



JORNAL 1 DIA¹

André Penteado RICCI²

Marcos Felipe Marques da SILVA³

Rachel PADOVAN⁴

Vinícius de Arruda Marques PEREIRA⁵

Igor José Siquieri SAVENHAGO⁶

Centro Universitário Barão de Mauá, Ribeirão Preto, SP

RESUMO

O Jornal 1 Dia é uma proposta que visa oferecer aos alunos do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário Barão de Mauá, em Ribeirão Preto, o contato direto com a prática da profissão. O projeto consiste na confecção de um jornal no formato tabloide, de 12 páginas, em apenas um dia de trabalho, abordando todas as etapas da criação, desde a concepção de um projeto gráfico, passando pela fotografia, reportagens, até o fechamento da edição. O exemplar nº 1 do Jornal 1 Dia foi desenvolvido na data de 11 de setembro de 2010, no município de Pontal/SP, com a participação de quatro alunos de Jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo, prática jornalística, jornal impresso, reportagens.

INTRODUÇÃO

Quando pensamos na prática jornalística na contemporaneidade, logo nos deparamos com uma série de questões que colocam em dúvida a qualidade da informação produzida nas redações, sobretudo no interior do Brasil. Nas capitais e regiões metropolitanas, os veículos de comunicação contam, geralmente, com maior estrutura de

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornal Impresso.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre (4º ano) do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: andre1ricci@hotmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre (4º ano) do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: marcosfmarques@yahoo.com.br.

⁴ Estudante do 7º. Semestre (4º ano) do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: rachelpadovan@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º. Semestre (4º ano) do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: viniuciusarruda.amp@hotmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: tatigor.sav@gmail.com.



trabalho, o que permite aprofundar o tema das reportagens e oferecer mais tempo para que o repórter saia às ruas para o exercício da profissão.

No interior, as redações, em grande parte dos casos, possuem estrutura apertada e equipe reduzida de profissionais, que precisam suportar uma carga pesada de trabalho e, com isso, ficam sem condições de oferecer ao leitor/telespectador uma reportagem bem apurada, escrita e finalizada. Isso quando consegue estar em contato com a rua, com o dia-a-dia das comunidades para as quais trabalha. O final do século XX e o início do XXI presenciaram uma tendência que vem se implantando de forma acelerada nas redações de jornais, rádios e TVs locais/regionais: o chamado jornalismo de redação, em que as pautas são desenvolvidas por telefone e internet, sem que haja um contato direto do jornalista com suas fontes.

Situações assim podem prejudicar o satisfatório desenvolvimento do jornalismo de proximidade e impor barreiras que impediriam a imprensa local/regional de aproveitar uma oportunidade única na história da imprensa mundial. Com a força da internet, o jornalismo, como um todo, vem passando por transformações intensas. Grandes jornais, como Gazeta Esportiva e Jornal do Brasil, abandonaram suas versões impressas para circularem apenas no formato digital. Emissoras de TV poderosas estão buscando usar a internet como aliada, e não como inimiga, para agregar, à audiência, os usuários da rede. Nesse contexto, não há dúvidas de que a internet provoca reflexões entre os empresários de mídia e promove um reposicionamento nas maneiras de fazer jornalismo.

Num cenário assim, o jornalismo de proximidade, ao invés de ser sufocado pela tecnologia digital, ganha espaço. Segundo Peruzzo (2005), pensava-se, inicialmente, que, com a globalização da informação, os conteúdos locais seriam sufocados e poderiam desaparecer. O que se viu, no entanto, foi uma revalorização das culturas dos pequenos grupos, das pequenas comunidades. Isso pode ter sido resultado, justamente, do receio dos pequenos grupos de perder, em meio à profusão de informações que atravessam o planeta de ponta a ponta a cada segundo por meio da internet, a identidade construída localmente e suas características peculiares. Por isso, passaram a armar um movimento de defesa dos seus modos de vida e a querer saber, cada vez mais, o que se passa ao seu redor, o que está mais perto, o que pode ameaçar mais seriamente a sua integridade.

Já está bastante claro que o fato da globalização – da universalização ou da ocidentalização do mundo, como preferem alguns – impulsiona uma revalorização do local, ao invés de sufocá-lo, como se prognosticou num primeiro momento. Houve, assim, a superação da tendência pessimista de



considerar que as forças globalizadas – da economia, da política e da mídia – detêm o poder infalível de sufocar as sociedades e as culturas nos níveis nacional e local. A realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo: condicionam-se e interferem um no outro, simultaneamente. (PERUZZO, 2005)

As oportunidades parecem, então, se abrir para o jornalismo de proximidade de uma forma nunca antes vista na história da imprensa no país. Em nenhum outro momento, esta fatia da comunicação esteve tão em evidência como nesses primeiros anos do século XXI. Segundo o IVC (Instituto Verificador de Circulação)⁷, as publicações interioranas impressas tiveram alta de mais de 83% de 2001 a 2009, enquanto que, nas capitais e regiões metropolitanas, houve queda de 25%. Outra informação que contribui para consolidar esse quadro é que, de 2006 a 2009, de acordo com o mesmo instituto, os jornais com valor acima de R\$ 1,15 cresceram apenas 1%, enquanto os jornais populares, com preços abaixo de R\$ 1, tiveram alta de 32%.

No entanto, para que o desenvolvimento seja pleno, os desafios ainda são muitos. Os entraves para minimizar a influência de conceitos e comportamentos que, com o tempo, ficaram arraigados no jornalismo de proximidade, que se consolidaram sócio-historicamente na maneira de fazer imprensa no interior, oferecem resistência e permanecem presentes, firmes e fortes. Entre eles, as estreitas ligações com os poderes político e mercadológico, que prejudicam a isenção e a credibilidade da informação; a falta de estrutura nos veículos, como já mencionado – que compromete a qualidade do trabalho – ; os constantes erros de informação produzidos pelo esquema amador de trabalho que ainda impera nos veículos de comunicação e insistência em fazer jornalismo de redação, com fontes repetidas e viciadas, abrindo pouco espaço para que os repórteres estejam em contato com as ruas, trazendo novas histórias, matérias que inquietem e provoquem o leitor.

É comum a existência de tratamento tendencioso da informação e até a omissão de fatos, em decorrência de ligações políticas com os detentores do poder local e dos interesses econômicos de donos da mídia. Claro que não se trata apenas de um problema da imprensa regional, mas nela parece que essas relações se tornam mais explícitas, justamente porque as possibilidades de confronto entre o fato e sua versão, por parte do leitor, são mais fáceis de acontecer. (PERUZZO, 2005)

Na obra “A arte de fazer um jornal diário”, o jornalista Ricardo Noblat (2003), ao tratar da crise dos meios de comunicação, afirma que o jornalismo está diante de uma

⁷ Disponível em <http://acertodecontas.blog.br/midia/circulacao-dos-jornaloes-em-queda-a-credibilidade-e-a-sobrevivencia-em-xeque>. Acesso em 20/03/2011.



perspectiva assustadora. Segundo ele, os jornais não irão se extinguir num curto espaço de tempo, mas seus proprietários precisam tomar medidas urgentes e eficazes para garantir que continuem circulando, entre elas:

Renovar sua pauta de assuntos para ganhar mais leitores, principalmente mulheres e jovens; surpreender mais e mais os leitores com assuntos que eles desconheçam; humanizar o noticiário e abordar os temas pela óptica dos leitores; interagir mais com os leitores e abrir mais espaço para que eles falem e sejam ouvidos; conferir menos importância às notícias do ontem e ocupar-se em antecipar as que ainda estão por vir; apostar em reportagens, porque são elas que diferenciam um jornal do outro; dar mais tempo aos repórteres para que apurem e escrevam bem; publicar textos que emocionem, comovam e inquietem; resistir à tentação de absorver prioridades tão características da televisão: superficialismo, entretenimento, diversão, busca de audiência a qualquer preço; investir pesado na qualificação dos seus profissionais; depender menos de anúncios e mais da venda de exemplares; e mais importante do que tudo acima, fazer jornalismo com independência e que tome partido da sociedade (NOBLAT, 2003, p. 16-17).

A partir da realidade relatada, exposta em aula na disciplina Redação Jornalística, ministrada pelo professor Igor José Siquieri Savenhago, os alunos começaram a discutir e a buscar estratégias que pudessem ser usadas para propor uma nova forma de olhar o mundo por meio do jornalismo impresso.

2 OBJETIVO

A partir do exposto acima, quatro alunos tiveram a iniciativa, sob a orientação do professor, de produzir um jornal com os seguintes objetivos:

- Que fosse feito em apenas um dia, para que os alunos tivessem um contato mais próximo possível com a rotina de uma redação, já que o Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Barão de Mauá é noturno, composto, em sua maioria, por alunos que trabalham durante o dia para bancar os custos da formação, e não proporciona, com isso, muitas oportunidades de vivenciar a realidade do mercado. Portanto, os alunos partiriam de uma folha em branco para criar um jornal todo, desde o projeto gráfico, passando pelas fotografias, escrita das reportagens, até o fechamento, tudo num mesmo dia.



- Que fosse executado numa cidade desconhecida pelos alunos, para evitar entrevistas com fontes que sempre aparecem na mídia (as chamadas fontes viciadas). O desafio seria descobrir as melhores fontes relacionadas com o tema da reportagem e abordá-las nas ruas, sem agendamento prévio.
- Que permitisse aos alunos que estivessem em contato constante com as ruas, com os acontecimentos do dia-a-dia, e só voltassem à redação para escrever as matérias. Dessa forma, poderiam presenciar fatos que, eventualmente, renderiam outras reportagens.
- Que permitisse que o próprio repórter fosse também o fotógrafo, de forma a se exercitar uma prática que pode virar tendência: os profissionais do jornalismo serem multifuncionais, ficando responsáveis por todas as etapas de sua reportagem, desde a pauta até os textos finais.
- Que trouxesse, para as páginas do impresso, uma visão do povo, das minorias, de gente “comum” que ajuda a construir a história de uma localidade.
- Que fosse aberto a todo e qualquer assunto, sem interferência política e mercadológica na definição do conteúdo.
- Que os alunos pudessem descobrir e convidar, no mesmo dia da confecção do jornal, pessoas que pudessem contribuir com artigos para o jornal.

3 JUSTIFICATIVA

Muito antes de atender apenas aos interesses do mercado, a universidade é um espaço para pensar a prática jornalística, para refletir se os métodos priorizados pelo mercado realmente são os que buscam valorizar, não só o desenvolvimento da profissão, mas o profissional enquanto cidadão e alguém que busca a ética nas relações humanas. Assim, o desenvolvimento de um jornal que questione as práticas arraigadas no jornalismo e que comprometem os fatores citados acima e proponha uma nova forma de pensar a profissão e as relações entre os profissionais e, destes, com seu público-leitor, se justifica, contribuindo para ampliar a discussão, no meio acadêmico, dos rumos da comunicação no país.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O jornal foi desenvolvido da seguinte maneira: tão logo foram definidos os alunos que participariam do projeto (não houve critério de seleção; a adesão de cada aluno foi



definida por cada um deles, de forma espontânea), foi marcada uma data para o desenvolvimento do produto: dia 11 de setembro de 2010, um sábado. Os alunos, três deles residentes em Ribeirão Preto/SP (André Penteado Ricci, Marcos Felipe Marques da Silva e Rachel Padovan) e outro em Sales Oliveira/SP (Vinícius de Arruda Marques Pereira), localizada a 30 quilômetros de Ribeirão Preto, foram convidados a ir a Pontal, município de 40 mil habitantes a 40 quilômetros de Ribeirão Preto, onde reside o professor e orientador do projeto, Igor José Siquieri Savenhago, e desconhecido pelos alunos.

Na data marcada, os alunos chegaram a Pontal por volta das 8h e se reuniram no pátio da Escola Estadual Profª Josepha Castro, cedido pela direção do colégio como forma de contribuir com a execução do projeto. Às 8h30, teve início uma reunião de pauta, para que os alunos sugerissem alguns assuntos que pudessem virar tema das reportagens. Cada aluno ficou, inicialmente, com dois assuntos.

Às 9h, saíram para a rua em duplas, estratégia definida em reunião de pauta, para que os alunos, que desconheciam a cidade, evitassem se perder uns dos outros e pudessem se ajudar na realização das reportagens. Enquanto um membro da dupla ia fazendo entrevistas, o outro fotografava. E vice-versa.

Durante a reunião de pauta, ficou combinado, também, que os alunos não retornariam para almoçar. Como forma de simular a rotina de uma redação real, eles almoçariam na rua, no decorrer da realização das reportagens. Enquanto estivessem fora da escola, os alunos deveriam contatar, ainda, pessoas que pudessem colaborar com artigos, para as páginas de opinião, e solicitar que elas enviassem os textos por e-mail até um horário pré-determinado, para não atrapalhar o fechamento da edição. Logo que contactavam os articulistas e entrevistavam algumas fontes, mantinham contato telefônico com o editor (o professor Igor José Siquieri Savenhago) para informarem sobre o andamento da produção. Enquanto isso, o professor definia, juntamente com o diagramador Jefferson Ricardo Orlandi da Silva, convidado especial para o trabalho, aspectos do projeto gráfico (logomarca, fontes, estilo dos títulos, subtítulos e legendas, boxes, espaços para inserção de fotos, páginas de opinião, capa, expediente e espaços destinados a anúncios, ocupados por estabelecimentos comerciais que colaboraram com recursos para combustível e alimentação dos alunos durante a execução do projeto – os anunciantes foram o único conteúdo do jornal definido previamente: cerca de dois a três dias antes da data marcada para a ida dos alunos a Pontal).

Durante todo o dia 11 de setembro de 2010, os quatro alunos participantes do trabalho conviveram com uma rotina bem próxima a da redação de um jornal. Matérias



inicialmente planejadas caíram (fontes não foram encontradas ou a realidade não correspondia ao que foi imaginado na pauta), outros temas surgiram, sempre por meio de contato telefônico com o orientador do projeto, que precisava readequar as páginas de acordo com cada nova mudança.

Por volta das 17h, os alunos-repórteres começaram a retornar à Escola Estadual Profª Josepha Castro, passando a ocupar não mais o pátio, mas uma sala de informática também cedida pela direção do colégio. Enquanto uns sentaram rapidamente em frente ao computador para a redação do texto, outros colaboraram na conclusão do projeto gráfico, solicitando mais ou menos espaço para suas reportagens e/ou fotos e ajudando na redefinição do formato e do conteúdo de algumas páginas. Os textos prontos eram revisados pelo professor Igor José Siquieri Savenhago – que também escreveu o Editorial, submetido na sequência à aprovação dos alunos –, e, com o aval dele, eram destinados à diagramação. Eram 22h02 quando a primeira edição do Jornal 1 Dia foi concluída, sendo enviada, imediatamente, por e-mail, à Gráfica União, de São Carlos/SP, que fez a impressão de 500 exemplares, distribuídos, no dia seguinte, pela manhã, em Pontal/SP.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O projeto do Jornal 1 Dia estabelece o formato tabloide para impressão, com cada página medindo 28 cm de largura por 32 cm de altura. A escolha do formato foi um consenso entre os alunos e o orientador do projeto, numa tentativa de diminuir o preconceito existente para com o tabloide, encarado, geralmente, como “jornalzinho”, termo que assume, em diversas situações, um sentido pejorativo, em referência a uma redução da importância do veículo. Além disso, a escolha do formato ajuda a enfrentar outro estigma existente em relação aos tabloides, aliados a uma imagem de “imprensa marrom”, sensacionalista. A ideia dos alunos e do orientador do projeto foi mostrar que esses conceitos que ficaram atrelados, historicamente, ao formato, podem ser, aos poucos, desmistificados, dando lugar a novas visões a respeito do tabloide, tendo em vista que, por causa de seu tamanho reduzido, em comparação, por exemplo, com os formatos *standard* e *berliner*, facilita o manuseio e a leitura.

O Jornal 1 Dia foi definido, ainda, com capa e contracapa coloridas e miolo preto e branco, uma forma de baratear os custos de impressão. A primeira edição do jornal, de setembro de 2010, circulou, exclusivamente em Pontal, com 500 exemplares, cujo custo foi bancado pelo orientador do projeto e pelos próprios alunos participantes. Para este ano de



2011, porém, a coordenação do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário Barão de Mauá transformou o projeto em programa de extensão universitária, garantindo, dessa forma, recursos para bancar tanto o transporte e a alimentação dos alunos como a impressão, em tiragens de mil exemplares, de todas as edições produzidas. O projeto será desenvolvido, prioritariamente, com alunos do terceiro ano do curso, que tem o maior número de disciplinas relacionadas a veículos impressos em comparação com outros anos. A próxima edição está prevista para ser produzida no dia 14 de maio de 2011 no município de Ipuã, também na região de Ribeirão Preto, onde reside um dos alunos.

Na primeira edição, foram produzidas doze páginas, sendo que, além da capa e da contracapa, foram destinadas duas páginas para opinião, em que se concentraram artigos e o Editorial, e o restante para as reportagens, sendo que, em duas páginas do miolo, foram abertos espaços para anúncios dos estabelecimentos comerciais “Lojinha do Paraíba”, “Cheese Lanches” e “Lojas Luíza”, que forneceram recursos para alimentação dos alunos e transporte deles até Pontal, além da “Clínica de Fisioterapia Equilibrium”, na contracapa, que também colaborou financeiramente para a realização do projeto. A cor predominante da capa, verde, foi escolhida pelos alunos por representar “esperança” de mudanças positivas para a prática jornalística, além do que faz alusão à logomarca do Centro Universitário Barão de Mauá, que é, predominantemente, verde. Já a reportagem de capa foi definida por ser um assunto curioso, inusitado e que, na visão dos alunos, desperta o interesse pela leitura, ainda mais por ser complementada com uma foto que, quando recortada, valoriza a expressão facial da personagem – critério obedecido, também, nas outras fotos da capa.

No miolo do jornal, foram usadas fontes serifadas no corpo do texto e sem serifa no título, no subtítulo e na legenda, no intuito de facilitar a leitura, permitindo uma maior fluidez. E às fotos, foram destinados espaços considerados pelos alunos não muito pequenos nem exagerados, de forma a estabelecer um contato visual satisfatório com o leitor – já que a imagem é uma ferramenta bastante útil para despertar o interesse do leitor – e propiciar equilíbrio entre texto escrito e imagem em cada página.

6 CONSIDERAÇÕES

Diante do que foi exposto, torna-se necessário retomar, para a discussão, o contexto das transformações por que passa a imprensa em âmbito planetário. É possível pensar uma nova perspectiva, em que o jornalismo de proximidade priorize o interesse público? É possível que, neste cenário de transformações da imprensa, o jornalismo de proximidade



creença com qualidade? Como irá se posicionar, nos próximos anos, a imprensa local/regional neste cenário de crise da informação?

Perguntas como essas vão provocar inúmeras outras reflexões. E, ainda, muitas outras dúvidas. Com certeza, não haverá resposta definitiva.

O papel dos agentes do meio universitário, como pensadores, é buscar caminhos para o novo quadro que começa a se definir com o surgimento da internet, com modificações significativas na forma de divulgar conteúdos jornalísticos. O que talvez não se altere seja o prazer de contar e ler/ouvir boas histórias. E, para isso, não há dúvidas de que, ao sair das ruas para fazer jornalismo da redação, o jornalista sofre um enorme prejuízo. A iniciativa do Jornal 1 Dia visa colocar, novamente, o jornalista na rua e, com isso, demonstrar que, independente das tecnologias utilizadas, o bom conteúdo continua sendo a principal ferramenta na tarefa de conquistar o leitor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Ed. Contexto, 2003.

PERUZZO, Cicilia. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Revista Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, 2005.