



Jornalismo Local: Critérios de Noticiabilidade no Diário do Iguaçu¹

Carla Algeri²

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

São vários os critérios utilizados para definir quais fatos merecem vir a ser noticiados. Também são diversos os autores que elaboram seus quadros de análise dos valores-notícia. O presente artigo analisa os valores-notícia presentes na imprensa interiorana catarinense, a partir da análise das chamadas de capa de exemplares do jornal Diário do Iguaçu, de Chapecó, Oeste do Estado. Foram utilizadas considerações de Silva (2005), Traquina (2005), Lage (2001) e Sousa (2000) para elaborar uma lista de valores-notícia, aplicável a análise dos exemplares. O critério proximidade foi considerado inerente à prática do jornalismo local. Verificou-se que as notícias de interesse nacional foram escolhidas a partir da perspectiva de impacto sobre a população em geral, ou a partir do ângulo local. Também se constatou a constância de personagens políticos e empresariais nas chamadas de capa.

PALAVRAS-CHAVE: noticiabilidade, imprensa interiorana, valores-notícia.

TEXTO

1. Introdução

O tão discutido e estudado processo de globalização está interferindo definitivamente na configuração dos meios de comunicação em todo o mundo. Concentração da mídia, alteração nas percepções de espaço e de tempo e alterações dos valores-notícia são apenas algumas tendências resultantes de processos tecnológicos e mudanças econômicas e sociais.

No entanto, ao mesmo tempo em que notícias do mundo inteiro estão disponíveis em tempo real, as pessoas ainda buscam a identidade própria, “um elemento de signagem que as distingam, que as tornem diferentes, que as identifiquem enquanto indivíduo

¹ Trabalho apresentado no DT 01 – GP Teoria do Jornalismo do X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e-mail: carla140878@yahoo.com.br.



singular” (FERNANDES, 2004, p. 8), e nada mais apropriado que se falar no jornal local, na imprensa mais próxima das comunidades.

Quando se fala nos critérios para se analisar o que é notícia em um veículo impresso, mais especificamente o jornalismo local, deve-se pensar não somente no conteúdo expresso do jornal, ou seus valores-notícia intrínsecos, mas todas as forças que atuam conjuntamente na seleção dos fatos que serão transformados em notícia. Silva (2005) faz um levantamento de diversos autores que trataram da noticiabilidade e propõe a análise em três níveis: (a) na origem dos fatos (seleção primária dos fatos/valores-notícia); (b) no tratamento dos fatos, centrando-se na seleção hierárquica dos fatos e levando-se em conta fatores inseridos dentro da organização; (c) na visão dos fatos, a partir de fundamentos éticos, filosóficos e epistemológicos do jornalismo, compreendendo conceitos de verdade, objetividade, interesse público, imparcialidade que orientam inclusive as ações e intenções das instâncias ou eixos anteriores.

Este artigo tem como objetivo analisar os valores-notícia presentes nas matérias de um jornal local do Oeste catarinense, o *Diário do Iguaçu*. Serão analisados seis exemplares referentes a uma semana de publicação, de 20 a 26 de novembro de 2009, considerando-se que a edição de sábado e domingo é conjunta. Será considerado o primeiro nível apontado por Silva (2005), a seleção primária dos fatos, ou seja, os valores-notícia, utilizando como critérios de noticiabilidade levantamentos realizados pela autora e ainda por Lage (2001), Sousa (2001) e Traquina (2005). A metodologia utilizada contempla ferramentas da análise de conteúdo. Segundo Herscovitz, (in LAGO, BENETTI, 2007), a análise de conteúdo é amplamente empregada nos vários ramos das ciências sociais empíricas e na pesquisa em jornalismo. Pode ser utilizada para detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos. “Serve também para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações, para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias e para comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias em diferentes culturas” (HERSCOVITZ, 2007).

2 O que é imprensa local ou interiorana



O conceito de imprensa local ou imprensa interiorana, para esta pesquisa, é baseado em Dornelles (2003, 2004, 2009) e Fernandes (2003), autores que pesquisaram a imprensa do Rio Grande do Sul e a de Santa Catarina, respectivamente.

Partimos da definição de jornais do interior como “o produto impresso de uma empresa ou microempresa jornalística, constituída juridicamente na Junta Comercial de seu município [...] tendo por objetivo o lucro, através da comercialização publicitária, venda de assinaturas e venda avulsa, e com circulação restrita a um município ou região” (DORNELLES, 2004, p. 131). Fernandes (2003, p. 23) conceitua os jornais interioranos como “jornais-empresa de propriedade privada com fins lucrativos; de linha editorial não especializada [...], não pertencentes ou mantidos por entidades de classe [...] ou ainda por organismos da esfera do poder público” (FERNANDES, 2003, p. 23).

Em contrapartida aos grandes grupos de mídia, encontramos em muitas cidades brasileiras uma mídia local e regional, com jornais produzidos por empresas das mais diferentes origens. Em Santa Catarina, a Associação dos Diários do Interior (ADI/SC) reúne 21 jornais diários regionais, publicados nas regiões Norte, Sul, Vale do Itajaí, Litoral, Planalto Norte, Planalto Serrano, Meio Oeste e Oeste. Já a Associação dos Jornais do Interior de Santa Catarina (Adjori/SC) conta atualmente com 143 jornais associados, sendo semanários, bissetmanários, trissetmanários e quinzenais. De acordo com a entidade, esses veículos têm uma tiragem média de 3 mil exemplares e circulam em praticamente todos os 293 municípios de Santa Catarina. Se considerada a média de três leitores por exemplar, são cerca de um milhão de leitores no Estado. Fernandes (2003) identificou a existência de 177 jornais locais em Santa Catarina em 1999, somando 523 mil exemplares, ou 98 exemplares para cada mil habitantes.

Segundo a ADI/SC, nos últimos 10 anos o mercado de mídia vem modificando suas estratégias e práticas administrativas para acompanhar um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico. Iniciativas neste setor da comunicação cresceram em todos os estados. O número de novas publicações aumentou muito no início dos anos 90 e estimulou a organização de associações estaduais. O Rio Grande do Sul foi o primeiro, há 12 anos. Em novembro de 2002, diretores de jornais de cinco estados – RJ, MG, SC, PR e RS – fundaram a Associação Brasileira dos Jornais Diários do Interior



(ADI/Brasil). Os 72 jornais representados pela ADI/Brasil abrangem cerca de 3 milhões de leitores em seis estados, com uma tiragem diária superior a 600 mil exemplares.

2.1 Um jornal voltado para a comunidade

O *Diário do Iguaçu*, de Chapecó, foi escolhido para esta análise por pertencer à região catarinense mais distante da capital Florianópolis. O Oeste catarinense é formado por pequenos municípios, sendo Chapecó o maior deles, com cerca de 180 mil habitantes. A região apresenta ainda características econômicas e sociais mais ou menos homogêneas, como a presença de grandes agroindústrias, cooperativas e agricultura baseada em pequenas propriedades.

O jornal surgiu em 1997, em um momento de crise da principal atividade econômica do Oeste catarinense, a suinocultura, e as dificuldades pelas quais passava uma das maiores empresas de Chapecó, o Frigorífico Chapecó. Assim, naquele ano, 17 ex-funcionários do falido *O Iguaçu* resolveram dar continuidade ao negócio, mas com um novo nome. Em 2000 é adquirido o equipamento gráfico próprio e inicia-se a circulação às segundas-feiras (até então o jornal circulava de terça-feira a sábado). Em 2002 o jornal adquire sede própria e amplia suas atividades, com aquisição de novos equipamentos gráficos (RORATTO, 2009).

O *Diário do Iguaçu* circula em 72 municípios do Oeste e Meio Oeste catarinenses, com tiragem diária média de 9 mil exemplares (de segunda-feira a sábado). Fundado em 1997, o *Diário do Iguaçu* conta com 90 funcionários, dentre eles 22 na redação, sendo que destes, 15 são jornalistas. Há ainda colaboradores fora do município-sede, que ajudam na cobertura dos demais municípios de abrangência. A missão do *Diário do Iguaçu* é "fazer chegar ao conhecimento da comunidade local informações relevantes de fatos, coisas e acontecimentos que tenham influência positiva às pessoas, transmitidas de forma séria, imparcial, coerente e dentro dos princípios éticos", e a visão da empresa é "colocar seus produtos em todos os estabelecimentos comerciais e residenciais do grande Oeste de Santa Catarina" e o objetivo estratégico "ser o jornal referência na região Oeste do Estado, servindo como agente integrador das comunidades que compõem esta porção do estado catarinense" (idem).



Segundo Fernandes (2007), o desenvolvimento da imprensa na região Oeste foi lento em razão de suas precárias condições de infraestrutura, econômicas e sociais e principalmente por ser um território em litígio entre Paraná e Santa Catarina, a Guerra do Contestado, que deixou mais de 10 mil mortos no período de 1912 a 1916. O primeiro jornal da região, o Xapecó, surgiu em 1892, lançado pelo coronel José Bernardino Bormann, na então Colônia Militar de Xapecó, como forma de divulgar as questões militares na região. Ainda de acordo com Fernandes (2007), com exceção das regiões do Vale do Itajaí e Norte catarinense, onde a imprensa surgiu da necessidade de integrar os imigrantes, nas demais regiões do Estado o surgimento dos primeiros jornais é resultado de interesses políticos.

3 Os valores-notícia e a noticiabilidade

São diversos os autores que elaboram suas listas de valores-notícia aplicados à seleção primária dos fatos, ou seja, as qualidades intrínsecas que dão aos fatos importância para serem noticiados. Sousa (2000) define noticiabilidade como “um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há que selecionar as notícias” (idem, p. 101). Já Silva (2005) aponta os valores-notícia como características do fato em si e destaca que não se deve empregar como sinônimo os termos noticiabilidade, valores-notícia e seleção de notícias, situando valores-notícia e seleção de notícias “como conceitos específicos pertencentes ao universo mais amplo do conceito de noticiabilidade” (idem, p. 96). Wolf (1987) considera importante não somente o estudo dos valores-notícia, mas também a sua utilização na prática jornalística, pois propiciam a simplicidade do raciocínio na escolha das notícias e evitam incertezas excessivas quanto à escolha dos fatos noticiáveis.

Sousa (2000, p. 102) cita Galtung e Ruge (1965) como os primeiros autores a observar os critérios de noticiabilidade que se sobrepunham à ação pessoal do *gatekeeper*. Entre eles estão

“o momento do acontecimento, a intensidade ou magnitude do mesmo, a inexistência de dúvidas sobre o seu significado, a proeminência social dos sujeitos envolvidos, a proeminência das nações envolvidas nas notícias, a surpresa, a composição (tematicamente equilibrada) do noticiário, a proximidade, os valores



sócio-culturais, a continuidade, ou seja, o ser o desenvolvimento de algo já noticiado, etc.” (idem, p. 102-103).

O autor português define as forças que agem sobre a elaboração das notícias, que são a ação pessoal, a ação social, a ação sócio-organizacional, a ação social extra-organizacional, a ação ideológica e a ação histórica. Assim,

“Em conformidade com a ação pessoal, as notícias são vistas como um produto das pessoas e das suas intenções; a ação social dá ênfase ao papel das organizações (vistas como mais do que a soma das pessoas que as constituem) e dos seus constrangimentos na conformação da notícia; a ação cultural perspectiva as notícias como um produto da cultura e dos limites do que é culturalmente concebível no seio da cultura: isto é, uma dada sociedade, num determinado momento, só consegue produzir uma determinada classe de notícias” (Sousa, 2005, p. 40).

Lage (2001) seleciona alguns itens consideráveis no campo da avaliação empírica: a *proximidade*, a *atualidade*, a *identificação*, a *intensidade*, o *ineditismo* e a *oportunidade*. Traquina (2005) também elenca valores-notícia. O autor lembra que esses critérios substantivos dos valores-notícia “implicam um pressuposto sobre a natureza consensual da sociedade. Alguns desses valores-notícia os ajudam a construir a sociedade como ‘consenso’” (TRAQUINA, 2005, p. 85-86). Também ajudariam a traçar um “mapa cultural” do mundo social, assim como o desvio e a controvérsia formariam os padrões jornalísticos que ajudam a definir os valores-notícia. A seguir, alguns valores-notícia classificados por Traquina (2005) como critérios substantivos:

Morte – representa o negativo. Ao analisarmos esse critério, podemos relacioná-lo ao valor-notícia intensidade definido por Lage (2001). Assim, quanto mais mortes ou feridos um fato apresentar, mais chances terá de ser noticiado e ganhar destaque nos veículos de comunicação.

Notoriedade – Diz respeito à visibilidade das pessoas envolvidas, assim como os olímpianos³ (políticos, artistas, esportistas, enfim, os que fazem parte do mundo dos famosos). Quanto mais importância tiver a pessoa envolvida no fato, mais provavelmente ele será noticiado;

³ Expressão de Edgar Morin. Cultura de massas no século XX. Rio de Janeiro, Forense, 1967, apud Lages (2001).



Proximidade – Pode ser entendida a partir de proximidade geográfica e/ou cultural;

Relevância – Preocupação de informar o público sobre algo que tem impacto sobre a vida das pessoas. Decisões governamentais, mudanças na legislação, notícias de guerras, eleições, entre outros, representam critérios de relevância;

Novidade – O que é inédito ou fatos novos referentes a algo já conhecido;

Tempo – Atua de formas diferentes. Quanto mais recente um fato, mais ele terá chances de ser noticiado. As efemérides (Traquina usa a expressão *news peg*) também podem servir de “cabide” para notícias novas, como aniversários, comemorações, e servem de gancho para se voltar a falar de um acontecimento;

Notabilidade – Só é transformado em notícia aquilo que é tangível, ou seja, uma greve é algo tangível, enquanto a insatisfação do trabalhador, seu relacionamento com a chefia, é algo intangível. Assim, a notícia foca-se no fato, e não em uma problemática. Também se pode entender a notabilidade pela quantidade de pessoas envolvidas, a falha, o excesso, a escassez e a inversão;

Inesperado - O que causa o caos, o inteiramente imprevisível, que subverte a rotina da produção jornalística;

Conflito ou controvérsia – a violência, física ou simbólica, uma ruptura na ordem social;

Infração – Transgressão às regras, crime. Nesse item entram a intensidade e a notoriedade: quanto mais pessoas envolvidas no crime, ou quanto maior a notoriedade dos envolvidos, maior as chances de se tornar notícia;

Escândalo – Noticiar esses fatos corresponde à situação mítica do jornalista como “cão de guarda” das instituições democráticas.

3.1 Imprensa local e o valor-notícia proximidade



Fernandes (2004), ao estudar a imprensa interiorana catarinense a partir dos critérios de noticiabilidade, observa que:

“não são poucos os pesquisadores que têm colocado o fator proximidade como um dos principais critérios de noticiabilidade. Levantamento feito junto a 10 autores brasileiros, americanos e europeus coloca a proximidade em primeiro lugar entre 70 critérios citados. São estudos de diferentes épocas e realizados sob variadas matizes metodológicas de pesquisa na tentativa de explicar, por meio de uma sistematização empírica, quais os fatores determinantes na seleção de notícias pelos *gatekeepers*” (FERNANDES, 2004, p. 5).

No mesmo artigo, Fernandes (2004) aponta pesquisa realizada com 57 profissionais de jornais locais catarinenses que demonstra ser o critério *proximidade* o primeiro a ser levado em consideração na elaboração de pautas jornalísticas.

Segundo Traquina (2005), um fato com menos intensidade tem mais chances de ser notícia quanto maior a sua proximidade. Por exemplo, um acidente de automóvel com duas vítimas em uma localidade do interior de Santa Catarina tem mais probabilidade de se tornar notícia em um jornal de circulação local do que em um de circulação estadual ou nacional. Lage (2001) identifica a *proximidade* a partir de relações culturais e comerciais:

“Relações culturais ou comerciais instituídas como dependência facilitam a penetração de mensagens provenientes de produtores hegemônicos: o interesse é maior, no caso atual do Brasil, pela produção literária da Europa e dos EUA do que pela das nações da América Latina, a qual só despertará atenção se sancionada pelos críticos *formadores de opinião*, eles mesmos voltados para os centros europeus e norte-americanos” (LAGE, 2001, p. 94).

Assim, para este trabalho, já partimos do pressuposto que o principal valor-notícia de um jornal é a *proximidade*, entendendo-a como notícias referentes a fatos acontecidos nos municípios da região de abrangência da publicação. Verificaremos os demais valores-notícia presentes no *Diário do Iguaçu*, o que nos auxiliará a definir um padrão de escolha, dentro do critério *proximidade*, de como um jornal de circulação local define suas pautas.

3.2 Quadro de análise dos valores-notícia



Para a análise dos exemplares do Diário do Iguaçu, foi utilizada uma tabela de valores-notícia, elaborada por Silva (2005) e adaptada a partir de considerações de Sousa (2000), Lage (2001) e Traquina (2005). Os critérios utilizados não encerram todo o elenco de fatores que podem ser considerados como valor-notícia, mas dão um quadro abrangente e suficiente para uma análise preliminar dos assuntos noticiados em um jornal diário.

Tabela 1 – Valores-notícia

IMPACTO/INTENSIDADE Número de pessoas envolvidas Número de pessoas afetadas Grandes quantias (em dinheiro) Interesse nacional e-ou estadual Continuidade	PROEMINÊNCIA Notoriedade (das pessoas envolvidas) Elite (indivíduo, instituição, país) Identificação humana Identificação social
RARIDADE Incomum Inusitado Cúmulo	ENTRETENIMENTO-CURIOSIDADE Aventura Divertimento Esporte Comemoração Efemérides
CONFLITO Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação Controvérsia Escândalo	CONHECIMENTO/CULTURA Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião Utilidade – serviço
TRAGÉDIA/DRAMA Catástrofe Acidente Risco de morte e morte Violência/crime Suspense, emoção Interesse humano	PROXIMIDADE Geográfica Cultural
JUSTIÇA Julgamentos e decisões judiciais Denúncias e crimes Investigações Apreensões	GOVERNO Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens/pronunciamentos Partidos políticos Premiações, honrarias



3.3 Análise dos exemplares do Diário do Iguaçu

A partir do quadro de referência de valores-notícia, analisamos seis exemplares do jornal *Diário do Iguaçu* referente a uma semana de publicação, de 20 a 26 de novembro de 2009 (sexta-feira até a quinta-feira da semana seguinte). Foram analisadas as matérias referentes às chamadas de capa, em um total de 28. O número de chamadas por dia é bastante variado. Na edição de sexta-feira, dia 20, e na de sábado e domingo, dias 21 e 22, foram apenas três chamadas de capa, na segunda-feira, dia 22, foram quatro chamadas; cinco chamadas na terça-feira, dia 24, sete chamadas na quarta-feira, dia 25, e cinco chamadas na quinta-feira, dia 26. A variedade no número de chamadas deve-se às diferenças na diagramação e o número de fotos utilizadas, que varia de apenas uma até três. A quantidade de anúncios é constante, o que muda é a posição, em algumas edições.

Apesar de não ser o objetivo desse trabalho, é preciso destacar que a qualidade das fotos interfere na escolha da chamada de capa, e podemos citar como exemplo matérias sobre a colheita de pêssegos (25 de novembro), as esportivas (21/22 e 23 de novembro) e o treinamento do Exército (26 de novembro). Traquina (2005) explicita essa questão, situando-a nos critérios contextuais de seleção da notícia, considerando-se a disponibilidade de material adequado para a publicação. “A existência de boas imagens, de ‘bom’ material visual, pode ser determinante na seleção desse acontecimento como notícia. Este fator de noticiabilidade ajuda a explicar a maior presença de notícias sobre desastres no jornalismo televisivo” (GANS, apud TRAQUINA, 2005, p. 89).

O critério *proximidade* (geográfica e cultural) foi considerado como inerente a todas as matérias do jornal, levando-se em conta como proximidade todos os 72 municípios de abrangência do periódico. Mesmo assim constataram-se cinco matérias de caráter nacional, sendo duas manchetes. A chamada de capa publicada dia 23 de novembro (Poupança – rendimento garantido atrai novos investidores) refere-se ao rendimento da aplicação em poupança, cujo interesse está também no impacto econômico sobre a população e a utilidade ou matéria de serviço. O mesmo acontece com a manchete do dia 26 de novembro, “Governo zera imposto no setor de imóveis” (referente a anúncio do Ministério da Fazenda), que trata de notícia de interesse nacional, também com impacto econômico sobre a população e caráter de serviço. A manchete do dia 24,



“Municípios do Oeste terão R\$ 22,8 milhões extras do FPM (Fundo de Participação dos Municípios)” refere-se a uma questão nacional, porém, apresentada com os dados que interessam à região de abrangência do jornal.

Outra chamada de capa, “Valdir Colatto defende-se de acusação”, apresenta a versão de um político local sobre o escândalo do uso de verbas indenizatórias no Congresso Nacional. Há ainda uma manchete de caráter estadual, com a candidatura do deputado estadual de Chapecó, Márcio Sander, à presidência da Assembléia Legislativa do Estado (Márcio Sander é pré-candidato pelo PR). Podemos considerar ainda duas matérias sobre fato acontecido na região Oeste, porém, de interesse nacional, sobre treinamento do Exército, com chamadas e fotos nos dias 24 e 26 de novembro.

Não foram constatadas matérias no quesito *tragédia* ou drama, e as categorias que mais obtiveram citações foram, além da *proximidade*, *impacto-intensidade*, com 17 citações, *proeminência* das pessoas e instituições envolvidas, com oito, *governo*, com 12, *entretenimento/curiosidade*, com cinco, *justiça*, com três, e *polêmica e conflito* com uma indicação cada. Também foi constatado, na categoria *notoriedade*, que todas as matérias cujo destaque são personalidades, referem-se a políticos (a maioria) ou empresários e instituições empresariais. Mesmo nas matérias sobre esporte, não há destaque, nem na capa nem nas matérias, para as personalidades esportivas individualmente, apenas os resultados obtidos pelos esportistas na competição.

Ainda sobre as matérias de esporte, há destaque para os Jogos Abertos de Santa Catarina (JASC) em Chapecó, cujas finais foram realizadas na semana de análise. Nessas matérias o destaque foi o desempenho das equipes do Oeste, como na manchete “Oeste entre os melhores”, do dia 23 de novembro. A competição foi vencida por equipes de Florianópolis e Blumenau no quadro geral de medalhas, mas o destaque da manchete foi o desempenho dos times do Oeste, com Chapecó em terceiro e Concórdia em quinto.

Na categoria *justiça*, houve uma matéria referente à decisão judicial, atingindo uma prefeitura da região, e uma apreensão de quadrilha que aplicava golpe em idosos. Esta notícia pode ser classificada como *tragédia* ou drama, mas no quesito *violação-crime*, e



também pela *identificação humana* fora da pirâmide social, como a identificação com os idosos lesados pela quadrilha.

Atividades e valores culturais, dentro da categoria *conhecimento-cultura*, conseguiram quatro chamadas de capa, com eventos realizados na região, como a Efapi em Chapecó (chamada do dia 25) e da exposição de carros antigos, chamada do dia 24, e a chamada “Arte – criatividade transforma cidade”, sobre a atividade de estudantes em Luzerna, dia 25. A chamada de capa do dia 23, “Rodeio – evento reuniu mais de 30 mil pessoas”, também se enquadra no nível *impacto-intensidade*, pelo destaque ao número de pessoas envolvidas.

4 Conclusão

Apesar de uma semana ser um período relativamente pequeno para uma análise mais significativa dos valores-notícia de uma publicação, este artigo teve como objetivo sistematizar valores-notícia e testar uma ferramenta de análise de conteúdo, a ser utilizada na análise de jornais do interior do Estado de Santa Catarina, mais especificamente das regiões Oeste e Meio Oeste.

As possibilidades de elaboração de listas de valores-notícia são infinitas, levando-se em conta a vasta bibliografia sobre o assunto e os diferentes critérios de seleção utilizados pelos autores. Porém, foi buscada uma listagem que contemplasse os principais valores presentes em um jornal impresso diário, a partir dos valores inerentes à notícia e que podem ser verificados a partir da análise de conteúdo dos exemplares. Das 28 chamadas analisadas, todas se enquadraram em alguma ou mais das categorias elencadas, o que possibilitou algumas inferências preliminares.

Para análise da imprensa local ou interiorana, parece-nos óbvio considerar a *proximidade* como o principal critério na escolha de pautas. Porém, nas exceções, podemos observar se tratarem de notícias de interesse da população, de utilidade e serviço, como o rendimento da poupança (“Rendimento garantido atrai novos investidores, 23 de novembro”) ou o imposto para o setor de imóveis (“Governo zera imposto do setor de imóveis, 26 de novembro”). Estas matérias têm claramente um caráter de prestação de serviço e de interesse da população dos municípios de



abrangência da publicação. São matérias não geradas no local, mas aquilo que o jornalista e/ou editor local acredita ser de interesse de seu público.

Outras matérias de caráter nacional têm angulação regional/local, como o deputado que se defende de acusações (Valdir Colatto, 24 de novembro), ou a participação dos municípios no Fundo de Participação dos Municípios (Municípios do Oeste terão R\$ 22,8 milhões extras do FPM, 24 de novembro). Nesse caso observa-se uma defesa aos interesses locais, ou seja, dar “voz” ao político que defende questões locais, ou a uma decisão em nível de governo federal, porém, com forte impacto na economia local. Seria o jornalismo de causa, defendendo a sua região, seus recursos próprios, dando voz ao seu político, sendo ele de qual corrente partidária for. Um jornalismo que noticia o que a grande imprensa noticia, talvez com destaque ou enfoque próprios.

Um olhar mais acurado pode ser lançado sobre o valor-notícia *proeminência*, considerando-se tanto das pessoas envolvidas quanto das entidades. Nesse caso, todas as chamadas de capa com destaque a personalidade, tiveram como personagens autoridades políticas e em alguns casos empresariais. O mesmo pode-se constatar na proeminência das entidades envolvidas, neste caso partidos políticos ou associações de empresários. A constatação está de acordo com a afirmação de Fernandes (2003) sobre a imprensa interiorana de Santa Catarina, sobre a dependência dos jornalistas locais de suas fontes. O autor observa “fontes habituais e as ocasionais” (idem, p. 171). O primeiro grupo reforçaria o círculo vicioso das fontes que acabam se projetando através do jornal, como o prefeito, o delegado, o vereador e a *socialite*. Nesta mesma linha, verifica-se um número considerável de matérias relativas ao governo (12 chamadas, de um total de 28, ou 42,8%), municipal ou estadual, incluindo-se decisões ou medidas, viagens, pronunciamentos, eleições, premiações e honrarias e notícias sobre diretórios de partidos políticos locais.

A partir do favorecimento de fontes oficiais, políticos e empresários proeminentes, além de informações de poderes constituídos, como órgãos públicos, prefeituras e setores da justiça, em um primeiro olhar não é possível visualizar o jornal local como “instrumento de luta da comunidade” (DORNELLES, 2004, p. 154) ou como um veículo com pautas diferenciadas da imprensa de abrangência regional ou a de grande porte. Esta análise preliminar aponta para um “jornalismo declaratório”, no qual “o aproveitamento



intencional e acrítico de *releases* e a ligação política e política-partidária vêm comprometendo a qualidade da informação em jornais de capitais e cidades do interior” (PERUZZO, 2005, p. 81).

As pistas aqui encontradas suscitam algumas questões a serem respondidas, e que necessitam de uma pesquisa que vá além da análise de conteúdo e alcance também as condições de produção da notícia na imprensa local e o papel do jornalista em âmbito local. Só assim será possível medir o grau de comprometimento do jornalista com as forças políticas locais e como isso se reflete na elaboração das pautas, qual o papel que este profissional se atribui no âmbito da comunicação local, bem como a falta de recursos humanos e financeiros poderia determinar a publicação de *releases*, comunicados, enfim, a voz das fontes oficiais, mais disponíveis e acessíveis aos jornalistas.

6 Referências bibliográficas

A ADI/SC. **Associação dos Diários do Interior (ADI)**. Florianópolis, mai. 2009. Disponível em <<http://www.adisc.com.br>>. Acesso em: 7 mai. 2009.

A RBS no banco dos réus. **Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina (SJSC)**. Florianópolis, abr. 2009. Disponível em: <http://www.sjsc.org.br/noticias_det.asp?cod_noticia=577>. Acesso em: 30 abr. 2009.

Conheça a ADJORI. **Associação dos Jornais do Interior de Santa Catarina (ADJORI)**. Florianópolis, 2009. Disponível em: <<http://www.adjori.org.br>>. Acesso em: 7 mai. 2009.

DIÁRIO DO IGUAÇU, número 3616 a 3621, ano 12, Chapecó, novembro de 2009.

DORNELLES, Beatriz. Imprensa Local. **ENCIPECOM – Enciclopédia do Pensamento Comunicacional Latino-Americano**. São Paulo: Umesp. Disponível em: <[http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/Imprensa Local - Beatriz Dornelles](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/Imprensa_Local_-_Beatriz_Dornelles)>. Acesso em: 20 nov. 2009.

_____. Jornalismo do interior atende expectativas dos assinantes. In: MARTINS, Francisco Menezes. (Org.). **A Comunicação, o Social e o Poder: cultura, complexidade e tolerância**. 1. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2003. v. 01. p. 9-31.

_____. **Jornalismo “comunitário” em cidades do interior – uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.



FERNANDES, Mário Luiz. **A força do jornal do interior**. Itajaí: Univali Editora, 2003.

_____. **A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade**. Enciclopédia do Pensamento Comunicacional Latino-Americano – Encipecom. São Paulo: 2004. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php>. Acesso em: 16 nov. 2009.

_____. **República de penas e espadas: o discurso da imprensa republicana catarinense (1885-1889)**. 2007. 265 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul.

Grupo RBS comemora 30 anos em Santa Catarina. **ClicRBS**. Florianópolis, abr. 2009. Disponível em <http://www.clicrbs.com.br/especial/sc/rbs30anos/19,0,2478415,Grupo-RBS-comemora-30-anos-em-Santa-Catarina.html>. Acesso em: 20 nov. 2009.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

PEUCER, Tobias. **Os relatos jornalísticos**. Estudos em Jornalismo e Mídia V I n. 2, Florianópolis: Posjor UFSC/Insular, 2004.

PERUZZO, C.; KROHLING, M. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Comunicação & Sociedade, Brasil, v. 1, n. 38, 2005. Disponível em: http://revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/view/196/154. Acessado em 01.dez.2009.

RORATTO, Ronaldo. **Histórico – Diário do Iguaçu** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <carla140878@yahoo.com.br> em 25 nov. 2009.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. Estudos em Jornalismo e Mídia. **Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina**. Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e seus efeitos dos efeitos**: As “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos *media* jornalísticos. Coimbra: Edições MinervaCoimbra, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005. v. 02.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1987.