



## **Jornal local como alternativa ao nacional: com seus aspectos objetivos e subjetivos de noticiabilidade<sup>1</sup>**

Mônica dos Santos Alcântara<sup>2</sup>  
Rosana Nantes Pavarino<sup>3</sup>  
Universidade Católica de Brasília

### **Resumo**

Este artigo aponta uma mudança ocorrida no *modus vivendis* dos leitores, em função da pluralidade e imediatismo das informações obtidas pela internet. Aborda os problemas do jornal impresso e aponta alternativas aos jornais de circulação nacional. Discute ainda, se os jornais locais serão, num futuro próximo, uma possibilidade para a permanência dos impressos. Quantifica as quedas de circulação de alguns jornais nacionais e estrangeiros e ressalta alguns critérios de noticiabilidade.

**Palavras-chave:** Jornal local; jornal nacional; newsmaking; gatekeeper; critérios de noticiabilidade.

### **Introdução**

No final do século XX, com o advento da internet, o pensamento migrou do espaço geográfico local, para o cibernético global, conseqüentemente houve um deslocamento do entendimento espaço-temporal. Se nos séculos anteriores, uma carta poderia levar meses para alcançar seu destinatário, hoje, em segundos, comunica-se com qualquer pessoa, em qualquer parte do mundo, basta ter acesso a um computador conectado à rede mundial. E estas transformações, que quebraram paradigmas, não passaram incólumes pelos meios de comunicação já que a transmissão mais veloz das mensagens facilitou a interligação entre indivíduos e nações. A globalização afeta assim o *modus vivendis* da sociedade atual.

A globalização – vamos considerar aqui como um processo de aproximação e integração (cultural, político e econômico), entre indivíduos e países, facilitado pelos avanços tecnológicos – que ocorre de forma ambígua, pois ao mesmo tempo em que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 01 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Brasília - UCB, email: [moni.santos@gmail.com](mailto:moni.santos@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília – UCB e doutoranda do curso de Comunicação Social da FAC/UnB, email: [rosana.pavarino@gmail.com](mailto:rosana.pavarino@gmail.com)



abre fronteiras e gera espaços mundiais comuns, conserva ou reforça outros espaços restritos ao âmbito local.

E este processo de aproximação e integração interfere nas noções de espaço e tempo, que são unidades significativas para o campo da Comunicação. Ciência esta, que só se justifica pela própria existência do homem, e enquanto este for capaz de mudar seu modo de expressão e percepção, assim também terá que ser a Comunicação.

Mauro Wolf (2008) destaca que o objeto de estudo da comunicação é todo processo comunicativo, entre emissor e receptor, assim como os inerentes às empresas de comunicação. Então, como é possível alterar o comportamento do homem, sem transformar os meios e toda idéia de comunicação, se estão tão interligados? Segundo o jornalista Alberto Dines: “O ser humano, imprevisível e impreciso como é, transmite às ciências que o estudam um tom mercurial, palpitante, inacabado e fecundo” (1996, p. 25).

No decorrer da sua existência, o homem enfrenta e tenta dominar as suas dimensões básicas: tempo e espaço. A história da Comunicação é, na realidade, um reflexo da ânsia humana de conquistá-los e combiná-los. (idem, p.44)

A história, seja da comunicação ou do próprio homem, enfrenta cotidianamente novos desafios. Na era atual, o homem modificou sua periodicidade de busca da informação; que antes era mensal, semanal ou diária; para o acesso em tempo real. Mas como conseguir cobrir os acontecimentos múltiplos, dispersos que surgem a cada segundo? Como o espaço pode atravessar o tempo, ou vice-versa, e se materializar nos atuais meios de comunicação no exato momento do evento noticiável?

Novos meios de comunicação foram introduzidos no nosso cotidiano em meados da década de 90, com a expansão da internet e depois com a do celular. Os meios que já existiam como a TV, o rádio, os impressos (jornais e revistas), tiveram que se ajustar às recentes demandas de produção, audiência e mercado. Já que as exigências dos novos consumidores de informação, e a dos antigos, que foram agraciados com o *boom* informativo e tecnológico, ansiavam por notícias frescas de qualquer parte do mundo.

Criava-se um desafio para as empresas de comunicação: diminuir o tempo entre a apuração do fato noticiável e de sua publicidade. Se por um lado, a distância não é mais um empecilho para o evento ser propagado em tempo real – e isto diminui a tal ânsia dita por Dines - por outro lado, impõe um dinamismo diferente no modo de vida e trabalho das dos indivíduos e das sociedades.



Para se adequar a este ritmo da vida moderna, os meios de comunicação foram obrigados a investir em tecnologia. Os meios impressos especificamente, tiveram que modernizar seus parques gráficos, informatizar seus bancos de dados e convergirem com outros meios, como a internet.

Segundo o editor do O Globo, Rodolfo Fernandes, somente

A modernização do parque gráfico custou cerca de 150 milhões de dólares, e é tão informatizada que a intervenção humana se limita ao famoso ‘controle de qualidade’. (2005, apud SANT’ANNA, 2008, p. 236)

No entanto todo esse investimento financeiro não compensou, segundo Lourival Sant’Anna (2008), os leitores estão mudando os hábitos de leitura em função da crescente quantidade diária de informação e da diminuição do tempo para leitura. Os profissionais ligados ao impresso têm que descobrir novas formas de abarcar esse público que confia nele, mas que não tem motivação para lê-lo. De acordo com Sant’Anna (idem, p.18) “Os dados indicam que não só menos pessoas estão lendo jornais, como também o fazem por menos tempo – tanto no Brasil como em muitos países desenvolvidos.”<sup>4</sup>

Segundo Sant’Anna, para os jovens de hoje, outros meios de comunicação são mais atrativos do que o jornal. A internet disponibiliza informação em tempo real, com linguagem mais acessível e interatividade, além de possibilitar o acesso a uma infinidade de informações em várias outras fontes do mundo. A televisão possui recursos de imagem e som facilitadores para o entendimento da notícia. As revistas semanais possuem uma linguagem menos rebuscada, um resumo das notícias da semana, a informação não perece num dia, não suja as mãos e tem boa qualidade das imagens.

Todavia leitores de todos os outros meios consideram o jornal impresso como o “meio que te dá a garantia de você ter uma informação de credibilidade” (SANT’ANNA, 2008, p.74). E ainda, segundo Sant’Anna (idem, p. 84) “Os jornais têm a confiança de 74% da população brasileira, ficando atrás apenas dos médicos e das Forças Armadas”. São dados relevantes para se pensar no papel que desempenha o jornal impresso e em outros possíveis suportes alternativos a ele.

---

<sup>4</sup> Essa afirmação se refere aos jornais impressos de grande circulação nacional, tais como: O Globo, O Estado de São Paulo e o Folha de São Paulo; alvos do livro de Lourival.



## Problemas do papel

O jornal impresso demanda uma estrutura operacional onerosa. Alberto Dines, desde 1973, proclama as dificuldades que o impresso encontraria no transcorrer do tempo. Na referida década as principais questões eram decorrentes do meio ambiente ou da economia dos países, que elevava o preço do papel de imprensa. Dines, já na época, levava em consideração os custos de circulação e a logística – apuração, edição, diagramação, impressão até a circulação. O impresso ainda segue esta longa e dispendiosa trajetória, até que o leitor possa o ter em mãos.

Dines classificou esses problemas em três categorias: econômicos, estratégicos e estilísticos. Destacava entre os desafios econômicos, “o aumento do preço do exemplar e o conseqüente aumento das tarifas de publicidade” (1996, p.84). Entre os estratégicos, “uma rede de supermercados que não pode anunciar num dos grandes jornais fatalmente se interessará em anunciar num jornal de bairro, se houver” (idem, p.86). Outra medida seria o “enquadramento numa audiência profissional”, (ibidem, p.86), ou seja, os jornais tornarem-se representativos de ‘um certo tipo’ de leitor. E os problemas estilísticos, que nada mais são do que a imagem do próprio jornal, com todos seus aspectos gráficos, de formato, de tipo de papel, de linguagem e de apuração jornalística. “O jornalista, no entanto preferirá o caminho mais difícil, mas para o qual está perfeitamente instrumentado: o engenho e a imaginação para criar um novo jornalismo”. (ibidem, p. 88)

O alarme era pertinente: a escassez do papel seria uma conseqüência visível das agressões ao meio ambiente (como a devastação de florestas, pois não havia a prática do replantio de árvores), econômicas e políticas. Somem-se a isso as questões de circulação, cobertura da notícia, impressão e de preço final. Afinal, os leitores querem um jornal de centavos com informação de milhões. Os estudiosos e profissionais da Comunicação buscam novas saídas para essa dicotomia, custo *versus* qualidade, vivida pelo impresso, desde 1974<sup>5</sup> e ainda hoje discutida nos meios jornalísticos.

Outra questão a ser mensurada é a aceleração do tempo de vida da informação. Afinal, o jornal de ontem pode até ter muitas utilidades para servir de embrulho, de lixo, diminuir a umidade, enfim, diversas funções na feira, na vida cotidiana e no comércio, sempre associado à idéia de consumo e desperdício, mas sem serventia informativa, pois uma notícia velha não interessa a ninguém. E os meios impressos demoram um dia,

---

<sup>5</sup> Ano da publicação da 1ª edição do livro O papel do jornal de Dines.



uma semana, dependendo da publicação, para chegar ao leitor. Esse ritmo será compatível como o compasso do atual homem pós-moderno? E com a velocidade do acontecimento dos fatos?

### **Queda na venda dos impressos**

Segundo a Associação Nacional de Jornais – ANJ, os jornais impressos brasileiros tiveram queda de circulação, no período de 2000 a 2005 de 7.883 para 6.789 (Circulação Nacional, milhões de exemplares/dia). De lá para cá vem crescendo, mas ainda não alcançou um patamar de equivalência com os anos anteriores à queda. Dados da ANJ revelam declínio na leitura de Jornais no Mundo (Circulação Média/População Adulta – Cópias por Mil Habitantes), no Brasil em 2000, era de 60,6; e em 2006, era de 53,4. Nos Estados Unidos em 2000, era de 263,6; e em 2006, era de 241,2. Dos 187 países pesquisados, mais da metade viviam essa realidade.

A queda na circulação não é exclusividade brasileira. O jornalista Luis Nassif divulgou<sup>6</sup> um gráfico sobre a história dos jornais impressos de grande circulação nos Estados Unidos nas duas últimas décadas, que confirma a tendência de queda. O gráfico<sup>7</sup> mostra o desempenho de seis jornais, de 1990 a 2009. O único com curva ascendente foi o The Wall Street Journal, com quase 300.000 unidades a mais, mas este dado inclui os leitores online. O The New York Times teve queda de 200.000 unidades; o The Daily News teve uma queda de quase 500.000 unidades; e o The Los Angeles Times, uma perda de quase metade das vendas, uma queda de 600.000 unidades.

Ainda, segundo Nassif, um dado chama atenção, diz que o jornal Estado de São Paulo perdeu, em 2009, comparando com o ano passado, 16,59% na circulação, que hoje é de 213.205. E que a Folha de São Paulo, tem hoje circulação de 295.781 exemplares, e nos oito últimos meses deste ano, em relação a 2008, perdeu 6,13% dos seus leitores. Num país de 200 milhões de pessoas, isso significa 0,15% da população.

E como os fenômenos não são isolados, se cresce nos Estados Unidos, tende a aumentar aqui, se cai lá, o jornal impresso despenca em vendas aqui.

E a demanda? Os jornais vão sucumbir? A mídia eletrônica vai suplantar a imprensa? Feliz ou infelizmente, apesar da consagração da televisão, os jornais diários crescem vertiginosamente. O jornal diário vive sua idade de ouro nos EUA e, como os fenômenos não são

---

<sup>6</sup> Em 28 de outubro de 2009 no seu blog.

<sup>7</sup> Originalmente este gráfico foi divulgado pelo site americano 'The Awl'.



isolados, o mesmo ocorre no resto do mundo ocidental. (DINES, 1996, p.36)

Nesta época<sup>8</sup>, a pergunta feita por Dines foi, “se os jornais crescem e o papel vegetal falta, por que não substituí-los?” (idem, p.36). Hoje os desafios são outros. Entre as causas da queda nas vendas dos jornais nacionais, destaca-se o fato de serem dispendiosos e focados nas principais cidades do Brasil e do mundo. Deixam de fora regiões menores, menos desenvolvidas e mais afastadas dos grandes centros urbanos das principais capitais.

### **Alternativas aos jornais de circulação nacional**

Com um volume imensurável de informação em tempo real, veiculadas em sites e blog's jornalísticos e não-jornalísticos, sobre o mundo, cantos e culturas longínquas acaba-se por voltar às raízes e só querer saber mesmo é do acontece na rua onde se mora. Sant'Anna ressalta que esse processo, de volta as raízes, confirma a tendência de que a “ênfase no consumo de informações se move do maciço e global para o individualizado e local” (2008, p.93). Como diz um dito popular ‘caos para uns, oportunidade para outros’, neste caso, para as mídias impressas segmentadas por localidade e/ou afinidades.

Os jornais locais impressos podem ser uma alternativa aos jornais nacionais? A dúvida baseia-se na contradição a seguir.

Os jornais impressos de circulação nacional, como o Globo, a Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo, tiveram entre 2001 e 2003 queda na receita, e ainda hoje, mesmo com a chegada de novos propensos leitores ao mercado, ainda não atingiram a soma que tinham antes de 2000.

No período de 2001 a 2003, houve uma queda no número de leitores de jornais no Brasil, de 37.060.000 para 35.853.000. O problema não é só a circulação não está crescendo na mesma velocidade que a população, mas o número de leitores estar diminuindo. (idem, p.41)

Entretanto o número de títulos de jornais no Brasil cresceu, segundo Sant'Anna (ibidem, p. 47) “de 491 títulos em 2001, saltou para 532, em 2006”. Ele conclui que este crescimento é devido ao “aumento no número de jornais de menor circulação”. Surgem, então, novos títulos e leitores de jornais locais, enquanto diminuem os leitores de jornais nacionais. Parece haver uma contradição, mas muitos fatores contribuem para essa realidade. Se em comum, local e nacional, tem o problema do papel e do tempo na

---

<sup>8</sup> Em 1974, ano da 1ª edição do livro O papel do jornal.



divulgação da notícia, por outro lado há toda uma engrenagem facilitadora para o jornal mais segmentado. Os custos são menores, o espaço é mais restrito e os leitores são mais facilmente mapeados em termos de gostos e preferências.

Considerando que o jornal impresso estaria com os dias contados, como apregoam diversos profissionais do meio e como refletem os dados, novas formas de propagação da notícia surgirão. Porque um meio de comunicação pode acabar, mas enquanto houver notícia, haverá o jornalismo. Por isso, balizando os dados, alguns jornais já encontraram uma fraca luz no fim do túnel.

Por exemplo, o editor da Folha de São Paulo, Otávio Frias Filho, diz que “impressão e distribuição representam 40% dos custos da Folha” (2005, apud SANT’ANNA, 2008, p.218). E Sant’Anna complementa que no jornal Estado de São Paulo gastos com papel, tinta e distribuição representam cerca de 35%. Esse percentual força a busca de novos suportes. Nicholas Negroponte, diretor do *Media Lab do Massachusetts Institute of Technology* (MIT), aponta uma alternativa já praticada: “o New York Times passou a ter mais leitores na internet do que no jornal físico. O jornal não será mais impresso. Ele será lido na tela” (idem, p.261). A tela que ele se refere é um monitor, de cristal líquido; com tela reflexiva, ou seja, ela absorve luz, ao invés de emitir; com conexão sem fio, chamado e-ink, desenvolvido pelo MIT, para leitura de conteúdos que podem ser atualizados continuamente. Negroponte acredita que no prazo máximo de dez anos os jornais impressos terão uma “descontinuação abrangente” (ibidem, p.260) e que os leitores se acostumarão a ler em outros suportes “Poderá parecer papel e se sentir como papel. Mas é um pedaço de plástico que é um computador”. [...] “É muito fácil, flexível, grande”, (ibidem, p.261), diz ele se referindo ainda a tela.

Contudo, será que essa alternativa não está mais próxima do que se espera do jornalismo *online*<sup>9</sup>, pelo imediatismo da informação (já que a tela poderá ser atualizada continuamente) e pelo suporte da leitura, do que do papel que cumpre o jornal impresso?

Juan Luis Cebrián (2010)<sup>10</sup>, fundador do jornal espanhol *El País*, receia que estejamos cometendo um erro fundamental, transplantando o jornal impresso para a

---

<sup>9</sup> Segundo a jornalista Suzana Barbosa jornalismo online é a produção da informação praticada em ambiente digital com vistas à interatividade, hipertextualidade, multimídia, customização de conteúdo e atualização constante.

<sup>10</sup> Entrevista concedida ao jornalista Miguel Conde e publicada no caderno Verso&Prosa do jornal O Globo em 17 de abril de 2010.



web, porque a web é um fenômeno totalmente diferente. Segundo ele um jornal é um universo fechado, pois “da primeira a última página se oferece uma certa edição do mundo”. Já a web, continua, é um ambiente aberto, onde o leitor permeia de um jornal a outro, “sem cumplicidade intelectual”.

Outra opção a ser considerada é um sistema chamado de *NewspaperDirect*, já “usado por dezenas de jornais em dezenas de países” (SANT’ANNA, 2008, p.112). Versa sobre um sistema simples que reduz os custos com circulação dos jornais de grande circulação, e que consiste no “envio eletrônico para distribuidoras que o imprimem e entregam em locais como hotéis” (idem, p.112).

Talvez seja uma possível saída, em curto prazo, que contribua para a permanência dos impressos no mundo do *online*, barateie custos de impressão, circulação e praticamente elimine as sobras (jornais que não são vendidos). Essa alternativa considera a vigência do impresso, mas continua a valorização dos assuntos nacionais, das capitais em detrimento das notícias regionais. Portanto, uma terceira opção se faz questionável: os jornais locais.

### **O diferencial do jornal local**

O conceito embrionário de um jornal local se refere à preservação da identidade cultural da região. O jornal é voltado para os interesses econômicos, tecnológicos, políticos, educacionais, ambientais, ideológicos da população local a que ele se destina. Sendo assim é um espaço para preservação da linguagem local também. Para a informação do que é de interesse *da e para a* região. Dessa forma o foco é centrado.

A imprensa local surge com características próprias da cultura interiorana, ou seja, decorrente de uma iniciativa individual, interessada no sucesso econômico do empreendimento, onde se manifestam originalidade e pluralidade de identidades que caracterizam os mais diferentes grupos e sociedades que compõem o Brasil. (DORNELLES, [2009?], p. 6)

Os jornais locais mantêm sua sede na região, portanto, são conhecedores dos acontecimentos locais, da cultura local, do perfil dos assinantes. Isso permite fazer uma segmentação e direcionar o jornal para os interesses do público-alvo. Eles adquirem as características, a cultura do lugar, e por isso, não precisam fazer tanto esforço para penetrar no mercado.

Por ser centrado nas relevâncias da comunidade, o jornal pode segmentar-se em função da localidade. Pode ser voltado somente para questões ambientais, históricas ou





ser em ‘mosaico’ trazendo as informações do local, sem especificidade de assunto. Mas o fato, é que o jornal tem que ter ‘a cara’ e abraçar a causa dos leitores.

Aqui se mostra necessário fazer uma distinção entre imprensa local e imprensa comunitária.

Os jornais do interior até se autodenominam de “jornais comunitários”, porém, são jornais que embora estejam próximos às comunidades e aos acontecimentos da região, possuem estruturas comerciais. (MULLER; GALLEGOS, [2009?], p.1)

A diferença entre o jornal local ou do interior e o comunitário reside em seu objetivo. O jornal local almeja crescer, alcançar *status* empresarial, ele visa o lucro. O jornal comunitário já não tem pretensão comercial, o aspecto financeiro só é importante para a sobrevivência da publicação, diferentemente dos jornais nacionais e locais, que são empresas jornalísticas.

O jornalista e pesquisador Mario Fernandes conceitua o jornal local como sendo “aquele em que há uma proximidade geográfica do fato em relação ao leitor e à instituição jornalística,” (2005, p.9) [...] “longe dos importantes centros políticos, econômicos e populacionais, fora, portanto, do mercado das ‘grandes’ notícias” (idem, p.11).

Portanto, jornais como o *Correio Braziliense*, que circula em Brasília-DF; *Cinform*, em Aracaju-SE ou *A notícia* em Joinville-SC, apesar de serem publicações voltadas para uma determinada população geograficamente próxima a eles, as cidades a que eles pertencem não se encaixam no perfil, pois são capitais, centros políticos e comerciais importantes. Não são jornais de relevância ou penetração nacional, mas para efeito deste estudo, não serão considerados como locais.

O jornalismo praticado pelos jornais locais ainda se permite apurar *in loco*, não buscar somente no meio internet a informação. Até porque os dados disponíveis, referentes à região, não estarão ali, o jornalista é quem terá que encontrá-los para difundí-los.

### **Crítérios de noticiabilidade do jornal local**

As matérias de um jornal local, tal qual os de circulação nacional, sofrem a peneira do jornalismo pelas seguintes áreas de pesquisa de comunicação: *newsmaking* e *agenda-setting*. Segundo Wolf “a forma de produzir notícia e de seleção são as mesmas



para todos os meios” (2008, p.188). Por isso o papel do jornalista, qualquer que se seja o veículo, é basicamente o mesmo, mas sob luzes diversas.

A hipótese do *newsmaking* estuda sobre a produção da informação. Segundo Wolf (idem, p.181) é o “estudo sobre os emissores e sobre os processos de produção nas comunicações de massa”. O que de todos os acontecimentos do dia que chegam as redações, de fato irá virar notícia? Existem vários critérios, valores/notícias a serem considerados, na tentativa de hierarquizar a informação, e selecionar, pinçar a que será veiculada no meio.

Um dos critérios é a aproximação do fato com o local, onde o enquadramento dado à notícia num jornal local difere do de grande circulação: quanto mais próximo, mais interesse há por parte dos leitores. Uma pesquisa retratada por Sant’Anna, em seu livro, confirma a veracidade deste critério.

Das 1.333 explicações de recusa de uma notícia quase 800 a atribuíam à falta de espaço, e cerca de 300 citavam a sobreposição com histórias já selecionadas ou a falta de interesse jornalístico ou de qualidade de escrita. Outros 76 casos se referiam a eventos em áreas muito distantes do jornal e, portanto, presumivelmente sem interesse para o leitor.” (WOLF, 2008, p.185)

Já a hipótese da *Agenda-setting*, resumidamente, investiga como a mídia pauta os acontecimentos. Porque a princípio a população em geral, só toma conhecimento do que foi publicado, e é a partir disto que irá discutir, concordar ou discordar. Os meios de comunicação incluem ou excluem o que as pessoas terão conhecimento. Então a imprensa influencia as pessoas, mais do que como, sobre o que pensar. Ajuda, portanto, na construção da realidade.

A mídia apresenta ao público uma lista de fatos a respeito dos quais se pode ter uma opinião e discutir [...]. A asserção fundamental da *agenda-setting* é que a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação em massa. (SHAW, E. 1979, apud WOLF, 2008, p.143)

Essas duas hipóteses, *agenda e newsmaking* – são de suma importância na edição de um jornal local, porque elas podem ser aplicadas de forma conservadora ou inovadora. Elas definem a notícia que chegará ao leitor. E o jornal local deve, suponho, abastecer-se mais dos fatos e interesses próximos do que os já trazidos nos nacionais. Já dizia Dines, “a imprensa provincial, especialmente, pode vir a ser o maior incentivador do processo cultural brasileiro. [...] São estes esplêndidos pequenos jornais provinciais que mantêm nossa sociedade aberta”. (1996, p.132).



Os profissionais que trabalham em jornais locais estão mais próximos dos atores, do ocorrido a ser retratado, e por também comporem àquela região, estão inseridos na mesma realidade, jornalista e notícia. Por isso, pressupõe-se que, em sua maioria, são mais comprometidos com a região.

Como já dito, quanto maior a área de abrangência territorial de um jornal, menor é o conhecimento do seu público-alvo por parte de seus editores, aliás, mais disperso é este público. Como saber o que de fato interessa se noticiar se não se sabe quem irá ler. Isto é um desafio diário dos jornais de grande circulação e uma vantagem dos jornais locais.

Editores de jornais locais tomam decisões com base num complexo sistema de interpretações dos interesses de suas comunidades, dos quais podem ter informações mais acuradas que os editores de jornais nacionais, que se dirigem a uma platéia mais difusa, de múltiplos interesses. (SANT'ANNA, 2009, p.98)

A proximidade traz o conhecimento da rotina dos moradores, das preferências culturais, das crenças que os leitores da localidade compartilham. E o jornal local não só observa, como se alimenta e reproduz esta mesma cadeia.

É na notícia 'puramente local' que os jornais americanos, fora das grandes cidades, constroem suas tiragens. As pesquisas mostram que notícias de importância internacional, salvo os grandes acontecimentos, são de interesse de apenas 10% de leitores nas grandes comunidades, e para uma proporção tão pequena de leitores, nas pequenas cidades, que nenhuma percentagem figura (BOND, F<sup>11</sup>. 1962, apud FERNANDES, 2005)

O jornal local tem enfoque diferenciado quando coincide trazer as mesmas notícias do jornal de grande circulação. Os jornais maiores acabam por abordar sob o mesmo prisma.

Como quase todo veículo têm acesso às mesmas agências (portanto, às mesmas informações), acaba acontecendo um fenômeno conhecido como "circularidade", em que toda a mídia trata dos mesmos assuntos, e ocorre ainda uma espécie de "homogeneização", com estes sendo retratados a partir dos mesmos enfoques. (ALMEIDA; ABREU, 2005, p.458).

Além da proximidade, a importância e o interesse também são critérios relevantes na hierarquização das notícias num jornal local.

---

<sup>11</sup> O norte-americano Fraser Bond é autor do livro *Introdução ao Jornalismo* (1959). No livro ele reforça a idéia de que um acontecimento noticiado pode conter um ou vários elementos de interesse.



O grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos nos acontecimentos ficam circunscritos às instituições do município (prefeitura, câmara municipais, associações de moradores, sindicatos, associações comerciais e industriais, escolas e outras entidades organizadas) e das pessoas que ocupam estes postos; ao deputado representante do município ou região, a personalidades, atletas e artistas locais, lideranças comunitárias, etc. [...] A quantidade de pessoas que o acontecimento envolve fica condicionado à área de abrangência do jornal local, ou seja, a quantidade ou a celebridade dos envolvidos fica restrita ao público e aos personagens locais. Quanto mais integrantes da comunidade o fato atingir, mais importante ou interessante ele será. (FERNANDES, 2005, p.12)

Esses critérios tornam-se mais aflorados nos jornais locais, pois a proximidade, importância e interesse são focados na realidade da região, e de certa forma, mais relevantes para a vida diária dos leitores habitantes da localidade.

Essa funcionalidade do jornal local é que faz a diferença: ao mesmo tempo que informa, ele aproxima e embute os valores locais, criando uma identificação direta com seus leitores. E quanto mais eficiente o jornal for nesta simbiose, mais rentável, duradouro e viável ele será.

### **Considerações Finais**

A função do impresso parece ser a de analisar e contextualizar os fatos noticiados pela precipitada internet, e consolidar e aprofundar os veiculados no disputado tempo dos jornais da TV. O jornal impresso é literalmente preto no branco, seja um trocadilho pela letra preta no papel branco, ou seja, a forma de tratar os eventos. O fato é que hoje, é o espaço que lhes cabe ‘neste latifúndio’. Mas o impresso é visto como antiquado aos olhos modernos de uma sociedade preocupada com a abordagem ambiental politicamente correta e com a informação instantânea. Neste contexto, o impresso toma ares de mausoléu. Enfrenta adversidades na dicotomia receita *versus* despesa e ainda não conseguiu estabilizar as vendas enfraquecidas desde o ano de 2000.

Contudo, se há uma crise de circulação dos maiores títulos, há também o surgimento de pequenos jornais locais. Estes jornais são mais atentos às necessidades da população a seu entorno, e mais passíveis da fuga à ‘circularidade’, que faz parecer que todos os jornais foram engendrados pelo mesmo editor. Podem oferecer notícias diferenciadas das da TV e da internet, não com outras roupagens, mas outras notícias mesmo, evitando a ‘homogeneização’.



Se os locais não se constituem em viáveis alternativas aos jornais nacionais, por toda gama de diferenças que os separam, eles despontam como uma sobrevivência dos impressos, e como disse o já citado Dines, eles incentivam o processo cultural brasileiro e mantêm nossa sociedade aberta.

## Referências

ALMEIDA, A; ABREU, J. B. **A lógica de mercado no discurso jornalístico**. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/viewFile/129/87>>. Acesso em: 1º out. 2009.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **Circulação Diária**. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/circulacao-diaria>>. Acesso em: 20 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. **Leitura de jornais no mundo**. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/leitura-de-jornais-no-mundo>>. Acesso em: 20 nov. 2009.

BARBOSA, S. **Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001, Campo Grande. Anais Eletrônicos... Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.html>>. Acesso em: 30 nov. 2009.

CEBRIÁN, J.L. Uma mudança de civilização: fundador do *El país* diz que jornais devem se reinventar para sobreviver na web. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 17 abr. 2010. Caderno Prosa e verso, p.6. Entrevista concedida a M. CONDE.

DINES, A. **O papel do jornal** – uma releitura. 6 ed. São Paulo. Summus, 1996.

DORNELLES, B. **Imprensa Local**. 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: 1º out. 2009.

FERNANDES, M. **A proximidade como critério de noticiabilidade na notícia local**. Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. In: III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Florianópolis, 2005, p.3. Disponível em: <[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/iisbpjour2005\\_-\\_ci\\_-\\_mario\\_luiz\\_fernandes.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/iisbpjour2005_-_ci_-_mario_luiz_fernandes.pdf)> Acesso: 28 nov. 2009.

MULLER, K; GALLEGOS, A. **Imprensa local: entre a comunidade e o mercado**. Disponível em: <[http://www2.metodista.br/unesco/agora/pmc\\_forum\\_iluminando\\_karin\\_angelica.pdf](http://www2.metodista.br/unesco/agora/pmc_forum_iluminando_karin_angelica.pdf)>. Acesso em: 1º out. 2009.



NASSIF, L. **A tendência de queda dos jornais impressos.** Disponível em:  
<<http://colunistas.ig.com.br/luisnassif/2009/10/28/a-tendencia-de-queda-dos-jornais-impressos/?allcomments>>. Acesso em: 30 out. 2009.

SANT'ANNA, L. **O Destino do Jornal:** a Folha de S. Paulo, O globo e o Estado de S. Paulo na sociedade da informação. Rio de Janeiro: Record, 2008.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa.** 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.