



Estudo de Caso: Jornal Semanal de Três de Maio¹

Ramone Luzia PACHECO²

Micheli THIESEN³

Marcio GRANEZ⁴

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Unijuí, RS⁵

RESUMO

Este estudo de caso vai ter como objeto de análise o Jornal Semanal, jornal impresso que tem como sede a cidade de Três de Maio/RS, e circula também nos municípios de Independência, Alegria, Boa Vista do Buricá, São José do Inhacorá, Horizontina, Doutor Maurício Cardoso, Tucunduva, Novo Machado e Nova Candelária, nas sextas-feiras. Neste contexto, serão sugeridas algumas reformulações no veículo, a fim de melhorar os aspectos gráficos do jornal, incluindo editorias e distribuição de páginas.

PALAVRAS-CHAVE: jornal impresso; editorias; jornalismo; comunicação.

1 INTRODUÇÃO

Com base nas teorias estudadas no componente curricular de Planejamento em Jornalismo, este trabalho irá apresentar quais as mudanças que podem ser realizadas nas editorias do Jornal Semanal, para que se torne um veículo mais organizado e mais agradável de se visualizar.

2 OBJETIVO

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria de Jornalismo, modalidade de Jornal Impresso.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: mony.kirida@hotmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo, email: michidomarciano@hotmail.com

⁴ Márcio Granez. Professor do Curso de Jornalismo, email: granez@unijui.edu.br



Com este estudo pretendemos verificar se o Jornal Semanal está oferecendo conteúdo que venha a ser atrativo para os públicos onde atua, e também verificar em que aspectos é possível realizar melhorias no veículo.

3 JUSTIFICATIVA

Tendo em vista que o Jornal Semanal possui uma área bastante significativa de circulação, e uma tiragem semanal de 2.500 jornais, pretendemos verificar se este veículo está satisfazendo os anseios do seu público através das editorias existentes e ainda quais as possíveis mudanças que venham a contribuir positivamente para o produto final.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para eleborar uma melhoria na estrutura gráfica deste jornal, usaremos de um levantamento de dados sobre o veículo, analisando sua história e como vem se mantendo nestes 22 anos de circulação. Também usaremos de uma análise da estrutura gráfica do próprio produto.

Aspectos Históricos

A ideia de criação do jornal surgiu depois que o Senhor Sandro Rambo e mais um rapaz que trabalhava na Certhil (Cooperativa de Energia e Desenvolvimento Rural Entre Rios Ltda) de Três de Maio, montaram um informativo interno só para os associados, no ano de 1988, e a partir disso surgiu então a ideia de fazer um jornal alusivo ao dia do município de Três de Maio.

Naquela época, não existia jornal impresso em Três de Maio e as necessidades desse ramo configuraram-se como positivas. Iniciou-se então a implantação do Jornal Semanal, com um produto de oito páginas e uma tiragem de mil jornais.

Sandro apostou no jornal impresso, saiu da empresa que trabalhava e passou a dedicar-se ao jornal, que deu certo e foi muito bem recebido pelo público que sentia uma carência de informações de qualidade.



Segundo Rudiger, nas edições impressas o espaço é finito e, como tal, toda a organização informativa segue um modelo que procura rentabilizar a mancha disponível. Para isso, se recorre a técnicas que procuram encontrar o equilíbrio perfeito entre o que se pretende dizer e o espaço disponível para o fazer. Rudiger ressalta:

A formação, senão de uma sociedade, pelo menos de uma mentalidade burguesa, favorecia a diversificação das concepções jornalísticas vigentes, propondo a supremacia de novos valores como a veracidade noticiosa e a imparcialidade editorial. (RUDIGER, Francisco, 1993, p.46)

O jornal de Sandro começou com uma equipe de dois integrantes que realizavam todas as tarefas dentro do veículo. Responsáveis pelas matérias e pelos anúncios, eles não tinham capital para começar o negócio, então fizeram um contrato com a gráfica para o pagamento da impressão em um prazo de 30 dias, e a partir daí começaram a vender os anúncios e as matérias pagas para custear as despesas gráficas.

Nos seis primeiros meses o jornal teve uma boa aceitação, visto que todos os contratos com os anunciantes foram feitos para compreender um semestre. Quando chegou a hora de renovar os contratos, foi perdido cerca de 30% a 50% dos anúncios. Neste momento o veículo entrou em uma decadência profunda e chegou ao ponto de quase fechar as portas.

Para combater a situação, foi realizado um baile para escolher a GAROTA SEMANAL, onde foram selecionadas 10 garotas das empresas que eram anunciantes do jornal. O evento foi a salvação do veículo, ultrapassando a renda esperada, o lucro do baile serviu para equilibrar o jornal em um período de três meses, que em seguida conseguiu se manter com ajuda de empresas estaduais anunciantes.

A equipe de dois integrantes só durou até o final da crise, pois após este período, já foi incorporada uma secretária para a empresa.

Após dois anos as edições começaram a ser ampliadas para 12 e 16 páginas. Vale salientar que naquela época todos os serviços eram terceirizados, e o equipamento do jornal era um birô, uma máquina de escrever e uma câmera fotográfica. Cabia a gráfica todos os serviços de digitação, edição de imagens e diagramação, além da impressão.

Levantamento de Dados do Jornal Semanal

- Missão - Levar a informação.



- Visão - Preservar sempre a imparcialidade.
- Valores - Nossos colaboradores.
 - Objetivos
- Levar a informação de qualidade com a maior imparcialidade possível;
- Prestar serviços à comunidade com a finalidade de informar e orientar;
- Buscar sempre fatos verídicos em meio a transparência.
 - Metas
- Quando o jornal surgiu a meta era a sobrevivência do veículo.
- Hoje as metas são manter a qualidade e o número de páginas, ser auto-sustentável, tornar o jornal o mais local possível, incluindo regionalmente um raio máximo de 20 Km de abrangência.
 - Suporte Financeiro
- Ainda não existe um suporte financeiro para o jornal se manter somente com as pautas do município, pois os recursos que vem das cidades vizinhas são muito satisfatórios, no entanto a tendência é que cada cidade possua um jornal próprio. Enquanto os municípios vizinhos não possuem um veículo impresso próprio, fica a cargo do Jornal Semanal prestar estes serviços.
 - Ações Estratégicas
- As ações estratégicas para alcançar as metas foram todas fruto do trabalho. Não perdendo as oportunidades de eventos, feiras e aniversários de municípios. Para isso, monta-se um projeto com o respectivo orçamento, levantamento das ações propostas, e em seguida se saía a campo para buscar recursos e patrocínios. Também é importante sempre ficar focado nos eventos, pois o jornal tem o seu dia-a-dia, mas sempre deve estar em busca de atividades paralelas.
 - Aspectos relevantes
- O momento de dificuldade que o jornal enfrentou, onde quase teve de encerrar suas funções;
- Uma edição especial sobre a política, que continha 64 páginas e circulou dentro do jornal de 12 páginas;
- A primeira edição de uma cor, onde todas as páginas eram verdes;
- A primeira edição em color;



- Aquisição da primeira máquina específica para jornais. Nesse período começou a se estruturar todos os textos dentro da empresa, deixando para a gráfica apenas a edição;

- Dificuldades ultrapassadas no decorrer destes 22 anos.

- Serviços

- Anúncios; Informações em geral; Sociais;

- Participações em campanhas de escolas, políticas, prefeitura e secretarias. O jornal está muito presente na sociedade três-maiense, sempre lembrando, informando e convidando a comunidade para participar dos eventos. Em 2008 no baile de 20 anos do jornal, 50% dos lucros obtidos foram encaminhados para doação. Em 2009, todos os lucros obtidos com a copa, no dia do baile de 21 anos foram destinados ao mesmo fim. Em 2010, deve-se seguir o mesmo esquema.

- O jornal também realiza campanhas de natal, onde famílias de bairros pobres do município são questionadas sobre os presentes que elas gostariam de ganhar do Papai Noel. Em seguida é realizada a entrega dos presentes pela equipe do jornal.

- Público

- Não existe um público alvo para o jornal, o produto é disponibilizado para quem tiver interesse. Tanto adolescente quanto idoso, pobre e rico, pertencente de área urbana ou rural.

- O que existe é um enfoque local e regional.

- Clima e Cultura Organizacional

- O ambiente de trabalho é bem propício para o desenvolvimento dos funcionários;

- A comunicação interna é agradável e cooperativa;

- Os chefes estão sempre dispostos a auxiliar os colaboradores.

- Capital Intelectual de Pessoal

- Este sempre foi um problema no veículo. Nos primeiros 10 anos jornalistas de cidades distantes eram pagos para se responsabilizarem pelo jornal. Hoje existem duas acadêmicas de jornalismo atuando no jornal, e dois profissionais com ampla experiência no meio impresso, mas sem curso superior. Atualmente se cogita a contratação de um profissional graduado.

- Análise do Mercado

- O veículo conquistou o seu espaço de mercado na localidade, e os outros meios nunca representaram uma ameaça ao veículo. Atualmente encontra-se em um bom momento



econômico, onde o anúncio está muito valorizado e as informações impressas no jornal estão sempre sendo buscadas pelos leitores antes mesmo da edição sair.

- Pontos Fortes
 - Colaboradores da área; Atualização; Credibilidade; Relacionamento com a comunidade;
- Pontos Fracos
 - Parte de ênfase em vendas;
 - Disponibilidade de um carro e motorista no horário de expediente para locomover os repórteres que não possuem CNH;
 - Máquinas fotográficas profissionais;
 - Site que não é muito explorado pela comunidade.
- Planos Futuros
 - Criar um site instantâneo com fotos e leads das notícias diárias do município, indicando que a notícia na íntegra saíra na edição impressa;
 - Mudar a periodicidade para bi semanal;
 - Criar um caderno especial para a juventude.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Objetivos

- Este estudo tem como objetivo propor melhorias nas editorias do Jornal Semanal, com o intuito de atender as reais necessidades do seu público alvo, inclusive levando em conta que apesar de ter como sede a cidade de Três de Maio, o veículo possui uma área de abrangência maior.

Metas

- Renovar as editorias; Verificar qual a real participação dos municípios da área de abrangência do jornal, e a partir daí, tentar criar espaços específicos que venham atender as necessidades desses públicos.

Descrição das Ações e Estratégias

- A partir da análise da edição do Jornal do dia 11 de Setembro de 2009, propomos as seguintes melhorias no aspecto editorial:



- Página: 01 – Capa;

Se mantém igual ao modelo do próprio jornal, visto que esta é a principal página do veículo e nunca há um espaço determinado para as principais manchetes, pois os anúncios de publicidade mudam semanalmente;

- Página: 02 – Editorial em substituição às Notas por Sandro Rambo;

Criação de um editorial para a edição a fim de substituir a editoria Notas nesta página, pois para um jornal impresso, o editorial é imprescindível;

Espaço ao Leitor (reservado para as cartas do leitor que chegam até a redação, manifestando-se a cerca de um assunto de interesse público);

- Página: 03 – Em Ação;

Editoria criada para notícias a cerca de projetos, ações, campanhas, enfim algo realizado que venha a beneficiar de alguma forma a comunidade;

- Página: 04 – Fala Povão, em substituição a editoria Opinião;

Editoria destinada a enquete com pessoas da comunidade sobre algum assunto da atualidade; e Notas do Sandro;

- Página: 05 – Vida no Campo;

Editoria criada especificamente para notícias sobre agricultura e pecuária;

- Página: 06, 07 e 08 – Panorama;

Editoria reservada para notícias ocorridas nos demais municípios de abrangência do jornal, exceto Três de Maio, e também para a coluna Registro Jurídico, escrita por um advogado de Boa Vista do Buricá;

- Página: 09, 10 e 11 – Sede;

Editoria reservada para notícias gerais locais, coluna João Seno Bach, coluna do J e coluna da ACI;



- Página: 12 e 13 – Enfoque;
Editoria reservada para uma reportagem especial;

- Página: 14 – Click;
Editoria reservada para coluna social;

- Página: 15 – Personalidade;
Editoria reservada para entrevistas de pessoas importantes da comunidade;

- Página: 16 e 17 – Utilidade Pública;
Editoria reservada para editais, obituários, comunicados, balanços sociais, etc;

- Página: 18 – Saúde;
Editoria reservada para notícias relacionadas com a saúde em geral, dicas e informações para uma vida saudável, e a coluna Vida Natural;

- Página: 19 – Interativo;
Editoria reservada para esportes;

- Página: 20 – Ensino;
Editoria reservada à assuntos de cunho educacional e coluna do Colégio Dom Hermeto;

- Página: 21 – Plantão;
Editoria reservada para matérias policiais;

- Página: 22 – Classificados;

- Página: 23 – Agenda;
Editoria reservada para eventos relevantes que estão em andamento ou vão acontecer no decorrer da semana, filmes e horóscopo;



- Página: 24 - Contra-capas –

Notícia destaque. Esta página também se mantém igual ao modelo do próprio jornal, visto que o espaço para matérias e propagandas nesta página mudam toda semana.

6 CONSIDERAÇÕES

Com este trabalho se pretende tornar o jornal mais agradável de ser lido; levar ao público de abrangência notícias que acontecem no seu ambiente; tornar o jornal moderno, acompanhando as tendências da área, e dar uma espécie de cara nova ao jornal por meio de reformulação das editorias já existentes.

Recursos

- Possuir uma pessoa que fique responsável por transmitir as informações em cada município, através de parcerias com as Prefeituras que podem encarregar alguém de passar as informações relevantes de cada município;

Avaliação

A avaliação daquilo que foi proposto poderá ser verificada através de uma Pesquisa de Opinião Pública na área de abrangência do Jornal, com um período de no mínimo um mês de circulação do veículo, após a implantação do que foi proposto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica: as técnicas do jornalismo**, São Paulo, SP: Ática, 1990.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso**, São Paulo, SP: Atlas, 1981.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícias: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**, São Paulo, SP: Alfa-Omega, 1978.

RUDIGER, Francisco. **Tendências do Jornalismo**, Porto Alegre, RS: Universidade UFRGS, 1993

