção, interpretação e difusão, atingindo a uma ampla camada da sociedade. Sua definição sobre informação deixa evidente esse senso de praticidade do jornalismo como atividade essencial das sociedades modernas. Escreve Bahia:

“A informação é a principal finalidade do jornalismo. Ela deve ser verdadeira e íntegra, descobrindo e comunicando, pela imprensa, pelo cinema, pelo rádio, pela televisão ou outros meios, os fatos que pela sua própria natureza convém sejam públicos e não meramente particulares. Sua autoridade emana, principalmente, do conjunto das instituições políticas e econômicas” (p.37)

O autor ainda vai acrescentar que o jornalismo é um dos principais – senão o principal – instrumentos básicos da comunicação coletiva. Representa a forma pela qual o público participa da vida social, direta ou indiretamente. Aponta para o jornalismo como um processo social e histórico, uma necessidade humana e uma forma de expressão cultural típica da sociedade moderna. Beltrão (1992:65) afirma que “jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum.”

Bond (1962:15) utiliza a definição de Eric Hodgins, da revista Time para formar o seu entendimento sobre jornalismo: “jornalismo é a transmissão de informação, de um ponto a outro, com exatidão, penetração e rapidez, numa forma que sirva à verdade e torne aquilo que é certo evidente aos poucos, quando não imediatamente”. Também nessa definição vemos o olhar social, a referência ao bem da comunidade, a visão romântica e idealista da maioria dos profissionais que sedimentaram a literatura sobre o tema desde a fundação das primeiras escolas de comunicação no Brasil, ainda nas décadas de 50 e 60. De fato, o jornalismo tem muitas funções – das quais destacam-se aquelas que concentram a busca, interpretação e difusão de notícias. Na visão de Bond (p.19-20), o jornalismo tem quatro razões fundamentais de ser: informar, interpretar, orientar, entreter. Sem esquecer das demais, o certo é que todas as considerações apontam para a função, primeira, a da natureza da informação.

Como genuína informação jornalística, a notícia deve reunir interesse, importância, atualidade, proximidade geográfica entre o fato e o público a que o jornal se destina e, evidentemente, veracidade. São esses os critérios mínimos para que uma simples informação cotidiana ganhe as páginas dos jornais ou as telas dos canais de televisão. Há, também, todo um apelo estético e valorativo para que um fato isolado se torne notícia. Na visão de Mouillaud (1997:37), a informação jornalística é o que é possível e o que é legítimo mostrar, mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido. Continua Mouillaud:

“Toda informação, como um asterisco em um guia, supõe a flecha de uma dêixis pela qual se autodesigna. Faz um anel consigo própria. De maneira que, segundo os lingüistas, qualquer asserção é destacada por um ‘e isto é verdade’, qualquer informação se legenda com um ‘e isto deve ser visto ou sabido’”. (1997:38)

A informação jornalística recebe o nome de notícia, que pode ser definida como uma informação relevante, de interesse público e que passou por um processo de avaliação, interpretação e publicação, pois sem socialização não há a conclusão do processo de informação coletiva, objeto de estudo do jornalismo. Analisando sob esse aspecto, cabe salientar que a seleção de notícias, como vai questionar Mouillaud, obedece não somente a critérios técnicos, mas também subjetivos.

Marcondes (1989:13) aponta para outra direção, ao afirmar que notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso, a informação sofre um tratamento que a adapta às normas

mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Para ele, a informação pode ser um meio de manipulação ideológica dos grupos que estão no poder, o que faria com que estivesse situada dentro do jogo de forças da sociedade.

O importante, neste momento, é separar informação simplesmente de informação jornalística. O caráter público da segunda é o que a diferencia da informação comum. Assim, o processo de informação jornalística funciona de maneira contrária ao de informação industrial, por exemplo, onde o sigilo e a fidelidade do transporte de informações são essenciais para a sobrevivência das empresas. A informação privada e confidencial é poder, tem valor estrito. Tornada pública, passa a ser jornalismo, pois é a publicidade dos fatos que constrói seu caráter de notícia.

Por isso, Marcondes sustenta sua distinção sobre o valor de troca de uma notícia. Uma informação pura e simples não é mercadoria. Para tanto é preciso que ela seja transformada em notícia. É no jornal impresso ou nos outros meios de divulgação jornalística (rádio, televisão, revistas, Internet) que se cria, a partir da matéria-prima informação, a mercadoria notícia, sempre chegando ao público de maneira atraente. Manchetes, cores, chamadas, figuras de linguagem, fotografias e imagens compõem a parte vendável da informação, agora transformada em notícia.

## **2.1 Estrutura da Informação**

De todas as formas de se começar um texto jornalístico, uma estrutura esquemática tem se destacado há pelo menos 50 anos no Brasil, principalmente a partir das mudanças implementadas no Jornal do Brasil, na década de 50: a presença de uma abertura padrão, privilegiando as últimas informações a respeito do fato a ser narrado, permitindo uma melhor organização textual e uma melhor cognição da recepção, também conhecida como *lead* (ou lide). Despertado a partir de uma informação prévia acerca da essência do acontecimento a ser narrado – exposta no título de cada matéria – o leitor busca, já nas primeiras linhas do texto, a resposta às perguntas essenciais (o quê, quem, quando, onde, como e por quê), um conjunto de informações jornalísticas que, apresentadas de maneira objetiva, serão responsáveis pela compreensão do fato e pela referência semântica do evento a ser narrado posteriormente.

O conceito de objetividade, no meio jornalístico, carrega certa imprecisão por parte dos autores que a ele se referem, mas pode ser sintetizado como “a representação

da realidade tal como ela é”.<sup>3</sup> O que se pretende, neste momento, é salientar que, do ponto de vista estrutural, segundo Lage (1987, p. 16), a notícia se define no jornalismo moderno “como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do fato mais interessante ou importante”. Nesta perspectiva, a objetividade está intimamente ligada com a discursividade jornalística, pois se materializa a partir do parágrafo de abertura, que via de regra contempla as informações essenciais sobre o ocorrido, de maneira a traduzir o fato em si, com o mínimo de intervenção possível e começando pelas informações mais recentes acerca deste fato.

Mais importante do que verificar se a imprensa segue ou não essa condição informativa é avaliar de que maneira os padrões estabelecidos estão contribuindo para uma maior clareza e conseqüente compreensão do texto jornalístico, informativo por natureza, e que apresenta características de objetividade e discursividade próprios do fazer jornalístico. As demais atribuições profissionais, neste contexto, passam a permear o todo textual, compreendidas e assimiladas a partir da compreensão primeira do fato, sem a qual toda a atividade de levantamento e checagem de informações, interpretação e versão do fato, narrativa e construção textual tornar-se-iam inócuas, inférteis.

O próprio estilo textual do jornalista, neste caso, sairia prejudicado com a não obediência dos esquemas tradicionais de compreensão, formados pelo conjunto título-abertura (lead), uma vez que sem a compreensão do fato em si a leitura das informações complementares do fato não fariam o mesmo sentido semântico. O processo de ensino-aprendizagem nas escolas de comunicação, portanto, pode se apoiar nos resultados aqui apresentados, como forma de reiterar, questionar ou mesmo negar um processo instaurado e consolidado nas redações dos jornais contemporâneos.

O jornalismo atual busca, através de uma evidente hierarquia, romper com o formalismo de antigas categorias. “Na sua metodologia, as distinções nem sempre são ostensivas, mas na sua morfologia elas integram – nos veículos impressos e nos meios audiovisuais – a própria personalidade da notícia” (Bahia, 1971:13). Esta análise indica para o fato cristalizado de que a informação apresentada nos meios de comunicação de massa prevê classificações segundo uma hierarquia existente *a priori* e que acabam se

---

<sup>3</sup> Segundo a definição do *Handwörterbuch der Massenkommunikation und Medienforschung* (Manual de Comunicação de Massa e Pesquisa de Mídia de Berlim, 1982, p.328 *apud* KUNCZIK, Michael. Conceitos de Jornalismo Norte e Sul. Manual de Comunicação. São Paulo: EDUSP, 2002

somando aos hábitos da comunicação, servindo para prevenir ao público quanto aos objetivos da mensagem.

Aqui, o princípio da objetividade deve ser relativizado, uma vez que a própria natureza dos fatos apresenta características subjetivas. Como lembra Genro Filho (1987, p. 48), o julgamento ético, a postura ideológica, a interpretação e a opinião não formam um discurso que se agrega aos fenômenos somente depois da percepção, mas são sua pré-condição, o pressuposto mesmo da sua existência como fato social. Para o autor, não há um fato e várias opiniões e julgamentos, mas um mesmo fenômeno (manifestação indeterminada quanto ao seu significado) e uma *pluralidade de fatos*, conforme a opinião e o julgamento. Isso quer dizer que os *fenômenos* são objetivos, mas a essência só pode ser apreendida no relacionamento com a totalidade. “E como estamos falando de fatos sociais, a totalidade é a história como autoprodução humana, totalidade que se abre em possibilidades cuja concretização depende dos sujeitos”.

Neste momento, numa tentativa de compreender o processo produtivo da informação, Erbolato (2004) lista 24 critérios jornalísticos para a divulgação de notícias. Neste estudo, foram registrados apenas cinco critérios entre os casos analisados. Quando mais de um critério era verificado na mesma divulgação jornalística, o registro era feito segundo o critério que apresentava maior poder de veiculação sobre os outros, ou seja, era marcado apenas o critério mais evidente. Os valores-notícia (ou critérios de noticiabilidade) encontrados foram a proximidade, a relevância social, o interesse público, a raridade e a proeminência dos envolvidos. São critérios que, de acordo com a teoria do *gatekeeper* (seletor de notícias) instigam a pergunta sobre como se controla a produção dos meios de comunicação de massa e onde se encontram os mecanismos de controle (KUNCZIK, 2002). A seleção de notícias, segundo o autor, equivale a restringir o volume de informações, o que significa a seleção de assuntos que alguém acha que merecem ser publicadas, tomadas como base os critérios estabelecidos previamente. O processo de selecionar notícias segundo seu valor como produto informativo não se limita a aceitar ou rejeitar as notícias, mas chega a processar aquelas que são aceitas, modificando-as, já que uma matéria jornalística é o resultado daquilo que os jornalistas fazem com ela.

Na realidade, são classificações que facilitam a leitura e direcionam o leitor para uma compreensão senão automática pelo menos espontânea, mas sem exclusão de inferências e julgamentos por parte do leitor, algo tão em falta na complexidade cotidiana da Sociedade da Informação. Neste contexto, título e abertura (lead) são



relevantes e devem ser entendidos como essenciais no processo de produção de informação não somente por serem categorias naturais do discurso jornalístico, mas por apresentarem de maneira direta as informações mais importantes, como que a marcar um caminho a ser percebido pelo leitor, como forma de hierarquizar a informação transmitida (COMASSETTO, 2003).

Ao contrário de outros discursos, onde as partes iniciais do texto são apenas introdutórias, a notícia apresenta uma lógica própria, já que vai priorizar a ordenação por relevância: informações mais recentes e, conseqüentemente, mais importantes, aparecem primeiro, e da compreensão dos códigos semânticos estabelecidos depende toda a continuidade da matéria, seu aprofundamento, seu caráter investigativo, interpretativo e até mesmo analítico.

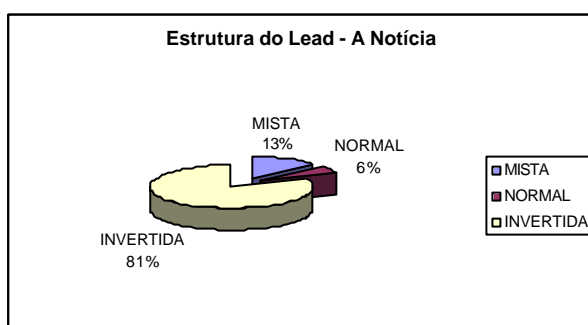
Por outro lado, a estrutura da notícia facilita a escritura do texto, uma vez que, priorizadas as informações mais recentes do acontecimento – notícia, no sentido mais usual, deve apresentar algo significativamente novo – todos os outros fatos podem ser ordenados a partir de uma hierarquia formal. Definidas as prioridades, constantes no título e no parágrafo de abertura, resta ao jornalista a complementação dos fatos, seguindo a ordem decrescente de importância. A seleção dos acontecimentos torna-se importante neste método, e acaba determinando o ritmo narrativo a ser impresso por quem escreve, como uma sinalização inicial proposta, uma indicação de leitura, uma sugestão de compreensão, em que o mais importante está disposto em primeiro lugar.

### **3 Jornalismo Técnico na Grande Imprensa Catarinense**

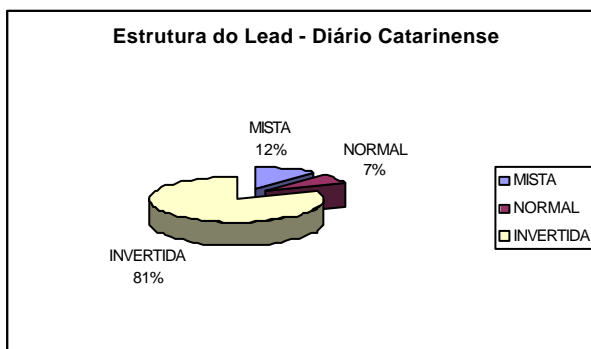
Com o objetivo de verificar a utilização dos padrões técnicos nos jornais catarinenses, foram analisadas quantitativa e qualitativamente 17 edições de cada um dos três veículos em questão: Jornal A Notícia, Diário Catarinense e Jornal de Santa Catarina. O período de análise compreendeu os meses de agosto a novembro de 2006. Foram escolhidas as edições de segunda-feira dos referidos jornais, uma vez que apresentavam maior equilíbrio entre as pautas, com os assuntos distribuídos de maneira mais igualitária entre as editorias. Em agosto, foram analisadas as edições de 7, 14, 21 e 28. Em setembro, 4, 11, 18 e 25. Em outubro, 2, 9, 16, 23 e 30. E, em novembro, foram verificadas as edições dos dias 6, 13, 20 e 27.



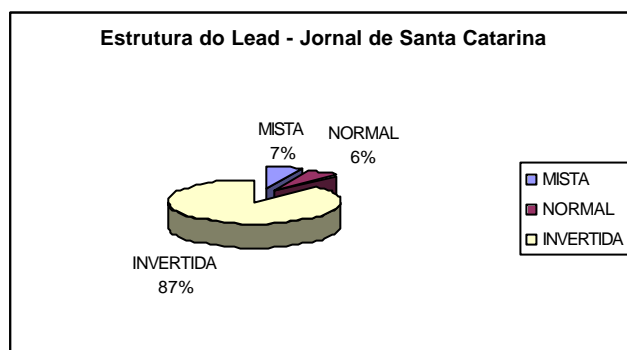
Tomando-se como base a classificação de leads de acordo com Erbolato (2004), pode-se dizer, a partir da análise, que se observou a tendência dos textos jornalísticos em apresentar sua construção a partir do modelo clássico da pirâmide invertida (o mais recente vem primeiro, depois as informações que o complementam e, por fim, um fechamento a respeito da informação principal). No jornal A Notícia, por exemplo, em todas as amostragens utilizadas, registrou-se 1123 matérias jornalísticas. Destas, 65 apresentavam o lead em forma de pirâmide normal, 150 em forma de pirâmide mista e 908 em forma de pirâmide invertida. Em termos percentuais, 81% dos textos começam com a estrutura da informação que privilegia a descrição dos últimos relatos de um acontecimento, como pode ser verificado no gráfico abaixo.



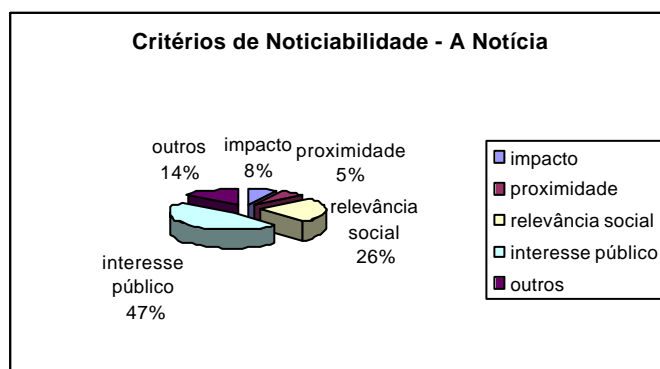
O segundo periódico analisado, o Diário Catarinense, apresenta números bastante semelhantes em relação ao jornal A Notícia. Os valores são praticamente os mesmos, com variação em apenas 1 ponto percentual, o que indica uma tendência de homogeneizar, na redação, a forma de escrita dos principais veículos gráficos catarinenses. Cabe registrar que desde agosto de 2006, o jornal joinvillense A Notícia foi adquirido pelo grupo RBS, que já possuía os outros dois veículos impressos que são objeto desta análise. Dos 1.163 leads existentes nas edições da amostragem, apenas 78 apontam e estrutura em forma de pirâmide normal. Outros 136 registram a pirâmide mista e 919 foram estruturados em forma de pirâmide invertida. São 81% de ocorrências no total, como mostra o gráfico a seguir.



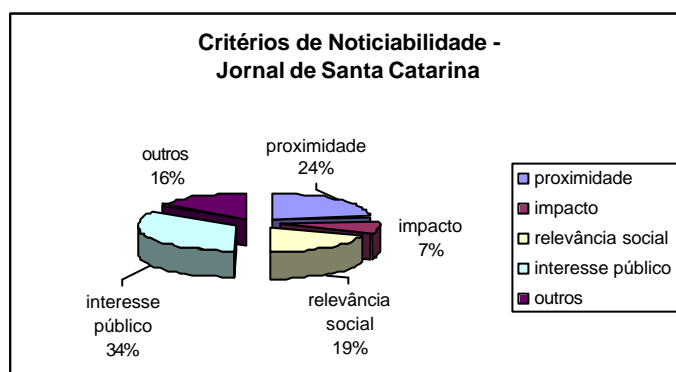
O Jornal de Santa Catarina, por sua vez, apresenta números mais evidentes. No mesmo período analisado, foram publicadas 1290 matérias no total. Destas, 87 matérias em pirâmide mista, 79 em pirâmide normal e 1124 em pirâmide invertida. Percentualmente, conforme podemos observar no gráfico abaixo, a diferença é ainda maior. São 87% das ocorrências registrando leads em pirâmide invertida, comprovando a tendência de imediatismo dos jornais e a aplicação do conceito de lead técnico, em vigor há mais de 50 anos no Brasil.



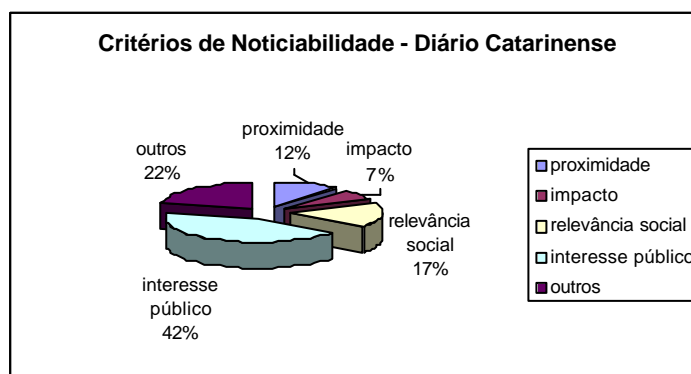
O estudo completo aponta ainda uma série de outros resultados, como os que estão relacionados aos critérios utilizados pelos jornalistas no momento da seleção de informações. Aqui, vale a lembrança que quase todos os critérios apontados por Erbolato (2004) foram citados. Entretanto, observa-se uma forte concentração na escolha de quatro critérios básicos no processo de produção das notícias. No jornal A Notícia, de um total de 1.123 textos jornalísticos, 85 (8%) tiveram como critério de noticiabilidade o impacto provocado pela informação; 61 textos (5%) foram veiculados em função da proximidade; 292 textos (26%) em função da relevância social e 523 matérias (47%) em função do interesse público.



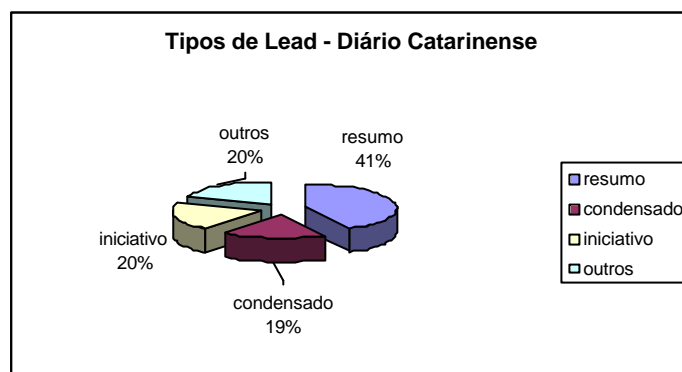
No Jornal de Santa Catarina, os números apresentam uma situação um pouco diferente. Entre os três jornais analisados, é o único que apresenta o critério proximidade como o segundo de maior incidência. Das 1290 matérias publicadas no período, 306 foram publicadas devido ao fator proximidade, o que corresponde a 24% do total. Isso comprova uma impressão inicial, de que este veículo era o que mais usava a proximidade como fator determinante para a divulgação de informações. O critério mais utilizado, no entanto, foi o interesse público, com 431 ocorrências (34%). Em seguida, vêm os critérios de relevância social, com 248 incidências (19%) e impacto, encontrado em 96 oportunidades, o que corresponde a 7%. Outros critérios somam 209 ocorrências, ou 16%.



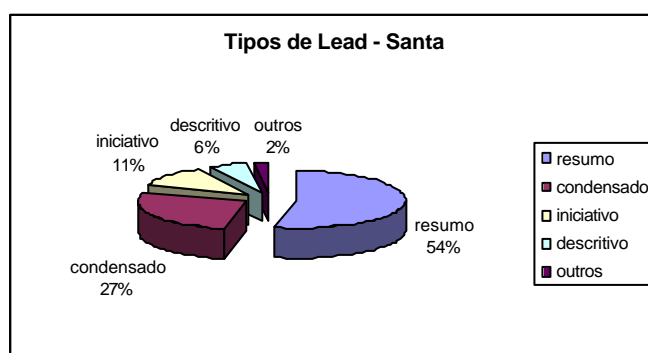
No Diário Catarinense, um jornal mais abrangente geograficamente, o fenômeno não se repete. Neste caso, o destaque outra vez é para a padronização dos critérios utilizados na divulgação jornalística, em que as maiores incidências apontam para os critérios de interesse público (495 incidências ou 42%) e relevância social (198 vezes ou 17% do total). O critério da proximidade prevaleceu em 135 oportunidades (apenas 12%) e o critério do impacto foi registrado 78 vezes (7%). Outros critérios somam 257 ocorrências (22%).



Outro ponto observado nos jornais catarinenses diz respeito aos tipos de lead. Verificou-se uma nítida concentração nos três tipos mais comuns: o lead clássico, ou condensado; o lead informativo ou de resumo; e o lead iniciativo. No Diário Catarinense, no período analisado, foram registrados 544 leads de resumo, do total de 1290 matérias publicadas, o que corresponde a 41% do total. O lead condensado ou integral foi utilizado 240 vezes (19%), enquanto o lead iniciativo foi verificado em 254 oportunidades, ou 20%. Outros leads somaram 252 ocorrências ou 20%.



O Jornal de Santa Catarina, no que diz respeito aos tipos de lead, outra vez foge à regra e apresenta um dado importante na tendência de valorização dos mesmos aspectos. Neste jornal, também é forte a presença dos leads de resumo, condensado e iniciativo, mas aparece com boa quantidade de ocorrência o lead descritivo (74 aparições, 6% do total). Esta indicação é importante, uma vez que registra um estilo diferenciado de se começar a contar a história, quebrando a hegemonia do jornalismo técnico e da estrutura padrão. Como bem demonstra o gráfico abaixo, o lead de resumo foi encontrado em 686 oportunidades, o que corresponde a 54% das 1290 matérias. O lead condensado foi usado em 353 vezes (27%) e o lead iniciativo encontra-se em 148 matérias (11%). Outros tipos somados chegam a 28 casos (apenas 2%).



O terceiro jornal analisado, A Notícia, com sede na cidade de Joinville, comprova a concentração dos estilos jornalísticos já citados e apresenta poucos registros de leads em estilo descritivo, ao contrário do que foi registrado no Jornal de Santa Catarina. Das 1.163 matérias publicadas no período, apenas 37 (ou 3%) enquadrava-se nesta situação. Em compensação, a concentração é ainda maior nos tipos tradicionais: são 544 ocorrências de lead de resumo (47%), 343 incidências de lead condensado (29%) e 134 utilizações do lead iniciativo (12%). Outros tipos somaram apenas 37 ocorrências (ou somente 9%).



### 3 Considerações Finais

Pensar o local e o global dentro do campo informativo de um jornal impresso é pensar uma proposta de equilíbrio. Na história recente do jornalismo, a busca por informações internacionais, sempre esteve ligada ao desenvolvimento dos jornais, uma vez que informar sobre o que acontecia em outros países era, além de criar um diferencial em relação à concorrência, um modo de ampliar o raio de influência interno do jornal dentro do contexto nacional. Por outro lado esse acesso à informação internacional convivia com as pautas cotidianas das próprias cidades, principalmente, pelo campo de interesses locais. Mas, para compreender o cenário que configura o recorte das notícias entre o local e o transnacional é necessário observar alguns limites. Primeiro, os conteúdos jornalísticos partem das agências internacionais, delimitando os assuntos a serem abordados. Segundo, os grandes jornais assimilam em segunda mão o repasse do material internacional para os jornais locais. Isso justifica, em parte, a utilização pelos pequenos jornais de materiais enviados pelas agências de notícias, mas configura-se um desequilíbrio quando grandes jornais diários, como os aqui pesquisados, usam do mesmo expediente.

Destarte, cabe ressaltar que a mídia local está cada vez mais globalizada, pois opera num contexto social mais amplo do que há algumas décadas. Por isso mesmo, acaba valendo-se dos mesmos expedientes técnicos, como a utilização de outros critérios para a divulgação da notícia, como o interesse do maior número de pessoas e a relevância social do acontecimento. Assim também pode ser verificado na análise que se fez a respeito do tipo de lead utilizado em cada matéria. Ao todo, foram lidas 3.576 matérias, em 17 edições de cada um dos três jornais, divididos em quatro meses. A imensa maioria dos casos aponta a preferência por apenas três tipos, dentre os 24 apontados por Mário Erbolato em *Técnicas de Codificação em Jornalismo*: lead condensado ou clássico, informativo ou de resumo e iniciativo.

Prosseguindo no mesmo campo de observação, pode-se salientar ainda a maior parte de ocorrência de textos em pirâmide invertida, o que se nota a partir da objetividade presente na grande maioria dos textos. Se o jornal impresso tem um importante papel de construir a identidade cultural de uma determinada região, além de promover a discussão de interesses em comum, o ensino do jornalismo em sala de aula também pode contribuir para conhecer a realidade dos veículos, questioná-la e apontar caminhos alternativos para a construção de um veículo identificado cada vez mais com a comunidade em que está inserido.

A identidade de regiões comporta a necessidade de mecanismos de produção simbólica que contemplem o reforço do sentimento de pertencimento, o que acaba se reduzindo quando jornais do porte de *A Notícia*, *Diário Catarinense* e *Jornal de Santa Catarina* abrem mão das pautas locais e das reportagens com o foco na proximidade geográfica. Além disso, também deixam de lado outras formas de se começar um texto jornalístico, abusando do tradicional modo de se escrever um texto para jornal.

Muitos municípios ou regiões maiores criaram seus meios de comunicação como forma de construção e preservação da cultura local, o que acaba sendo ofuscado pelo fenômeno da globalização da informação e pelo desequilíbrio da utilização das notícias internacionais. Os dados coletados durante a pesquisa, muito mais extensos do que aqueles acima apresentados de forma resumida e sistematizada, servirão como base importante para o questionamento do modo de se fazer jornalismo, para quem se está produzindo e qual o efeito dessa estrutura de produção noticiosa na sociedade que é retratada diariamente nas páginas destes jornais.



## Referências Bibliográficas

- BAHIA, Juarez. *Jornalismo, informação, comunicação*. São Paulo: Ática, 1990
- BELTRÃO, Luiz. *A imprensa informativa*. São Paulo: Folco Masucci, 1969
- \_\_\_\_\_. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. São Paulo: Edusp, 1992.
- BOND, Fraser F. *Introdução ao jornalismo. Uma análise do quarto poder em todas as suas formas*. 2. ed. Tradução Pinheiro de Lemos. Rio de Janeiro: Agir, 1962
- COMASSETTO, Leandro Ramires. *As razões do título e do lead: uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia*. Concórdia, SC: 2003
- DIZARD, Wilson. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*; tradução Edmond Jorge; 2. ed. Revista e atualizada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000
- KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo Norte e Sul*. Manual de Comunicação. São Paulo: EDUSP, 2002
- LAGE, Nilson. *A Estrutura da Notícia*. São Paulo: Ática, 1998
- ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2004.
- MARTIN, William J. *The global information society*. Brookfield/Vermont: Ashgate Publishing Company, 1995.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital da Notícia. Jornalismo como produção social de segunda natureza*. São Paulo: Ática, 1989